

**LINEAMIENTOS ADMINISTRATIVOS  
CONTABLES PARA MEJORAR LOS  
PROCESOS DE DESPACHO Y  
DISTRIBUCION DE MERCANCÍA EN  
LA EMPRESA DISMO 2000, C.A.**



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**LINEAMIENTOS ADMINISTRATIVOS  
CONTABLES PARA MEJORAR LOS  
PROCESOS DE DESPACHO Y  
DISTRIBUCION DE MERCANCÍA EN  
LA EMPRESA DISMO 2000, C.A.**

**Autor:**  
Ricardo Obregón

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego  
Teléfono: (0241) 8714240 (máster) – Fax: (0241) 8712394



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

**LINEAMIENTOS ADMINISTRATIVOS CONTABLES PARA MEJORAR  
LOS PROCESOS DE DESPACHO Y DISTRIBUCION DE MERCANCÍA  
EN LA EMPRESA DISMO 2000, C.A.**

Trabajo de Grado para optar al título de  
Licenciado en Contaduría Pública

**Autor:**  
Ricardo Obregón  
**Tutor:**  
Lic. Haydee Ávila

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente doy gracias a Dios por todas sus bendiciones, por permitirme alcanzar esta meta y haberme dado toda la fuerza necesaria para no decaer.

A mi madre, Familiares y Amigos por formar parte de mi vida, brindarme todo su apoyo, compañía y cariño en todo momento.

A la licenciada Haydee Ávila, mi tutora académica, quien me sirvió de guía en la realización de este trabajo, que con sus valiosas aportaciones, sabiduría y apoyo represento el camino para poder alcanzar hoy este título.

A la empresa Dismo 2000, C.A., por su apoyo, confianza, colaboración y ayuda incondicional en todo momento.

## ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO		Pag.
RESUMEN INFORMATIVO.....		vi
INTRODUCCION.....		1
CAPITULO		
I	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
	1.1. Formulación Del Problema.....	5
	1.2. Objetivos.....	5
	1.3. Justificación.....	6
II	MARCO TEORICO.....	8
	2.1 Antecedentes.....	8
	2.2 Bases Teóricas.....	11
	2.3 Definición De Términos.....	21
III	MARCO METODOLOGICO.....	23
	3.1 Tipo y Diseño de la Investigación.....	23
	3.2 Fases metodológica.....	25
	3.3 Factibilidad del Instrumento.....	29
IV	Resultados.....	30
	4.1 Interpretación de los Resultados.....	30
	4.1.1 Fase I.....	30
	4.1.2 Fase II.....	50
	4.1.3 Fase III.....	51
V	La Propuesta.....	52
	5.1 Presentación de la Propuesta.....	52
	5.2 Objetivos de la Propuesta.....	52

5.3 Justificación de la propuesta.....	53
5.4 Factibilidad de la propuesta.....	53
5.5 Diseño de la propuesta.....	53
CONCLUSIONES.....	59
RECOMENDACIONES.....	61
REFERENCIAS.....	31
Bibliográficas.....	62
ANEXOS.....	64
Anexo A.....	65
Anexo B.....	66



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

**LINEAMIENTOS ADMINISTRATIVOS CONTABLES PARA MEJORAR  
LOS PROCESOS DE DESPACHO Y DISTRIBUCION DE MERCANCÍA  
EN LA EMPRESA DISMO 2000, C.A.**

**Autores:** Ricardo Obregón  
**Tutor:** Lic. Haydee Ávila  
**Fecha:** junio 2017

**RESUMEN INFORMATIVO**

La presente investigación la cual es requisito indispensable para optar al título de licenciado en contaduría pública, tiene el propósito de resolver la problemática encontrada en la empresa Dismo 2000, C.A., la cual tiene como objetivo principal proponer lineamientos administrativos contables para mejorar el proceso de distribución y despacho de mercancía en la empresa Dismo 2000, C.A. La presente investigación es un proyecto de tipo factible, apoyado en una investigación de campo. Dicha investigación consta de tres fases en la cual se desarrollan las características y necesidades de la empresa para dicha propuesta, así como también la evaluación de la factibilidad del proyecto, todo esto obtenido por distintas técnicas de recolección de datos, la encuesta la cual es aplicada al personal de la empresa Dismo 2000, C.A. Como resultado de este trabajo se observo que la empresa posee fallas en sus procesos de despacho y distribución de lo cual afecta al desarrollo, progreso y expansión de la misma. Con esto se pretende superar las expectativas de la misma y dar a conocer unos nuevos lineamientos administrativos contables que contribuyan a mejorar los procesos de despacho tanto con sus clientes como con el personal interno de la organización.

**Descriptor:** Lineamientos, Procesos Contables, Distribución.

## INTRODUCCIÓN

Con el pasar de los años se han producido muchos cambios y modificaciones en el medio empresarial, obligando a las empresas a tener que adaptarse a los cambios que surgen rápidamente en el entorno de trabajo. A raíz de estos las empresas se han visto prácticamente obligadas a desarrollar estrategias que permitan tener ventajas competitivas o sobresalir sobre la mayoría de los demás. Es por esto que la administración de las empresas debe adoptar medidas de manejo y control para poder hacer más eficaz y eficiente sus procesos, generando junto con esto más rentabilidad hacia la empresa.

Las personas a la hora de adquirir un producto, bien servicio se preocupan por la calidad del producto y por la calidad de servicio que se le este ofreciendo. Es por esto que las empresas necesitan tener bien establecidos sus procesos operativos para poder llevar a cabo el producto, bien o servicio ofrecido, porque si esto no sucediera el cliente no podría percibir la mercancía en el periodo de tiempo establecido, llegaría con fallas e inconvenientes, entre otros problemas, causando molestias en ambas partes. Al momento que las empresas cometen fallas consecutivamente en sus procesos, esto se vuelve muy molesto tanto para el cliente como para el personal que labora en la organización, pues en muchos casos los procesos tienen que repetirse generando retrasos y molestias en el personal que labora en la empresa.

Asimismo, la presente investigación planea el diseño de unos lineamientos administrativos contables para la empresa Dismo 2000, C.A. otorgándole valor e importancia a los procesos de la organización, los cuales son aspectos relevantes y notables en dicha investigación. La importancia de esta investigación se centra en el diseño de ciertos lineamientos administrativos contables que le permitan a la empresa crecer en el mercado ampliando su cartera de clientes y logrando el posicionamiento en el entorno y la diferenciación ante sus competidores. De esta manera la presente investigación se estructurara en los siguientes capítulos:

En el capítulo I, constituido por el planteamiento del problema, el objetivo general y los objetivos específicos, justificación y alcance de la investigación se plantean con mayor claridad la situación de la empresa con respecto a las fallas en sus procesos de despacho de mercancía.

En el capítulo II, es el marco teórico, aquí se encontraron otras investigaciones relacionadas con dicho proyecto, las cuales ayudaron a lograr el diseño de los nuevos lineamientos administrativos de una manera más adecuada y ajustada a las peticiones de sus clientes y propietarios.

En el capítulo III apoyado del marco metodológico se describió el tipo de investigación del proyecto y se mencionaron las distintas estrategias a seguir para cumplir con los objetivos planteados anteriormente.

En el capítulo IV se presentan los resultados de los análisis obtenidos de las encuestas, por medio de gráficos y tablas de frecuencia, y se desarrollan cada una de las fases planteadas.

En el capítulo V se presenta el desarrollo de la propuesta, donde se describen los puntos más importantes de la investigación, como los objetivos, tanto generales como específicos, la justificación y el desarrollo de la propuesta.

## **CAPITULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1 Planteamiento del Problema**

Hoy en día a nivel mundial, el entorno está cambiando de una manera muy rápida y es por esto que se deben preparar para poder adaptarse al sistema; lo mismo pasa con respecto a las organizaciones. Así como las personas se preparan, estudian y se actualizan constantemente con respecto a la tecnología y cualquier otro cambio que se presenten al pasar de los años, las empresas u organizaciones deben hacer lo mismo para poder ofrecer un mejor producto o servicio con respecto a la competencia. A través de esto se le puede dar al cliente una mejor atención en cuanto al producto o servicio ofrecido. Los procesos de despacho y distribución de mercancía es el medio por el cual una empresa se proyecta hacia el cliente en cuanto a organización, control, eficacia y valor, pues a través de esto es que llega la mercancía ofrecida a los diferentes clientes.

Las empresas se proyectan ante el mundo a través de diferentes medios de comunicación encargados de transmitir mensajes corporativos que soporten estrategias diseñadas por las organizaciones con la finalidad de mostrarse ante el mundo con una percepción prediseñada. De esta manera, se pueden notar los diferentes procesos y medios que se llevan a cabo para hacer presente todo el proceso de llevar la mercancía desde la fábrica o centro de distribución, hacia el cliente.

En Venezuela se está empezando a mirar hacia el cliente, ya que la recesión económica y la globalización, entre otras circunstancias, está forzando a las empresas a revisar sus esquemas de atención al cliente y en cuanto a reforzar la mayor cantidad de procesos que les conlleve llevar la mercancía desde la fabrica o centro de distribución hasta el cliente final. Es por esto que las empresas Venezolanas han visualizado la importancia que tiene el desarrollo de un buen proceso de despacho y distribución de mercancía que los ayude a tener un fácil y un cómodo control.

A pesar de que la organización esté gestionando un mejoramiento en sus procesos de despacho y distribución, tienen que tener en cuenta todo lo relacionado al precio del producto o servicio en cuestión. Una mejora en dichos procesos no es causa de aumentar el producto o servicio en gran cantidad, se trata de que a través de lineamientos administrativos y contables se mejoren este tipo de procesos. Estos lineamientos se buscan y se tratan de aplicar pues la empresa caso de estudio presenta fallas en sus procesos de despacho y distribución de mercancía, dentro de las cuales se encuentran retrasos en sus despachos, entrega de pedidos incompletos por falta de mercancía, errores en cuanto a la mercancía seleccionada para cada cliente, entre otros, que hacen que se retrase el proceso de ventas, problemas e inconvenientes con los clientes, así como también retrasos en el proceso de cuentas por cobrar.

En este sentido, la empresa Dismo 2000, C.A., presenta problemas en sus procesos de despachos y distribución de mercancía, problemas entre los cuales podemos destacar, retrasos en sus entregas, errores en las entregas en cuanto a mercancía y cliente, y fallas en los procesos de facturación y rotación de mercancía. Esto trae como consecuencia molestias tanto en el personal de la empresa como en sus clientes, ya que se generan retrasos en los procesos de ventas y cobranzas, errores en los inventarios y demoras en la entrega de pedidos pendientes.

Lo mencionado anteriormente surge por ser Dismo 2000, C.A., una empresa relativamente nueva que se encuentra en un proceso de introducción al mercado y que por consiguiente está en una etapa de crecimiento la cual no le garantiza un nivel de estabilidad asegurado que pueda originar una unidad y expansión del negocio. En consecuencia, el no mejoramiento de estos lineamientos ocasionaría un bajo efecto en la etapa de crecimiento de la empresa a la cual está siendo sometida, pues un mejoramiento en esos procesos originaría una continuidad y un avance en el éxito de la empresa.

Sin un mejoramiento en este tipo de procesos, los clientes no crearían un lazo de fidelidad entre ellos y la organización, pues no quedarían satisfechas sus necesidades, no se cumplirían sus expectativas en cuanto a pedidos-tiempo y la competencia le

ofrecería una mejor calidad de servicios, llevando esto a que el cliente nos vaya desechando como parte de su cartera de proveedores por los motivos ya antes mencionados.

Con base a lo señalado anteriormente, el presente trabajo de grado tiene como objetivo mejorar los lineamientos administrativos contables para facilitar y mejorar el manejo de despacho y distribución de mercancía en la empresa Dismo 2000, C. A, a través de esto se busca desarrollar mejores estrategias organizacionales que permitan y contribuyan al crecimiento y permanencia de la empresa hacia con sus clientes.

## **1.2 Formulación del Problema**

¿Mediante qué lineamientos administrativos contables se pueden mejorar los procesos de despacho y distribución de mercancía en la empresa Dismo 2000, C.A.

## **1.3 Objetivos de la Investigación**

### **1.3.1 Objetivo General**

Proponer los lineamientos administrativos contables para mejorar el proceso de distribución y despacho de mercancía en la empresa Dismo 2000, C.A. ubicada en Valencia Estado Carabobo.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual que presenta la empresa en cuanto al proceso de despacho y distribución de mercancía.
- Identificar los factores internos y externos que afectan o retrasan la distribución y despacho de mercancía.
- Diseñar nuevos lineamientos administrativos contables para un mejor y fácil manejo del despacho y distribución de mercancía en la empresa Dismo 2000, C.A.

#### **1.4 Justificación**

Actualmente, muchas empresas ofrecen bienes y servicios con la finalidad de satisfacer diferentes tipos de necesidades a un mismo sector; para que esto sea posible entra en juego el grado de diferenciación que posea la empresa con respecto a la competencia y los diferentes factores que posean como valores, calidad, estrategias comunicacionales, entre otros; es por esto que la organización busca entre otras cosas mejorar sus procesos de entrega de mercancía, lo que favorecería tanto a los clientes como a la misma organización, pues a través de esto los diferentes inventarios de mercancía rotarían con más rapidez, generando mayores índices de ventas, mejoras en los procesos de cobros y calidad de servicio hacia con los clientes.

Dismo 2000, C.A., actualmente cuenta con una distribución de confitería al mayor la cual maneja numerosos productos de distintas marcas reconocidas tanto a nivel mundial como a nivel nacional, pero cabe destacar que posee ciertas dificultades a la hora de hacer entrega y despacho de mercancía pues hay aspectos que hacen falta mejorar y perfeccionar. Es por esto que la empresa ve la necesidad de implementar unos lineamientos administrativos contables para poder llevar a cabo un proceso de despacho y distribución más rápido, eficaz y libre de retrasos, que conlleve a mejoras tanto en la organización como en los clientes, con el fin de que reconozcan a la empresa y la cual permita expresar a sus clientes la buena calidad de sus servicios.

Proponer y diseñar los lineamientos administrativos contables mencionados anteriormente poseen una gran importancia para la organización, pues en caso de que la empresa siga laborando con esas fallas y errores presentes harán que el cliente no esté completamente conforme y satisfecho con el servicio ofrecido y busque irse y confiar en la competencia. Una vez mejorado esos pasos la empresa empezara a tener unos procesos y una administración más efectiva así como a obtener beneficios en sus ventas tanto como con sus trabajadores, ya que no habrán retrasos en las ventas ni en los procesos de cuentas por cobrar, no existirá un nivel elevado de fallas en cuanto a las entregas y reparto de mercancía y no existirá molestia e inconformidad por parte de los clientes.

Para el autor por su parte, esta investigación será de mucha importancia ya que le traerá un alto aporte académico, pues tiene que indagar e investigar sobre los diferentes temas tratados en la investigación, trayéndole como beneficio una gran contribución en cuanto a conocimientos, ideas y manejo de los temas, los cuales son y serán de gran ayuda para cualquier trabajo o investigación futura.

Por otro lado, esta investigación posee un aporte de alto impacto para la universidad José Antonio Páez y la línea de investigación donde se desarrolla, pues le trae un valor agregado a la carrera contaduría pública y servirá de muestra y ayuda para futuras investigaciones en esta área, que sirvan y contribuyan a un mejoramiento tanto personal como organizacional.

## CAPITULO II

### MARCO TEORICO

El marco teórico consiste en desarrollar la teoría que va a fundamentar el proyecto con base al planteamiento del problema que se ha realizado. Se constituye en el soporte para el trabajo especial de grado, con el que se especifican aspectos que sirven de base teórica, tal y como lo menciona Hernández, Fernández y Baptista (2007:64), “Es un compendio escrito de artículos, libros y otros documentos que describen el estado pasado y actual del conocimiento sobre el problema de estudio. Nos ayuda a documentar como nuestra investigación agrega valor a la literatura existente.”

#### 2.1 Antecedentes

Los antecedentes, son todos aquellos trabajos de investigación que preceden al que se está realizando. Son los realizados relacionados con el objeto de estudio presente en la investigación que se está haciendo. Tal y como lo menciona Tamayo y Tamayo (2004:146), “en los antecedentes se trata de hacer una síntesis conceptual de las investigaciones o trabajos realizados sobre el problema formulado con el fin de determinar el enfoque metodológico de la misma investigación.”

A la hora de elaborar este estudio se situaron investigaciones que de una u otra forma contribuyen aportes valiosos al proceso de investigación.

Ortega y Puerto (2015), en su trabajo de grado titulado “**Lineamientos para optimizar el control interno de las cuentas por cobrar de la empresa Vene-Frenos, C.A. ubicada en San Diego, Estado Carabobo.**” presentado en la universidad José Antonio Páez, para optar por el título de licenciados en contaduría pública. El propósito de este proyecto se centro en la búsqueda de una manera particular para implementar ciertos lineamientos a seguir que ayuden a optimizar el control interno de las cuentas por cobrar. Dicha investigación se realizo a nivel

regional en el municipio San Diego, Estado Carabobo. La metodología empleada en esta investigación se enmarca dentro de la modalidad de proyecto factible, apoyado en una investigación de campo tipo descriptiva. Las técnicas utilizadas para la recolección de datos fue la encuesta, como instrumento se utilizo el cuestionario el cual fue aplicado a 8 empleados de la organización. Posteriormente se tabularon y analizaron los resultados, permitiendo saber el impacto creado en cuanto a las cuentas por cobrar mediante los lineamientos planteados en la investigación. Se concluyo que al implantarse la propuesta se necesitaron establecer mejoras en ciertos procesos y lineamientos, para así aumentar la eficacia y solidez de sus operaciones y actividades, con la finalidad de obtener un beneficio, logrando así satisfacer las diferentes necesidades colectivas.

La anterior investigación, forma parte de un aporte característico para el desarrollo de la presente investigación ya que presentan igualdades en el objetivo general y en la propuesta, lo que permite prevenir o corregir posibles irregularidades administrativas que lleven a mejorar los procesos en la organización.

El autor Leal (2015), en su trabajo de grado titulado **“Lineamientos administrativos para el cumplimiento de los deberes formales del IVA en el marco del plan evasión cero de la empresa Multiservicios Técnicos, R.A., C.A.”** presentado en la universidad José Antonio Páez, para optar por el título de licenciado en contaduría pública. Su objetivo fue analizar el cumplimiento de los deberes formales por parte de la empresa, en virtud de conocer sus componentes, procesos de autoliquidación y relevancia de acuerdo a lo establecido en el Código Orgánico Tributario. Durante el desarrollo de la mencionada investigación se adopto la modalidad de proyecto factible, ya que se basa en la elaboración de una propuesta que se enfoca en una investigación de campo. La población y muestra que se presenta en la investigación está conformada por el personal que labora directamente en el departamento de administración de la empresa.

Como técnicas de recolección de datos se aplico la observación directa, la revisión bibliográfica y la encuesta.

El aporte que ofrece la mencionada investigación es de tipo descriptivo analítico ya que publica información referente a los pasos que debe seguir y tener bien clara la organización para tener al día toda la información referente a facturas, libros contables, y actualización de los registros de compras y ventas, así como información de sus clientes y partes administrativas.

Men Lan Ho (2015), desarrollo un trabajo titulado, **“Lineamientos administrativos para el mejoramiento de las funciones contables en la empresa restaurant Mega Sabor, C.A. ubicada en Valencia, Estado”**, presentado en la Universidad José Antonio Páez (UJAP) para optar por el título de Licenciado en Contaduría Pública. El propósito de este proyecto fue establecer ciertos lineamientos estratégicos que contribuyan con un mejoramiento de los procesos contables de la empresa ya mencionada. La metodología empleada en esta investigación se presenta bajo la modalidad de proyecto factible, con un diseño de campo, el cual se desarrollo en tres fases. Como técnica utilizada para la recolección de datos fue la observación directa, tomando como instrumento de recolección de datos el cuestionario, el cual fue aplicado a una población de 7 personas que laboran en la empresa, tomando como muestra todos los elementos de la población.

Posteriormente esta información obtenida a través de estos instrumentos fue procesada y analizada mediante un análisis cuantitativo y cualitativo, permitiendo mostrar los resultados por medio de gráficos y tablas, así como su respectiva explicación. Se concluyo que existía una falta de manual de normas y procedimientos que establezcan las funciones y actividades contables y administrativas, falta de cultura en cuanto al control administrativo y contable, y procesos no definidos. Es por esto que se desarrollaron lineamientos estratégicos que permitan la optimización de los procesos contables.

La anterior investigación, ofrece un aporte característico para el desarrollo del siguiente trabajo pues aporta información relacionada con las estrategias a usar para mejorar lineamientos y procesos contables en la empresa, para con esto poder optimizar y mejorar los procesos mencionados anteriormente.

Izquierdo (2014), se cita el trabajo de grado titulado “**Lineamientos de control interno para el manejo adecuado de inventarios de mercancías, de los clientes de la empresa Paraíso Canario, C.A.**” presentado en la universidad José Antonio Páez para optar por el título de Licenciado en Contaduría Pública propuso lo siguiente, evaluar la posibilidad de diseñar los lineamientos de control interno, que permitan manejar adecuadamente los inventarios de mercancías de los clientes de la empresa Paraíso Canario, C.A. con el fin de lograr la eficiencia en la recepción, custodia y despacho, a través de un operador logístico, de tal manera que le de valor agregado a la propuesta presentada a los clientes de la empresa en estudios.

Durante el desarrollo de la investigación adopto una modalidad de proyecto factible con diseño de campo, la población estuvo conformada por cinco personas las cuales estaban involucradas en el proceso de distribución, por lo que no existe muestra, ya que los informantes seleccionados fueron los necesarios para suministrar la información que requirió la investigación. En cuanto a los instrumentos de recolección de datos fueron aplicados el cuestionario de preguntas cerradas, la entrevista y la observación directa. Posteriormente con toda esta información suministrada se elaboro una matriz DOFA, el POAM (perfil de oportunidades y amenazas del medio) y el PCI (perfil de capacidades internas), para evaluar las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades, y se pudo aplicar el análisis respectivo para establecer los lineamientos necesarios que pudieron cubrir los objetivos propuestos.

Este informe se relaciona con la presente investigación ya que puede darle un valor agregado a la propuesta presentada así como también aportar información de los diferentes lineamientos administrativos contables a usar para llegar al logro de los objetivos planteados en la investigación.

## **2.2 Bases Teóricas**

El objetivo de las bases teóricas es enriquecer de una forma metódica y ordenada el problema mediante un conjunto de conocimientos más sólidos y actualizados. A

continuación, se presentan las bases teóricas que se utilizarán como sustento del presente trabajo de investigación desde el punto de vista conceptual, el cual se constituye de acuerdo a la problemática que se investiga.

### **2.2.1 Lineamiento**

Un lineamiento es una tendencia, una dirección o un rasgo característico de algo. Por ejemplo, un presidente puede tomar una decisión y afirmar que respeta su “lineamiento político”, es decir, que se encuentra en sintonía con su ideología o con su partido político. El término también puede ser utilizado como un conjunto de órdenes o directivas que un líder realiza a sus seguidores o subordinados. Siguiendo con el ejemplo político, un mandatario puede pedir la renuncia a un ministro que actúa en forma contraria a su lineamiento.

Por lo tanto, un lineamiento es también una explicación o una declaración de principios. Cuando un grupo político presenta sus lineamientos, está dando a conocer su postura sobre ciertos temas. Sus afiliados estarán en condiciones entonces de decidir si están de acuerdo con dichas ideas o, de lo contrario, si prefieren quedar fuera de los lineamientos. Por otra parte, un lineamiento es el programa o plan de acción que rige a cualquier institución. De acuerdo a esta aceptación, se trata de un conjunto de medidas, normas y objetivos que deben respetarse dentro de una organización. Si alguien no respeta estos lineamientos, estará en falta e incluso puede ser sancionado, dependiendo de la gravedad de su acción.

### **2.2.2. Administración**

La administración es la ciencia social que tiene por objeto el estudio de las organizaciones y la técnica encargada de la planificación, clasificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, del conocimiento, entre otros.) de una organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser social, económico, dependiendo de los fines perseguidos por la organización. La administración puede ser entendida como la

disciplina que se encarga de realizar una gestión de los recursos en base a criterios científicos y orientados a satisfacer un objetivo concreto. Hay veces en que el término administración se utiliza para denominar a la ciencia social conocida como administración de empresas. Esta ciencia estudia la organización de las compañías y la forma en que gestionan los recursos, los procesos y los resultados de sus actividades.

En la administración, la teoría sólo ocupa un ínfimo espacio, no es posible que esta exista sin la técnica, sin que esos conceptos sean encasillados dentro de un conjunto de actividades que los vuelven veraces. En la administración la técnica es el vehículo natural para llevar a cabo y poner a prueba los descubrimientos de la ciencia. En el estudio administrativo se intenta analizar a las empresas y las organizaciones e intentar comprender su real funcionamiento, su evolución, crecimiento y conducta. Si la técnica no se basara en el conocimiento de la ciencia, entonces estaríamos frente a un ensayo empírico y estaríamos actuando de una forma que no puede ser considerada científica.

### **2.2.3 Procesos Contables**

La contabilidad tiene por objetivo captar, procesar y transmitir la información adecuada al proceso de toma de decisiones de los múltiples usuarios de la misma, para ello se lleva a cabo el proceso contable.

La contabilidad lleva a cabo este proceso de tratamiento y elaboración de información de la siguiente forma:

1. Se obtiene información de la empresa, sobre la cual se van a desarrollar una serie de operaciones, como son la captación, simbolización, medición, valoración, representación, coordinación y agregación; que nos permiten obtener los denominados Estados Contables, cada uno de ellos contiene información sobre diferentes aspectos de la realidad económica de la empresa.

2. Una vez que hemos obtenido los Estados Contables, analizamos e interpretamos la información que éstos nos proporcionan, obteniendo con ello las conclusiones necesarias para la toma de decisiones.
3. Para asegurar que la información de los Estados Contables muestra una imagen veraz y completa de la empresa, se realizan las operaciones de verificación y consolidación.
4. Todas estas operaciones se desarrollan en un marco de actuación que integra todos los aspectos relativos a normas, principios, metodología, entre otras, a seguir en el proceso contable.

De acuerdo a Catacora (2008:71), los procedimientos contables se definen “Como todos aquellos procesos, secuencia de pasos e instructivos que se utilizan para el registro de las transacciones u operaciones que realiza la empresa en los libros de contabilidad”. Desde el punto de vista del análisis, se pueden establecer procedimientos contables, para el manejo de cada uno de los grupos generales de cuentas de los estados financieros.

### **Etapas del proceso Contable**

Se denomina ciclo contable o proceso contable al conjunto de registros contables efectuados en los diferentes libros de contabilidad con origen en las operaciones que realiza la empresa y que afectan a su patrimonio en un ejercicio económico. Durante el ejercicio económico se deben elaborar distintos documentos que se integrarán en los libros contables. Estos documentos son:

1. Balance de situación inicial.
2. Asiento de apertura.
3. Libros mayores.
4. Asiento de operaciones.
5. Operaciones previas a la determinación del resultado de la empresa.
6. Asientos de regularización.
7. Asiento de cierre.

8. Balance de situación final.

9. Cuentas anuales.

A continuación vamos a analizar las distintas fases o etapas de las que se compone un proceso contable. Para ello primero vamos a distinguir los siguientes elementos de del proceso contable:

§ Inicio de los registros contables

El ejercicio económico de una empresa, normalmente, salvo en empresas puntuales, tiene lugar del 01 de enero al 31 de diciembre. Las empresas disponen de un patrimonio, que está en el balance de situación de la empresa. Este patrimonio viene del ejercicio anterior al que estamos abriendo. Es decir, la empresa cuenta al principio del ejercicio con los mismos bienes, derechos y obligaciones que tenía al finalizar el ejercicio anterior. Esta información la tenemos en el último asiento del libro diario del ejercicio anterior y en el balance, que representa la situación patrimonial de la empresa al final de ese periodo.

§ Registros correspondientes a las operaciones realizadas

Asiento de operaciones: Consiste en ir anotando en el libro diario los asientos correspondientes a las operaciones realizadas por la empresa a lo largo del ejercicio. Ordenados cronológicamente. Estos datos se tienen que anotar también en los mayores correspondientes.

§ Cierre de la contabilidad

Una vez que ha terminado el ejercicio económico, se llevan a cabo una serie de operaciones que inciden en el resultado de la empresa. Estas operaciones son:

§ Contabilización de las variaciones de existencias

§ Periodificación contable

§ Contabilización de las provisiones y de las pérdidas por deterioro

§ Contabilización de las amortizaciones

Todas las cuentas de gasto, se anotarán en el haber del asiento, para que pasen a

tener un saldo nulo, contra la cuenta de resultado del ejercicio. Mientras que las cuentas de ingreso, se anotarán en el debe del asiento, contra la cuenta de resultado del ejercicio. Una vez que hemos realizado este asiento, estamos en disposición de conocer el resultado del ejercicio. Ya que este es el saldo de la cuenta resultado del ejercicio.

Asiento de cierre: Al analizar los mayores de las cuentas que hemos ido abriendo a lo largo de nuestro ejercicio económico, veremos cómo sólo las cuentas de activo, pasivo y patrimonio neto tienen saldo. Para que nuestra contabilidad quede cerrada, todas las cuentas deben tener saldo nulo, por lo que procederemos a realizar el asiento de cierre. Para ello deberemos cargar todas las cuentas acreedores y abonar las cuentas deudoras. Cuando estas anotaciones se pasen al libro mayor, tendremos todas las cuentas con saldo cero.

Balance de situación final: Para realizar el balance de situación, solo tenemos que poner las cuentas que aparecen en el haber del asiento de cierre, en el activo del balance y las que aparecen en el debe, en el pasivo. Este balance de situación final, será el balance de situación inicial del ejercicio siguiente.

#### **2.2.4. Proceso de Despacho**

El despacho de mercancía es vital en una compañía, tiene procedimientos de recibo riguroso. Se recibe a los proveedores acorde vayan llegando uno por uno, no habrá favoritismos salvo en el caso de necesidad extrema de cierta mercancía. En caso de haber un error, tachar y corregir en el documento la cantidad errónea que se está recibiendo o enviando cual fuera el caso. Para lograr un excelente sistema de despacho de mercancía hay que seguir los pasos a continuación:

-Se procede con la revisión del documento y soporte del pedido con la mercancía se hace tanto revisión visual como tangible.

-Verificación del pedido a la zona de entrega, según las normas de la organización, con esto se comprueba si son los artículos solicitados.

-Es importante verificar los artículos en el orden en que se encuentran en el documento, evitándose así equivocaciones. . En dado caso de que el proveedor traiga mercancía de menos o en condiciones no óptimas para el negocio se avisara a la gerencia y se devolverán esos productos, además que se levantara un acta de incidencia si así se requiere y lo estipula la empresa.

-Llevar un control en el formato de recibo de las mercancías que se reciben por proveedor, al final del recibo solicitar firma de la persona representante del proveedor o del mismo en dado caso que sea el que surta el producto.

-Toda la mercancía recibida debe ser colocada en su lugar correcto en el almacén y ser capturada en el sistema.

### **Transporte de la Mercancía**

El trabajador debe recibir las instrucciones de transporte correspondiente para poder iniciar con el despacho de mercancía, dentro de las cuales están la ruta de entrega de mercancía, tipo de mercancía a entregar, horarios de entregas y cantidad de peso a llevar. Una vez recibidas estas instrucciones el vehículo de carga comienza a cargar a mercancía, la cual a medida que se va cargando en el vehículo esta misma se va comprobando y contando con las notas de los clientes. Una vez terminado esto se procede a entregarle las facturas o notas de entrega al encargado de los despachos, el cual llevara consigo los permisos y trámites correspondientes para el transporte de la mercancía. Luego se procede a entregar la mercancía en los puntos de despacho de acuerdo con las fechas y horas pactadas.

Se le hace entrega al cliente de la mercancía pedida anteriormente la cual fue a mutuo acuerdo con el vendedor. Se recibe y corrobora la mercancía, se ve que esté en buenas condiciones y que no haya llegado nada incompleto, con fallas o con algún desperfecto, en caso de que lo exista se emite una devolución o un cambio de mercancía. Una vez esto el cliente firma o procede a efectuar el pago dependiendo del acuerdo al que se haya llegado anteriormente. Una vez terminado el proceso de

despacho a todos los clientes establecidos en el día el transporte regresa a la empresa, y el encargado del reparto procede a entregar las facturas o pagos correspondientes al departamento de ventas o almacén, para poder actualizar las cuentas por cobrar y que estos puedan llevar un control al día de todas las ventas y despachos generados.

### **2.2.5. Procesos de Distribución**

La distribución es aquel conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido comprado por el consumidor final, y que tiene por objeto precisamente hacer llegar el producto (bien o servicio) hasta el consumidor. La distribución comercial es responsable de que aumente el valor tiempo y el valor lugar a un bien. Por ejemplo, una bebida refrescante tiene un valor por su marca, imagen y sabor, la distribución comercial aumenta el valor tiempo y valor lugar poniéndola a disposición del cliente en el momento y lugar en que la necesita o desea comprarla.

La distribución es uno de los aspectos o variables más importantes de la mezcla de mercadotecnia, pues sin esto jamás podría llegar el producto a su objetivo final que es el de los consumidores. Para que las ventas se produzcan no basta con tener un producto bueno, a un precio conveniente y que sea conocido por los consumidores, sino que es necesario además que sea accesible para los consumidores. En este sentido, es preciso situar el producto en los puntos de venta donde los consumidores adquieren los bienes.

Las decisiones sobre distribución tienen para la empresa un carácter estratégico, ya que no es tan fácil modificar un canal de distribución como pueda serlo actuar sobre otras variables. La posición que la empresa ocupa en el proceso de distribución es un elemento crucial en los problemas a que se enfrenta. Así, una empresa de fabricación tendrá que decidir sobre los canales de distribución que utiliza, las funciones que asume, las condiciones y el grado de presencia que quiere que tengan sus productos en el mercado, mientras que para una empresa de distribución, las decisiones estribarán en la selección de proveedores, la negociación con ellos de las condiciones

de las transacciones y la búsqueda de un mercado rentable donde actuar con sus establecimientos comerciales. Esta diferenciación, en la medida en que se dan fenómenos de integración y de absorción de determinadas funciones por parte de los fabricantes o distribuidores, es cada vez más difícil de establecer.

La distribución desempeña también un importante papel social, en la medida en que tiene efectos sobre la economía de un país en su conjunto. Con cierta frecuencia se formula una crítica contra las estructuras de distribución, basada en la diferencia que existe entre el precio de venta del fabricante o productor y el precio final de venta al público. Esta crítica es infundada, en la medida en que esa diferencia de precios o margen debe servir para retribuir el conjunto de funciones asumidas en el proceso de distribución y no constituye, salvo una pequeña parte, el beneficio del intermediario. Por otra parte, cuanto mejor es el servicio ofrecido en la distribución, será más costoso dicho proceso. Así, por ejemplo, un sistema de distribución con un mayor número de puntos de venta, lo que supone al consumidor desplazamientos más cortos para adquirir el producto, implica un sistema de distribución más costoso.

### **Canales de Distribución**

La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo. Con frecuencia existe una cadena de intermediarios, en la que cada uno pasa el producto al siguiente eslabón, hasta que finalmente alcanza al consumidor o usuario final. Este proceso se conoce como canal de distribución o cadena de distribución. Cada uno de los elementos del canal tiene sus propias necesidades, que el productor debe considerar junto con las del usuario final.

### **Tipos de intermediarios**

- Agente, son personas íntimamente relacionadas a la empresa que deben respetar zonas geográficas de venta y cumplir cuotas.

- Mayoristas, adquieren sus productos directamente de los fabricantes o de los agentes, venden a los minoristas u otros fabricantes.
- Minorista, que vende al cliente final.

Los canales de distribución no se pueden restringir a los productos físicos. Pueden ser importantes para promover un servicio desde el productor al consumidor en ciertos sectores, ya que ambos canales, directos e indirectos, pueden ser utilizados. Los hoteles, por ejemplo, pueden vender sus servicios directamente o con agentes, operadores de viaje, líneas aéreas, tableros turísticos, sistemas centralizados de reservas, entre otros.

### **Miembros de los canales**

Los canales de distribución pueden tener distintos niveles. Kotler definió el nivel más simple, el del contacto directo sin intermediarios implicados, como el canal nivel cero. El nivel siguiente, es el canal nivel uno, caracterizado por un intermediario; en bienes de consumo un minorista, para las mercancías industriales un distribuidor. En mercados pequeños es práctico llegar a todo el mercado usando apenas los niveles cero y uno. En mercados grandes un segundo nivel, distribuidor por ejemplo, se utiliza principalmente para ampliar la distribución a un gran número de minoristas de cada vecindad.

### **Estructura de los canales**

A los varios niveles de la distribución, a los que se refieren como la longitud del canal, Lancaster y Massingham también agregaron otro elemento estructural, la relación entre sus miembros:

- Convencional o de flujo libre, canal con una gama de intermediarios por donde llegan las mercancías al usuario final.
- Transacción única, un canal temporal que se puede instalar para una transacción; por ejemplo, la venta de un proyecto específico.

- Sistema de comercialización vertical, es aquél en que los elementos de la distribución se integran.

### **Mercado interior**

En algunas organizaciones esto puede estar formalizado, pues las mercancías se transfieren entre las distintas partes de la organización con un precio de transferencia. Para fines prácticos, con la excepción posible del mecanismo de tasación en sí mismo, este proceso se debe ver cómo relación normal entre comprador y vendedor. El hecho de que este sea un mercado prisionero, dando por resultado un precio de monopolio, no debe desalentar a los participantes de emplear técnicas de comercialización. Menos obvio, pero práctico, es el uso de la comercialización por servicio entre departamentos administrativos; para optimizar su contribución a sus clientes del resto de la organización, los ejemplos de organizaciones no lucrativas al tratar con sus clientes, ofrecen un paralelo muy útil.

### **Decisiones de canal**

- Estrategia total
- Estrategia del canal
- Producto

### **2.3 Definición de Términos**

**Amortización:** es un término económico y contable, referido al proceso de distribución de gasto en el tiempo de un valor duradero. Adicionalmente se utiliza como sinónimo de depreciación en cualquiera de sus métodos. Se emplea referido a dos ámbitos diferentes casi opuestos: la amortización de un activo y la amortización de un pasivo.

**Asientos de Cierre:** es un asiento por el que se cierra la contabilidad en un momento determinado. Sirve para separar un ejercicio económico de otro.

**Asientos de Regularización:** al finalizar el ejercicio económico la empresa anula todas sus cuentas de ingresos y gastos obteniendo una única cuenta que recoge el beneficio o pérdida. Si el saldo de esta cuenta es deudor hablaremos de pérdida, y si es acreedor, de beneficio.

**Cierre de Contabilidad:** es el proceso que consiste en cancelar las cuentas de resultados (compuestas por las cuentas de ingresos, gastos, costos de venta y costos de producción) y trasladar dichas cifras a las cuentas de balance respectivas (activo, pasivo y patrimonio).

**Distribución:** es aquel conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido comprado por el consumidor final, y que tiene por objeto precisamente hacer llegar el producto (bien o servicio) hasta el consumidor.

**Mayorista:** es un componente de la cadena de distribución, en que la empresa o el empresario no se pone en contacto directo con los consumidores o usuarios finales de sus productos, sino que entrega esta tarea a un especialista. El mayorista es un intermediario entre el fabricante y el usuario intermedio.

**Minorista:** es la empresa comercial o persona en régimen de autónomo que vende productos al consumidor final. Son el último eslabón del canal de distribución, el que está en contacto con el mercado.

**Registro Contable:** es la afectación o asiento que se realiza en los libros de contabilidad de un ente económico, con objeto de proporcionar los elementos necesarios para elaborar la información financiera del mismo.

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLOGICO**

El marco metodológico es el conjunto de acciones destinadas a describir y analizar el fondo del problema planteado, a través de procedimientos específicos que incluye las técnicas de observación y recolección de datos, determinando el “cómo” se realizará el estudio; esta tarea consiste en hacer operativa los conceptos y elementos del problema que se estudiaran para así resolverlos con mayor eficacia y rapidez; al respecto Tamayo y Tamayo (2003:37), la define como “un proceso que, mediante el método científico, procura obtener información relevante para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento”, dicho conocimiento se adquiere para relacionarlo con las hipótesis presentadas ante los problemas planteados.

#### **3.1 Tipo y Diseño de la Investigación**

De acuerdo con Hurtado y Toro (1998:149), “el diseño de investigación representa una de las unidades específicas dentro del holotipo de la investigación y su clasificación estará más dada por los procedimientos utilizados por el investigador y no exclusivamente por los objetivos”. Arias (2006:23), señala que en un estudio pueden identificarse diversos tipos de investigación, existiendo muchos modelos y diversas clasificaciones, sin embargo, independientemente de la clasificación utilizado “todos son tipos de investigación, y al no ser excluyente, un estudio puede ubicarse en las de una clase”.

La investigación se desarrolló bajo un tipo de investigación de proyecto factible. El proyecto factible consiste en la “investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de

políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos” (2006:21). Este tipo de proyectos se apoya en una investigación de tipo documental y de campo.

La propuesta que lo define puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos, que sólo tienen sentido en el ámbito de sus necesidades. Este concepto posee bastante relación con el presente trabajo, ya que se buscan soluciones y nuevos diseños que se pueden aplicar para resolver las incógnitas planteadas en el primer capítulo y que le traigan a la empresa caso de estudio mejoras significativas que contribuyan al progreso de la organización; para esto se realizarán tres fases perfectamente importantes y significativas para lograr dichos objetivos planteados.

En el presente trabajo la investigación se centró en la solución de un problema planteado especialmente en el capítulo uno, mediante la realización de una propuesta para diseñar nuevos lineamientos administrativos contables que sirvan de ayuda para los procesos de despacho y distribución de mercancía de la empresa Dismo 2000, C.A.. Esto se llevó a cabo para poder lograr una mayor rapidez y eficacia en cuanto al proceso de despacho de mercancía, generando una mayor satisfacción y efectividad por parte del cliente, lo que contribuyó a un mejor posicionamiento y aportó un aumento en las ventas y en su clientela, generando un gran nivel de bienestar para los clientes, una mayor rentabilidad para la organización y un proceso más eficaz, limpio y confiable. El presente trabajo de investigación se desarrolló bajo una investigación de tipo documental. Según Arias (2012),

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (p: 27)

Dicho trabajo contó con la modalidad de un diseño de campo por que el origen de la información de los datos que se recogieron está formada por los intérpretes de

dicha problemática y la información fue recogida por el autor a través de los métodos de la observación y el instrumento de recolección de datos, directamente de la problemática y de las personas competentes al caso. Según Arias (2006:31). La investigación de campo “es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos”.

### **3.2 Fases metodológicas**

Para el cumplimiento de los objetivos propuestos, la investigación está estructurada en tres (3) fases metodológicas, las cuales se describen a continuación:

#### **Fase I: Diagnosticar la situación actual que presenta la empresa en cuanto al proceso de despacho y distribución de mercancía.**

En esta primera fase, se identificaron los distintos problemas y percances que presenta la empresa en cuanto a los procesos de despacho y distribución de mercancía, las desventajas que proporcionan este tipo de inconvenientes y cualquier otro elemento que obstaculice o entorpezca el mismo. Para esta primera fase fue necesario identificar la población y muestra a utilizar, con el fin de determinar la necesidad de la creación de unos lineamientos administrativos contables para la empresa Dismo 2000, C.A. En el siguiente trabajo de grado la población a la que se le aplicó la técnica es al personal interno de la empresa, el cual fue de ocho (8) personas la cual está constituida por los trabajadores de la empresa, a su vez la muestra también fue de ocho (8) personas, compuesta por empleados y propietarios.

Por otra parte, la población utilizada para la encuesta externa fue de 30 clientes, de los cuales la muestra a elegir de la misma fue del treinta por ciento (30%) de la misma, lo que corresponde a un total de nueve (9) clientes a encuestar, que representaron a los clientes que han tenido mayor efectividad en los pagos y en sus obligaciones con la empresa. Según Tamayo y Tamayo, (1997:114), “la población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la

investigación”. Del mismo modo, Balestrini (2002:141), indica que “la muestra es, en esencia un subgrupo de la población”. Por otro lado, Arias (2006:83), establece que el muestreo que se empleo es de tipo probabilístico, ya que ese es “un proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra”. Después de lo dicho anteriormente se presentara como técnica de investigación el método de la encuesta, pues a través de este se podrá percibir de una manera más fácil y cómoda las carencias que posee la empresa en cuanto al tema de investigación. Al momento de realizar el diagnostico de la situación de la empresa también se observara y se hará un pequeño diagnostico a la competencia y ver cómo estos influyen en la imagen que representa la organización.

Como instrumento de recolección de datos se utilizó el cuestionario, el cual según Hurtado (2000:469), un cuestionario “es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre el cual el investigador desea obtener información”. Por otro lado, Arias (2006:72), define la encuesta como: “Una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismos, o en relación con un tema particular”.

El cuestionario que se usó al personal interno de la empresa constó de ocho (8) preguntas cerradas para así tener una mayor información de cómo la empresa quiere y pretende ser vista por los accionistas y empleados de la misma, con el fin de ofrecer mejoras en sus procesos y en su imagen interna para así lograr un mejor sentido de pertenencia en la organización y una mejor estancia para los empleados con respecto a los distintos métodos que conlleva el proceso de despacho y distribución de mercancía.

Por otro lado, el cuestionario realizado a los clientes de la organización constó de diez (10) preguntas cerradas, con la cual la misma brindara información para saber como desea el público externo que sea satisfecho su proceso de compra y recepción de mercancía, así como también para saber los diferentes aspectos con los que no están de acuerdo ya que genera retrasos e insatisfacción en el proceso.

La información recopilada a través del instrumento mencionado, será representada mediante tablas de frecuencia y gráficos tipo torta, conjuntamente con un breve análisis para la interpretación de los resultados de cada pregunta. Cabe destacar que este análisis individual a la hora de mostrar y presentar los gráficos, conlleva a un mejor y más fácil entendimiento, tanto por parte de la organización como por parte de los futuros estudiantes.

### **Fase II: Identificar los factores internos y externos que afectan o retrasan la distribución y despacho de mercancía.**

En el desarrollo de esta fase, los resultados obtenidos en la fase anterior con respecto al diagnóstico de la situación actual de la empresa para el desarrollo de unos lineamientos administrativos contables y a través de cuestionarios aplicados al personal interno y externo de la empresa donde reflejarían los aspectos que les gustaría que la empresa mejorara en cuanto a sus procesos de despacho y distribución de mercancía, sirvieron de apoyo para la identificación de los elementos internos y externos que retrasan o afectan el proceso antes mencionado, necesarios para dar cumplimiento a esta etapa.

Se evaluaron cuáles son los principales elementos que entorpecen y retrasan estos procesos de despacho, los cuales al identificarlos se trabajaron en ellos para poder beneficiar los distintos procesos que realiza la empresa, lo que traería una mayor captación de nuevos clientes. Para lograr una mejor comprensión y entendimiento del tema tratado se acudió a la revisión de los diferentes estudios realizados en el área, se recurrió a su vez a libros, enciclopedias y referencias bibliográficas, entre otros.

### **Fase III: Diseñar nuevos lineamientos administrativos contables para un mejor y fácil manejo del despacho y distribución de mercancía en la empresa Dismo 2000, C.A.**

En esta última fase, se realizó un profundo análisis sistémico para diseñar los nuevos lineamientos administrativos contables de la empresa, para esto se tomó en

cuenta y se hizo uso de los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos mencionados y explicados anteriormente, con la finalidad de crear unos lineamientos eficaces, buenos y suficientes para mejorar los procesos en la empresa. El diseño de estos lineamientos administrativos contables se rigió bajo una estructura específica del diseño, la cual está compuesta por:

- Propuesta
- Título de la Propuesta
- Objetivos Generales
- Objetivos específicos
- justificación
- Factibilidad
- Diseño de la Propuesta

### **3.3 Factibilidad del Instrumento**

Para Hernández, Fernández y Baptista (1998:243) “la validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que quiere medir”. La validación del instrumento se obtuvo a través del juicio de expertos, actividad que se revisó en todas las fases de la investigación, a fin de someter el modelo a la consideración y juicio de conocedores de la materia en cuanto a promoción y metodología se refiere y así facilitar el montaje metodológico del instrumento tanto de forma como de fondo, con el fin único de su evaluación y al considerar la misma, hacer las correcciones que tuvieran lugar, para de esta forma garantizar la calidad y certidumbre del modelo. Cada experto recibió una planilla de validación, donde se recogió la información. Esta planilla contiene los siguientes aspectos de información por cada ítem: presentación, calidad, pertinencia, relevancia y factibilidad.

**Factibilidad del Instrumento**

**Instrumento para la Validación**

<b>CRITERIOS</b>	<b>APRECIACIÓN CUALITATIVA</b>			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del Instrumento				
Calidad de la redacción de los Ítem				
Pertinencia de los gráficos con los análisis				
Relevancia de contenido				
Factibilidad de aplicación				

**Apreciación Cualitativa**

---

---

---

**Observaciones**

---

---

---

**Validado por:** \_\_\_\_\_ **Profesión:** \_\_\_\_\_

**Lugar de Trabajo** \_\_\_\_\_

**Cargo que Desempeña:** \_\_\_\_\_

**Fecha** \_\_\_\_\_ **Firma** \_\_\_\_\_

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS**

Se entiende como resultado a la consecuencia final de una serie de acciones o eventos, expresados cualitativa o cuantitativamente. El no alcanzar un resultado en una operación puede indicar que las acciones son ineficientes, inefectivas o defectuosas. Según Hurtado (2000:181), “el propósito del análisis es aplicar un conjunto de estrategias y técnicas que le permiten al investigador obtener el conocimiento que está buscando, a partir del adecuado tratamiento de los datos recogidos.”

En este sentido, para darle un uso correcto a la información recaudada se presentan los análisis de resultados por cada una de las fases correspondientes a los objetivos de investigación. Uno de los aspectos más importantes y resaltantes en una investigación es el análisis de datos, dado que en este se explica toda la información recogida en el proceso de recolección de datos y se detallan los resultados, con la finalidad de llevar a cabo el objetivo de la investigación. Una vez aplicados los instrumentos de recolección de datos, se tuvo acceso a información que permitió llegar a conclusiones y así solucionar el problema formulado.

#### **4.1 Interpretación de los resultados**

##### **Fase I: Diagnosticar la situación actual que presenta la empresa en cuanto al proceso de despacho y distribución de mercancía.**

Inicialmente, se procedió con la técnica de la encuesta, mediante la cual, el investigador verificó la existencia de una problemática con respecto a la empresa, Dismo 2000, C.A., en relación al proceso de despacho y distribución de mercancía, todo esto conllevó al planteamiento de la investigación. Luego, se realizó un cuestionario para poder determinar la situación actual y la necesidad de crear unos lineamientos administrativos contables para mejorar ciertos procesos,

tomando como muestra ocho (8) personas que conforman el personal interno de la empresa, y a su vez se tomo otra muestra de nueve (9) clientes de dicha empresa, a quienes se les aplicó encuestas totalmente distintas para saber sus distintas opiniones e incomodidades hacia esta problemática. Se procedió a una revisión bibliográfica a nivel de textos, trabajos de grados, e información vía web, tanto dentro como fuera de la facultad de ciencias sociales de la universidad José Antonio Páez.

Lo anterior mencionado fue realizado a objetivo de lograr determinar el planteamiento de la investigación que aquí se condujo a darle cumplimiento al objetivo específico uno (1): Diagnosticar la situación actual que presenta la empresa en cuanto al proceso de despacho y distribución de mercancía. A continuación se presentan los resultados del primer cuestionario aplicado, el cual fue al personal interno de la organización. Aquí se presentan gráficos para demostrar los resultados del cuestionario y un respectivo análisis para una mejor explicación de los mismos.

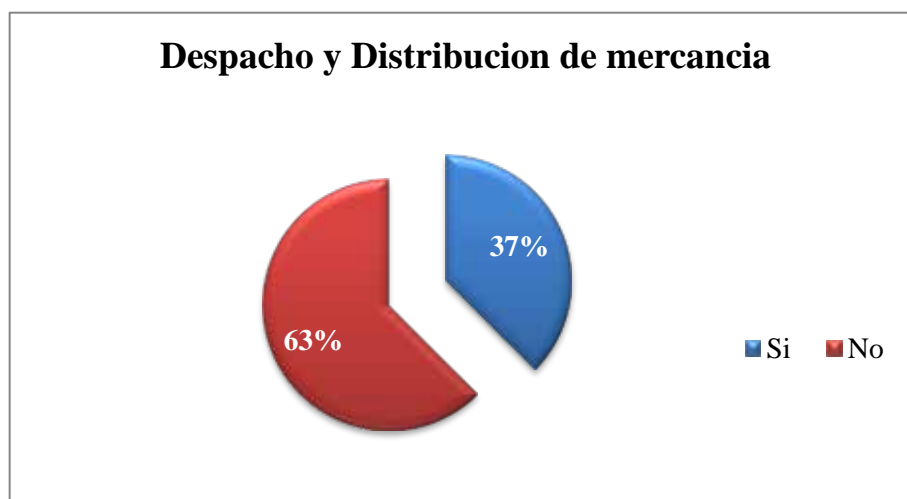
**Ítem 1:** ¿Conoce usted cómo funciona el proceso de despacho y distribución de mercancía en la empresa?

**Tabla 1**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	3	37%
No	5	63%
Total	8	100%

Fuente: Obregón. R (2017)

**Grafico 1**



Fuente: Obregón. R (2017)

**Análisis:** Tomando en cuenta los resultados arrojados por los 8 empleados de la empresa, Dismo 2000, C.A., se dedujo que un 63% no conoce cómo funciona el proceso de despacho y distribución de mercancía en la empresa lo que genera falta de información a la hora de inconvenientes o retrasos en la llegada de mercancía, trayendo como consecuencia la desinformación y molestia al momento que esto suceda. A su vez, solo un 37% tiene conocimiento del mismo lo cual no es beneficioso pues toda la empresa debería tener conocimientos de cómo funcionan estos procesos.

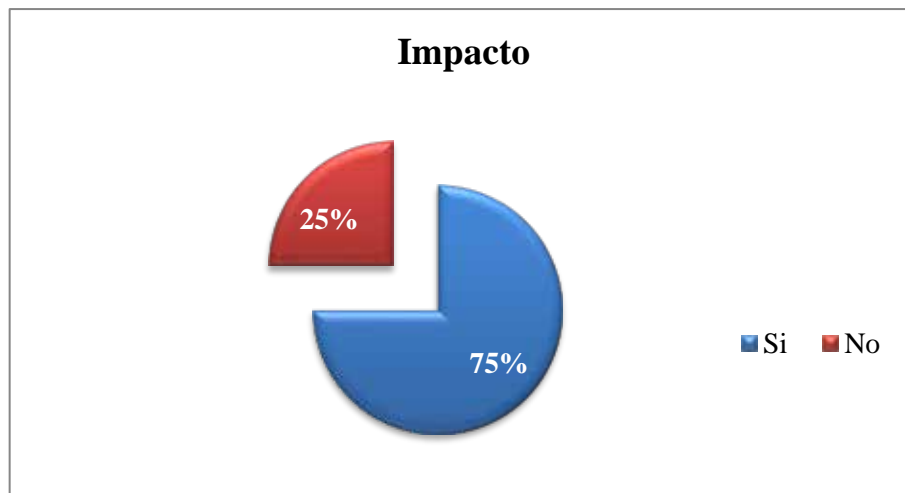
**Ítem 2:** ¿Considera usted que la efectividad en los procesos de despacho y distribución de mercancía producen un gran impacto ante sus clientes?

**Tabla 2**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	6	25%
No	2	75%
Total	8	100%

Fuente: Obregón. R (2017)

**Grafico 2**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** Según el 75% de los empleados encuestados, la efectividad en los procesos de despacho y distribución de mercancía producen un gran impacto ante sus clientes, ya que mientras más rápido llegue la mercancía al punto de venta más rápido podrá tener salida, generando nuevamente una orden de pedido. Mientras que el 25% piensa y considera que dicha efectividad no influye considerablemente ante sus clientes, esto trae como consecuencia la insatisfacción del cliente, dando paso a que el mismo tenga que buscar la mercancía por sus propios medios o en otros casos, a través de la competencia.

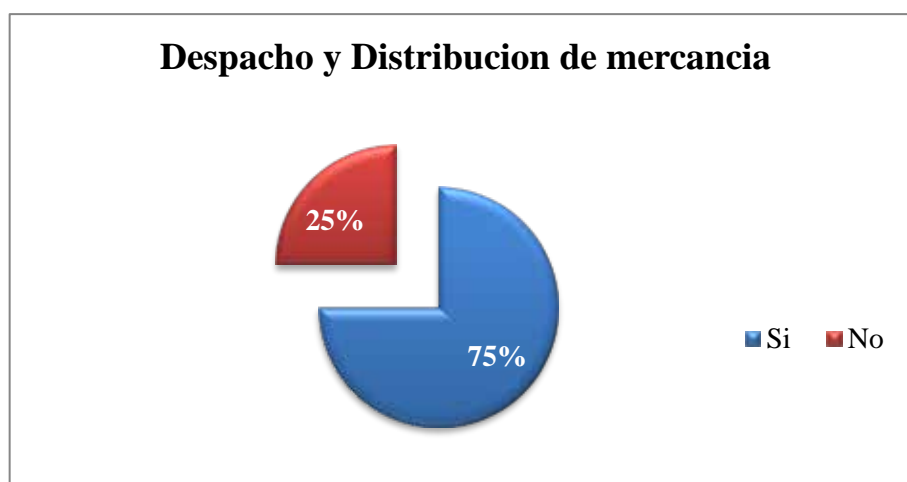
**Ítem 3:** ¿Considera usted que la empresa necesita mejorar los procesos de despacho y distribución de mercancía?

**Tabla 3**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Obregón. R. (2017)

**Grafico 3**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** Según el 100% de los empleados encuestados, un 75% considera que la empresa necesita mejorar los procesos de despacho y distribución de mercancía, ya que piensan que dicha mejora sirve para un mejor posicionamiento y una mejor proyección hacia con sus clientes, lo que traería como resultados la fidelidad con la empresa por parte del cliente, generando así recomendaciones y nuevas órdenes de pedido. Por otra parte, no mejorar los procesos de despacho y distribución de mercancía, traería como consecuencia que los clientes dejen de generar pedidos por retrasos y problemas en los mismos, generando así una caída en las ventas de la organización y una reacción negativa por parte de los clientes.

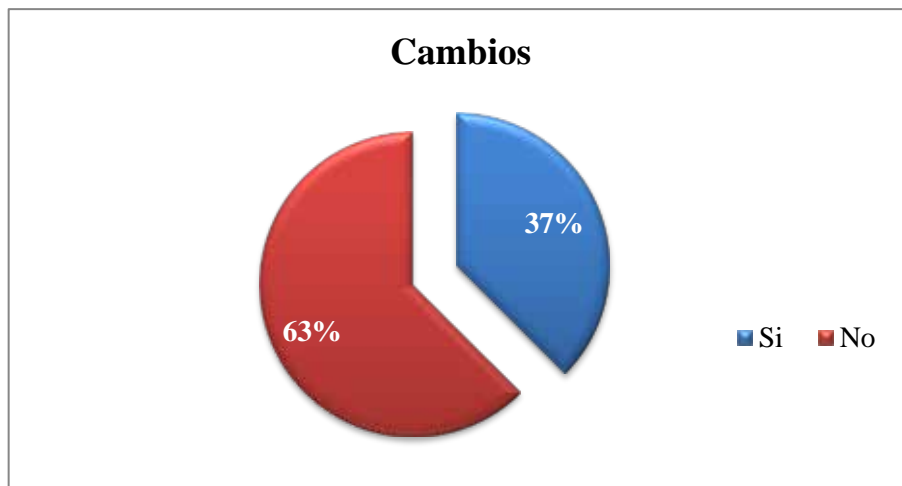
**Ítem 4:** ¿Está usted informado sobre los cambios en la empresa en cuanto al proceso de despacho y distribución de mercancía?

**Tabla 4**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	3	37%
No	5	63%
Total	8	100%

Fuente: Obregón. R. (2017)

**Grafico 4**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** Según el 100% de los empleados encuestados, un 63% afirma no conocer sobre los nuevos cambios que se están haciendo en la organización en cuanto a los procesos de despacho, pues no se ha notificado en ninguna parte de la empresa, esto trae como consecuencia molestia por parte del personal ya que opinan que existe falta de comunicación y no están informados de las mejoras que se quieren hacer en sus áreas de trabajo, generando disgusto a la hora de realizar las tareas correspondientes. Por otra parte el 37% del resto del personal manifiesta si estar informado sobre los cambios que la organización busca hacer.

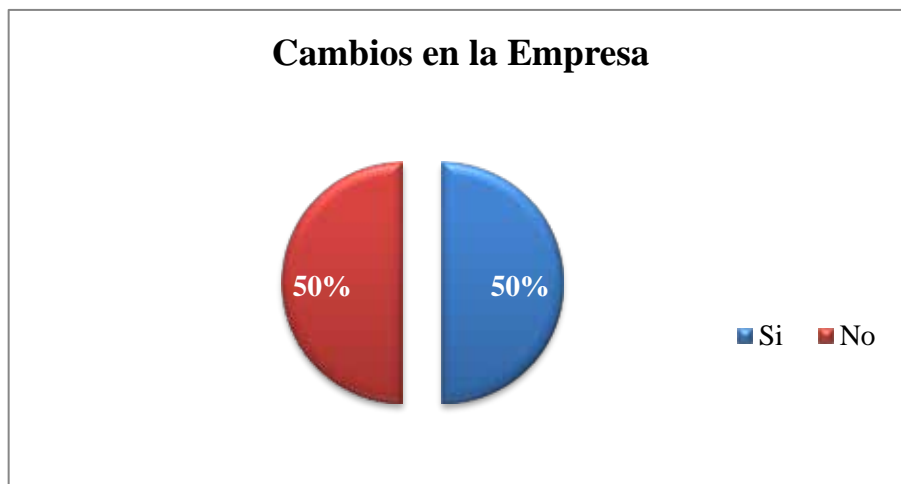
**Ítem 5:** ¿Cree usted que unos nuevos lineamientos administrativos contables contribuirán a fortalecer los despachos en la empresa?

**Tabla 5**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	4	50%
No	4	50%
Total	8	100%

Fuente: Obregón. R. (2017)

**Grafico 5**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** Según la encuesta realizada al personal, un 50% afirma creer que unos nuevos lineamientos administrativos contables contribuirán a fortalecer los despachos en la empresa, porque a través de esto el cliente estará mas contento y satisfecho con el servicio recibido generando una fidelidad y una confianza con la empresa, obteniendo con esto una alza en las ventas, recomendaciones ante nuevos clientes y un buen posicionamiento en el mercado, mientras que el otro 50% no cree que eso contribuya con los procesos si no llegan a aplicarse, porque opinan que de tener unos lineamientos pero que estos no se cumplan no traería ningún tipo de beneficios a la organización ya que solo quedara plasmado teóricamente.

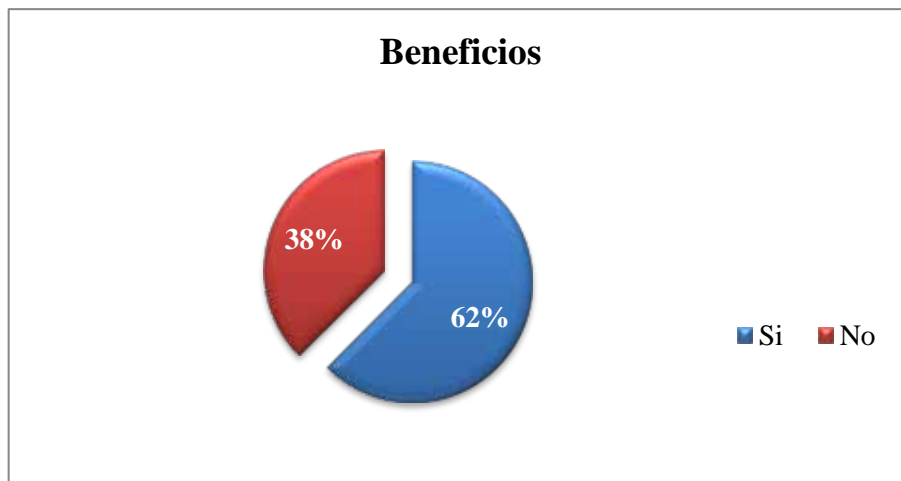
**Ítem 6:** ¿Cree usted que con la aplicación de unos nuevos lineamientos administrativos contables para mejorar el proceso de despacho, le traería beneficios a la empresa?

**Tabla 6**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	5	62%
No	3	38%
Total	8	100%

Fuente: Obregón. R. (2017)

**Grafico 6**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** Según la encuesta realizada al personal, un 62% cree que la empresa tendría beneficios a raíz de la aplicación de nuevos lineamientos administrativos contables porque a través de esto los procesos serían más rápidos y más eficaces a la hora de darle respuesta al cliente, generando confianza y satisfacción para ellos. Mientras que un 38% del personal opina que eso no influiría en los beneficios que pueda obtener la organización ya que opinan que de igual manera pueden existir otros factores que retrasen o entorpezcan el proceso de despacho y distribución de mercancía.

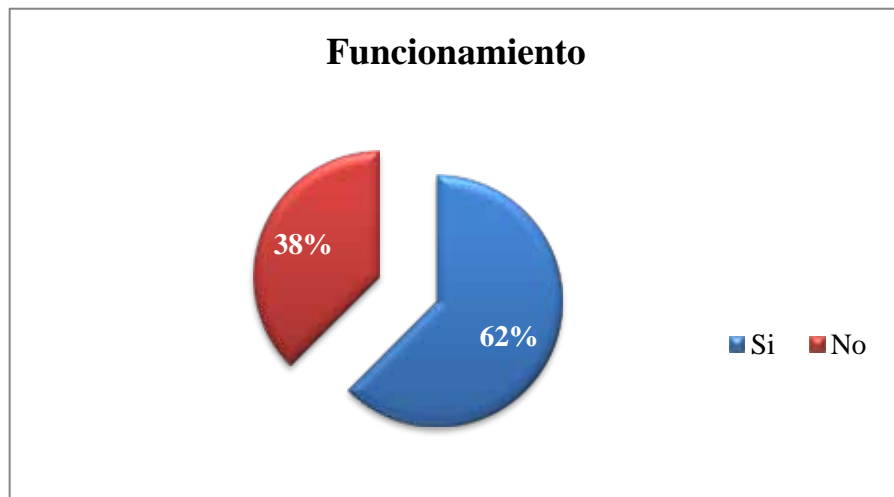
**Ítem 7:** ¿Tiene conocimientos de que existe un control en las operaciones administrativas contables para el funcionamiento de los procesos de despacho?

**Tabla 7**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	5	62%
No	3	38%
Total	8	100%

Fuente: Obregón. R. (2017)

**Grafico 7**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** Según la encuesta realizada al personal, un 62%, tiene conocimiento sobre la existencia de un control en las operaciones administrativas contables para los procesos de despacho, esto trae como beneficio que el personal de la empresa sepa que tareas debe realizar en el momento o trabajo correspondiente. La mayoría del personal que tiene conocimiento de esto es porque poseen más antigüedad en la organización, mientras que un 38% afirma no conocer sobre la existencia de estos controles lo cual es perjudicial para la empresa ya que muchas veces no saben cómo atender o llevar a cabo ciertos problemas que se presenten.

**Ítem 8:** ¿Cree usted que los procesos administrativos que se aplican en la empresa permiten que los procesos de despacho se realicen rápidamente?

**Tabla 8**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	3	37%
No	5	63%
Total	8	100%

Fuente: Obregón. R. (2017)

**Grafico 8**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** Según la encuesta realizada al personal, un 63%, es decir, cinco (5) empleados opinan que los procesos administrativos que se aplican en la empresa no permiten que los procesos de despacho se realicen rápidamente porque opinan que existen muchas trabas para poder llevar a cabo el proceso, esto trae como consecuencia que los mismos se demoren muchas veces por situaciones que pueden ser solventadas rápidamente pero a raíz de esto es que se generan retrasos e insatisfacción en el cliente. Un 37% opina que gracias a estos pasos el proceso de despacho se realiza eficazmente ya que de no existir traería desorden y desorganización a la hora de elaborar las tareas.

A continuación se presentan los resultados del segundo cuestionario realizado, el cual fue elaborado a un porcentaje específico de clientes que posee la organización.

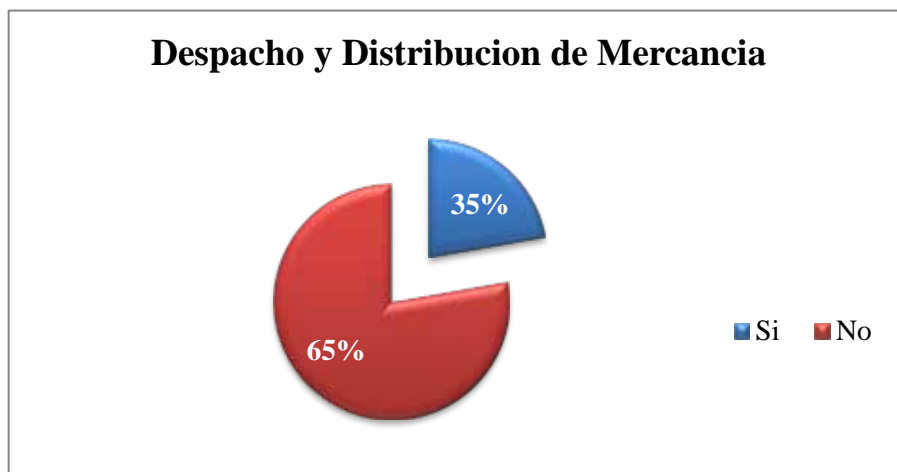
**Ítem 1:** ¿Conoce usted cómo funciona el proceso de despacho y distribución de mercancía?

**Tabla 1**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	2	35%
No	7	65%
Total	9	100%

Fuente: Obregón. R. (2017)

**Grafico 1**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** Tomando en cuenta los resultados arrojados por los 9 clientes externos de la empresa, Dismo 2000, C.A., se dedujo que un 65% no conoce como funciona el proceso para que la mercancía llegue a su establecimiento, lo que trae como efecto que no tengan conocimiento de los distintos pasos que hay que realizar para poder llevar a cabo las ordenes de pedido, y que a su vez no entiendan el retraso que se puede generar en ocasiones. A su vez solo un 35% tiene conocimiento del funcionamiento del mismo lo que los hace más claros a la hora de cualquier retraso que tenga la mercancía.

**Ítem 2:** ¿Está usted conforme con el servicio prestado de la empresa Dismo 2000, C.A. en cuanto a despacho de mercancía?

**Tabla 9**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	4	44%
No	5	56%
Total	9	100%

Fuente: Obregón R. (2017)

**Grafico 9**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** El 56% de los clientes encuestados manifestaron no estar conforme con el servicio prestado por la empresa en cuanto a despacho de mercancía, ocurriendo esto por los distintos retrasos y demoras que ocurre con la llegada de la mercancía. Esto trae como consecuencia que los clientes tengan que recurrir a comprar mercancía en otros establecimientos, por ejemplo, la competencia. Mientras que un 44% que representa a cuatro (4) clientes de la muestra manifestaron si estar conformes con el servicio prestado, pero hicieron énfasis en que podrían haber mejoras en el mismo.

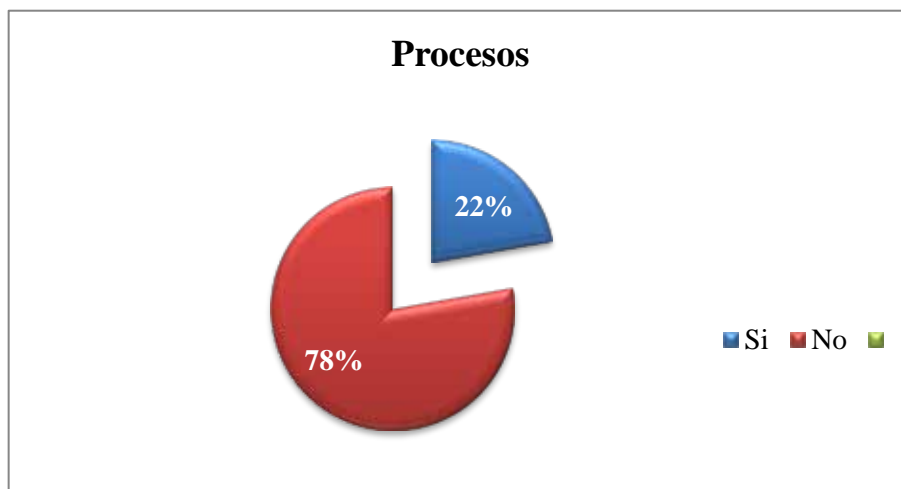
**Ítem 3:** ¿Considera usted que la empresa requiere mejorar los procesos administrativos contables en general?

**Tabla 5**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	2	22%
No	7	78%
Total	9	100%

Fuente: Obregón. R. (2017)

**Grafico 5**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** Según la encuesta realizada a los 9 clientes de la empresa, el 78% piensa que la empresa no requiere mejorar los procesos de los cuales tienen conocimiento ya que han ido funcionando de una manera correcta por un largo periodo de tiempo. Por otro lado el 22% restante considero que la empresa si pudiera mejorar ciertos procesos ya que le otorgaría beneficios tanto a los clientes como a la misma organización porque a través de esto se puede generar mayor rapidez tanto en las ventas como en las cuentas por cobrar, como en cualquier otra etapa del proceso que contribuya al mejoramiento de los mismos.

**Ítem 4:** ¿Considera usted que la empresa necesita mejorar sus procesos administrativos para que el proceso de despacho sea más eficaz?

**Tabla 2**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	6	82%
No	3	18%
Total	9	100%

Fuente: Obregón. R. (2017)

**Grafico 2**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** Según el 82% de los clientes encuestados, consideraron que la empresa si necesita mejorar sus procesos administrativos para que los despachos sean más efectivos, ya que con esto quizás se puedan acortar ciertas etapas que generan retrasos en el proceso y que traen insatisfacción hacia el cliente. Así mismo el 18% restante considero que la empresa como tal no necesita una mejora en esos procesos, pues están conformes con el servicio recibido y prefieren dejar el proceso tal cual lo han estado recibiendo.

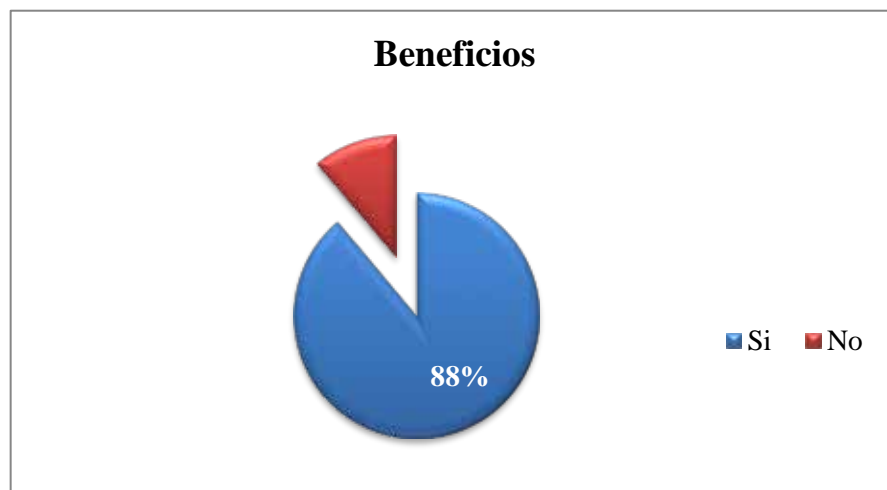
**Ítem 5:** ¿Cree usted que un cambio en los procesos administrativos traería beneficios a la empresa?

**Tabla 3**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	8	88%
No	1	12%
Total	9	100%

Fuente: Obregón. R. (2017)

**Grafico 3**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** El 12% de los encuestados considero que la empresa no tendría beneficios a través de un cambio en sus procesos administrativos, ya que piensan que la empresa cuenta con unos buenos métodos de trabajo. A su vez el otro 88% considero que la empresa si necesita de un cambio en dichos procesos para lograr con esto mayor efectividad y facilidad a la hora de satisfacer las necesidades del cliente, ya que los pedidos podrían llegar con mayor rapidez a las manos del punto de venta trayendo satisfacción y fidelidad por parte del cliente pues sus pedidos serán atendidos con la mayor rapidez posible generándole a la organización mayor fluidez en sus cuentas por cobrar y mayor ordenes de pedidos.

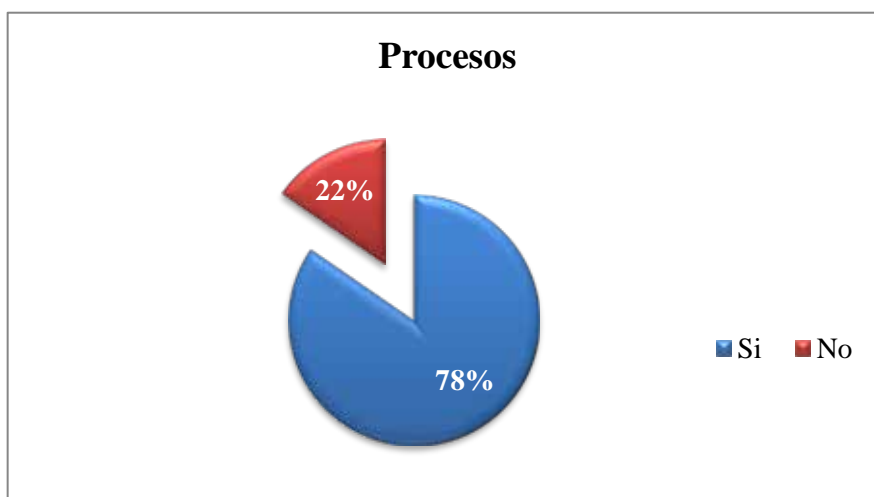
**Ítem 6:** ¿Le gustaría que la empresa fuera más rápida en sus procesos de distribución?

**Tabla 6**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	7	78%
No	2	22%
Total	9	100%

Fuente: Obregón. R. (2017)

**Grafico 6**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** Efectivamente el 78% de los clientes de la empresa le gustaría que fueran más rápidos en sus procesos de distribución, ya que con esto la mercancía puede rotar más rápido y generar nuevamente ordenes de pedidos porque de caso contrario el cliente se tiene que ver obligado a comprar la mercancía por otros medios, como mercados locales, mayoristas, o la misma competencia, para poder tener mercancía para el cliente final. A su vez, el 22% restante manifiesta estar contento con el servicio recibido en cuanto a prontitud y efectividad, pero también hace énfasis en que el proceso podría ser mejorado en cuanto a velocidad se refiere.

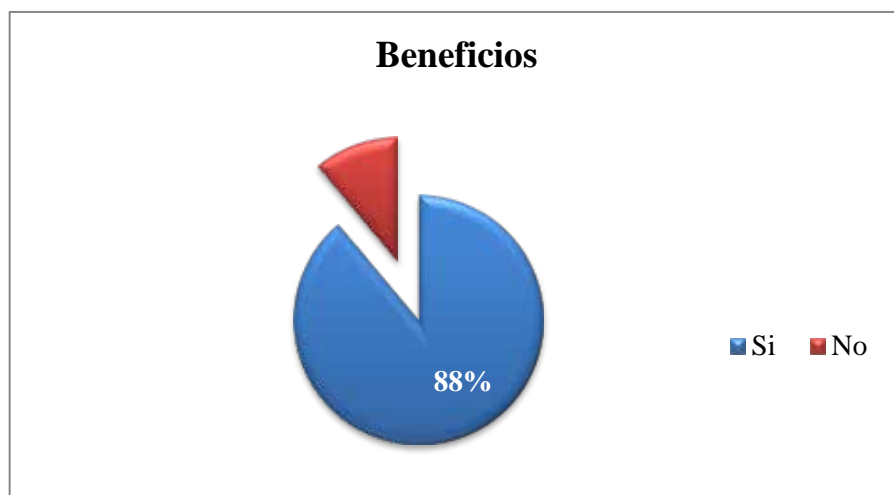
**Ítem 7:** ¿Cree usted que un cambio en los procesos administrativos le traería beneficios como cliente?

**Tabla 4**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	8	88%
No	1	12%
Total	9	100%

Fuente: Obregón. R. (2017)

**Grafico 4**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** Tomando en cuenta el criterio y opinión de los clientes externos de la empresa el 88% considero que ellos como clientes si tendrían beneficios mejorando ciertos procesos en la empresa ya que los pedidos le llegarían con mayor rapidez y eficacia y con esto los productos podrán salir con mayor frecuencia y continuidad, generando más ventas y pedidos para ambas partes. Mientras que solo el 12% considero que no obtendrían algún cambio con las mejoras que la organización pueda tener a menos que sean realizadas en un corto periodo de tiempo para que ambas partes puedan salir beneficiadas.

**Ítem 8:** ¿Cree usted que hay factores internos que puedan intervenir en la rapidez de los procesos de despacho y distribución?

**Tabla 7**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	6	67%
No	3	33%
Total	9	100%

Fuente: Obregón. R. (2017)

**Grafico 7**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** Según la encuesta realizada al 100% de los clientes externos, el 67% cree que hay factores internos en la organización que pueden interferir en los procesos de distribución de mercancía ya que todo depende de los diferentes controles que tenga la empresa, pues opinan que si varias de las etapas son muy engorrosas esto trae retrasos a los procesos que se llevan a cabo para que la mercancía le llegue al cliente en corto tiempo. Por otro lado, el 33% restante piensa que los factores internos no influyen en los diferentes procesos, ya que la organización debería tenerlos bien controlados para que no existan inconvenientes en el proceso.

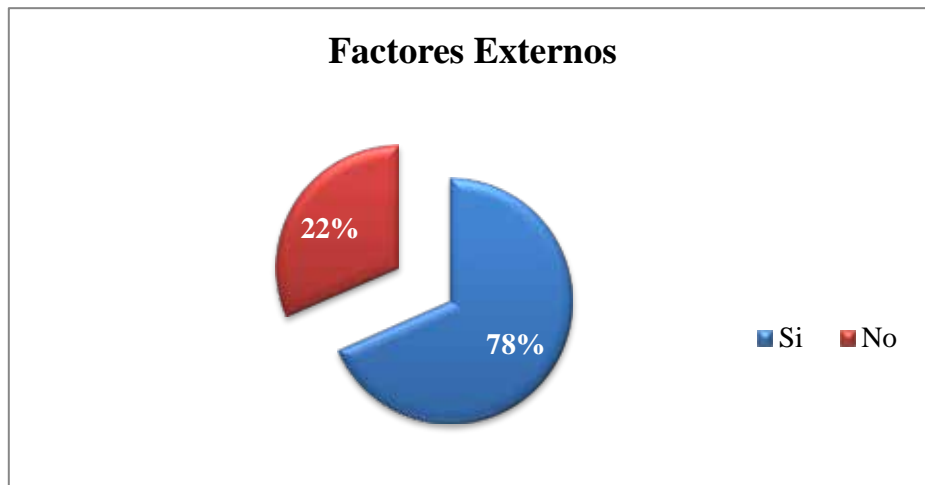
**Ítem 9:** ¿Cree usted que hay factores externos que puedan intervenir en la rapidez de los procesos de despacho y distribución?

**Tabla 8**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	7	78%
No	2	22%
Total	9	100%

Fuente: Obregón. R. (2017)

**Grafico 8**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** Al realizar la encuesta al 100% de los clientes externos, el 78% equivalente a 7 clientes piensan que si hay factores externos que puedan influir o retrasar los procesos de despacho de la organización, y de los cuales están consientes que por estos factores muchas veces se pueden presentar inconvenientes con los despachos y demás tareas que se tengan pendientes en la organización y que se escapen de las manos de la misma. Mientras que un 22% de los encuestados piensa que esos factores no deben ser causa para retrasar los distintos procesos, ya que opinan que la organización debería estar preparada para cada eventualidad que surja.

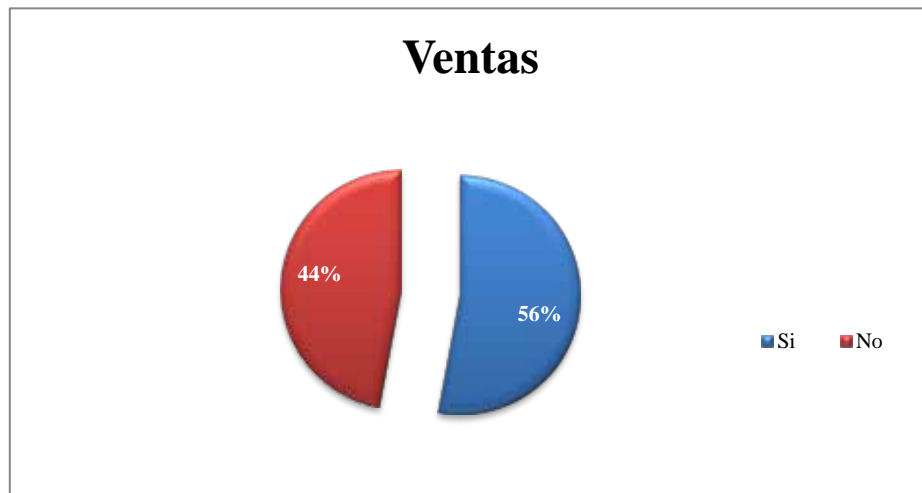
**Ítem 10:** ¿Cree usted que de persistir ciertos retrasos en los procesos de despacho y distribución de mercancía esto le restaría ventas a la empresa Dismo 2000, C.A.?

**Tabla 10**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	5	56%
No	4	44%
Total	9	100%

Fuente: Obregón. R. (2017)

**Grafico 10**



Fuente: Obregón. R. (2017)

**Análisis:** Un 56% de los encuestados considero que estos retrasos en los procesos de despacho y distribución de mercancía si le pueden restar ventas a la organización pues podrían comprarle a la competencia para evitar demoras en la llegada de mercancía, pudiendo perder posicionamiento en el mercado nacional, situación que conlleva a una caída de las ventas por insatisfacción del cliente. Por otra parte, un 44% de los encuestados opina que no es un factor importante como para restarle ventas a la organización siempre y cuando los despachos sean en un periodo prudencial.

## **Fase II: Identificar los factores internos y externos que afectan o retrasan la distribución y despacho de mercancía.**

A raíz de los cuestionarios realizados anteriormente, en la fase I, se pudo observar a través de los encuestados la necesidad que posee la empresa de mejorar sus procesos internos en cuanto a administración y contabilidad se refiere, pues se ha detectado que por esto se genera un retraso en los procesos de despacho y distribución de mercancía. Estos procesos son de suma importancia pues con esto se puede generar un mejor clima organizacional ya que no existirían retrasos en las ventas, cobranzas o cualquier otro departamento que se pueda ver afectado. Por otra parte, también hay factores internos y externos que retrasan estos procesos, factores internos como demoras para la recepción de mercancía, exceso de pasos en el proceso de facturación y lentitud en el proceso de chequeo de mercancía.

Estos factores pueden ser fácilmente controlados o agilizados teniendo unos buenos lineamientos en la organización. Igualmente, existen unos factores externos que pueden generar problemas en estos procesos, factores externos como el clima, políticas gubernamentales, personal de despacho no directo de la empresa, y retrasos en la llegada de mercancía. Todos estos factores mencionados anteriormente pueden generar retrasos y demoras a la hora de satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto a entrega de mercancía.

Es por esto que se busca atacar estos factores de la mejor manera para poder prestarles un mejor servicio a los clientes, también con un mejor desenvolvimiento de estas técnicas se puede crear una mayor fidelidad con ellos, la captación de nuevos compradores y un mayor posicionamiento y consolidación en el mercado. En cuanto al cuestionario realizado a los clientes y personal interno de la empresa, se preguntó si tenían conocimiento de los cambios que se pensaban aplicar en esos departamentos, si estaban conformes con el servicio ofrecido, si sabían o conocían la estructura de esos procesos, entre otras preguntas que dieron pie a generar una sólida conclusión. Es por esto mencionado anteriormente que pasamos a identificar cuáles son esos elementos que necesitan ser mejorados o creados para un mejor rendimiento de la empresa.

A raíz de esto, se llegó a la conclusión de elaborar unos nuevos lineamientos administrativos contables para poder mejorar los procesos de despacho y distribución de mercancía, esto con el objetivo de lograr una mejor promoción hacia con los clientes y a su vez una mejor identificación de la empresa con ellos, pues se les cumpliría más rápido y de una manera más eficaz sus necesidades como clientes. Esto dicho anteriormente se presentara y se explicara de una mejor manera en el siguiente capítulo con el fin de lograr un mejor entendimiento por parte de los lectores.

**Fase III: Diseñar lineamientos administrativos contables para un mejor y fácil manejo del despacho y distribución de mercancía en la empresa Dismo 2000, C.A.**

Luego de dar cumplimiento a la fase I y fase II y especificar todos los factores involucrados en el proceso, se procede a realizar los lineamientos administrativos contables que darán pie al éxito y mejoras en la organización. Esto dicho anteriormente será planteado a través de la propuesta de la investigación, la cual será plasmada mediante un nuevo capítulo.

## **CAPITULO V**

### **LA PROPUESTA**

Esta propuesta tiene como finalidad dar a conocer los lineamientos administrativos contables de la empresa, Dismo 2000, C.A., los cuales necesita la organización para brindar un mejor servicio y una excelente calidad hacia sus clientes para poder establecer un mejor posicionamiento en la mente de los consumidores. Dicha propuesta consiste básicamente en diseñar unos lineamientos administrativos contables para facilitar y hacer menos engorroso el proceso de despacho y distribución de mercancía. Se espera que con este diseño se logre una mayor captación y receptividad por parte de los clientes, que faciliten el trabajo y las relaciones entre cliente-empresa.

Dismo 2000, C.A. es una empresa dedicada a la venta y distribución de productos masivos, específicamente en el sector de confitería tanto nacional como importada y de distintas marcas específicas.

#### **5.1 Lineamientos Administrativos Contables Para El Proceso de Despacho y Distribución de Mercancía**

#### **5.2 Objetivos de la Propuesta**

##### **5.2.1 Objetivo General**

- Diseñar lineamientos administrativos contables para mejorar los procesos de despacho y distribución.

##### **5.2.2. Objetivos Específicos**

- Identificar los elementos que forman parte del proceso de despacho y distribución de mercancía de la empresa.

- Especificar los factores internos y externos que influyen en los procesos de despacho de la empresa.
- Crear lineamientos administrativos contables que faciliten el proceso de despacho y distribución de mercancía en la organización.

### **5.3. Justificación de la Propuesta**

Luego de realizar el diagnóstico a la empresa se pudo percibir que la misma posee una gran debilidad en cuanto a los procesos de despacho y distribución de mercancía y lo que el cliente recibe como servicio. Es por esto, que se procedió a realizar una propuesta en la que se creen unos lineamientos para poder mejorar esta problemática. Esta propuesta logró dar una mejor identificación de la empresa con los clientes, competencia y público en general, así como también el logro de un mejor posicionamiento en el mercado y el logro de una mejor relación de la empresa con el cliente.

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

### **5.5. Diseño de la Propuesta**

Para cumplir con el objetivo general de la propuesta se procedió a realizar cada uno de los objetivos específicos.

#### **5.5.1. Identificar los elementos que forman parte del proceso de despacho y distribución de mercancía de la empresa.**

A continuación se definirán los elementos que forman parte del proceso de despacho y distribución de la empresa Dismo 2000, C.A.:

- **Recibo de la mercancía a la empresa:** se pasa a verificar la mercancía con la orden de pedido hecha por el departamento de compras para luego pasarla al área de almacén para su pronta incorporación al sistema administrativo.
- **Preparación y despacho del pedido:** se procede a hacer todos los pasos necesarios para la preparación y pronto despacho de la mercancía.

- **Transporte de la mercancía:** una vez preparado el pedido y la ruta de despacho se lleva a cabo el transporte y la salida de mercancía de la empresa hacia el punto de venta del cliente.
- **Entrega y gestión de cobranza:** luego de haber sido entregada la mercancía en el punto de venta correspondiente, se procede a cobrarle al cliente o firmar y sellar la factura dependiendo del acuerdo a que se haya llegado.

### **Recibo de la mercancía a la empresa**

El departamento de compras de la empresa en conjunto con información suministrada con el área de almacén e inventario genera una lista de pedido de mercancía con fallas o poco stock, enviándola a los distintos proveedores que se tengan, revisando anteriormente que no existan deudas o cuentas por pagar con dichos proveedores. Una vez que llega la mercancía a la organización se revisa la factura del proveedor con la orden de pedido que había hecho el departamento de compras, documentos que ampara la mercancía encargada.

Posteriormente, se asigna una zona específica para el pedido que está llegando, para que el proveedor o el mismo personal de la empresa lo descarguen en la zona ya elegida. Luego, se verifica el sello o cintas de seguridad que deben poseer los productos solicitados, en caso de no poseerlos o tener violentadas dichas cintas o sellos de seguridad se procederá a la verificación al 100% de la mercancía. El encargado del área de almacén revisa que coincidan tanto el físico de la mercancía, como la factura del proveedor, como la orden de pedidos hecha. Inmediatamente que la mercancía es verificada, chequeada y almacenada se pasa a cargar la factura en el sistema correspondiente que posea la empresa para poder empezar a generar pedidos y facturas.

### **Preparación y despacho del pedido**

Una vez aquí, se reciben los pedidos hechos por la fuerza de ventas correspondiente y a cuales clientes fueron hechos para poder verificar el límite o cupo

de crédito y demás condiciones comerciales que puedan tener como beneficio otorgado por la empresa. Se reserva y se marca la mercancía mencionada en la orden de pedido para chequear si está disponible en el inventario toda la mercancía solicitada para con esto pasar a la preparación del pedido por parte del área de embalaje y almacén, con el fin de garantizar el despacho solicitado por el cliente en el periodo de tiempo más corto posible.

Finalizado esto se pasa a marcar las cajas o la mercancía con el nombre o dirección del cliente, de igual forma también es generada una lista de despacho o ruta de entrega donde está alojada toda la información correspondiente del cliente, como nombre, dirección y números de contacto. Luego, se realiza la facturación del pedido y el cargado en el sistema tanto de la factura como de la cuenta por cobrar que se genera recién facturada la mercancía, para con esto tener un mejor control del proceso. Inmediatamente, se colocan medidas de seguridad en los artículos y se carga la mercancía en el camión correspondiente que está destinado para hacer la entrega, bien sea directo o no de la organización.

### **Transporte de la mercancía**

El vehículo antes de salir de la organización revisa que toda la mercancía o pedidos que se estén transportando tengan su factura correspondiente y que tanto los pedidos, como el vehículo y los choferes cumplan con todos los requisitos legales adecuados para así evitar demoras o problemas con las autoridades correspondientes. Una vez ha salido de la organización se dirige a entregar la mercancía en los puntos de despacho antes mencionado en la ruta, de acuerdo con la hora y las fechas pactadas. Llegada la mercancía al punto de venta específico, el cliente recibe los documentos del pedido como la factura y procede a comparar la mercancía física con lo expuesto en la misma, y revisando que toda la mercancía haya llegado en orden y que no existan fallas.

Luego de recibir el pedido y chequear que todo esté en orden el cliente firma la factura o genera el pago, dependiendo del acuerdo que se haya llegado con la

empresa. En caso de que el cliente cancele con cheque se le hace entrega de la factura original y el despachador se queda con el pago y las copias correspondientes. En caso de que sea cancelado por medio de transferencias, el cliente debe hacer entrega del soporte de pago para que le mismo sea llevado a la empresa. En caso contrario que el cliente no cancele la factura por acuerdos o créditos llegados con la organización, será tarea y obligación del vendedor correspondiente el cobro de esas cuentas.

### **Entrega y gestión de cobranza**

Luego de haber sido entregada la mercancía al cliente se genera una gestión de cobranza por parte del vendedor específico, bien sea la venta a crédito o al contado. Como se menciona anteriormente, si la venta fuese a crédito será tarea del vendedor cobrar esa factura a los días correspondientes que la empresa haya otorgado como crédito, para luego enviarla al departamento de cobranza y que sea rebajada de las cuentas por cobrar para con esto poder volver a generar un nuevo pedido y que no existan retrasos o incumplimientos de pago por parte del cliente.

### **5.5.2. Factores internos y externos que influyen en los procesos de despacho de la empresa.**

Son muchos los factores que influyen en la llegada de los pedidos, bien sea tarde o rápida la entrega hay factores importantes que muchas veces se escapan de las manos de las organizaciones pero que con buenas estrategias pueden ser neutralizados o disminuidos para que la entrega de mercancía pueda llegar rápida y eficazmente a las manos del cliente. Entre los factores internos se puede destacar el alto costo que genera tener una buena gestión de almacén e inventario pero que con esto los pedidos podrán ser organizados en un lapso de tiempo más corto; el tiempo en que los departamentos pasan las ordenes de pedidos a los proveedores o el mismo tiempo en que los encargados de almacén ordenan los próximos despachos.

Otro factor importante es la cantidad de mercancía que se tenga, pues el inventario debe estar en sitios aptos para su almacenaje y no en sitios donde la mercancía pueda

verse afectado. El personal juega un papel fundamental en estos factores internos ya que va a depender la cantidad de personal que se tenga con el volumen de ventas que genere la empresa y aparte de esto también influye la preparación y entrenamiento que se les dé ha dicho personal.

Esto dicho antes aplica para todo el personal de la empresa, desde el personal de almacén hasta el personal administrativo encargado de facturación o gestiones de cobranza. También influye en estos factores los medios físicos que se tengan en la empresa para la organización de los pedidos, si la empresa es de un nivel grande de ventas necesitara mas equipos electrónicos o mecánicos para poder facilitar el alcance de la mercancía y para que todo pueda operar más rápido en la realización de los mismos.

### **5.5.3. Lineamientos administrativos contables que faciliten el proceso de despacho y distribución de mercancía en la empresa.**

Para poder mejorar toda la problemática mencionada anteriormente se diseñaron unos lineamientos administrativos contables que den cumplimiento a las tareas que se llevan a cabo en la organización, pero que a su vez faciliten y hagan menos engorroso los distintos procesos para que la mercancía pueda llegar al cliente.

#### **Lineamientos relacionados con la llegada de mercancía a la empresa**

Establecer normas que agilicen el proceso de chequeo y verificación de mercancía, sin descuidar las fallas que pueda tener la misma a la hora de llegar a la empresa.

Actualizar de manera diaria los diferentes pedidos que están por llegar a la organización.

Recibir solo la mercancía especificada en las órdenes de pedidos hechas por el departamento de compras de la empresa.

Actualizar de manera constante la base de datos de los proveedores con el fin de facilitar la rapidez a la hora de recibir la mercancía.

### **Lineamientos relacionados con la preparación y despacho de la mercancía.**

Establecer cuatro (4) pasos y dar cumplimiento a ellos. Estos pasos contemplaran el chequeo de la orden de pedido hecha por el vendedor correspondiente, el embalaje de la mercancía, el proceso de facturación y por último la salida de la mercancía de la empresa.

Evaluaciones continuas mediante auditorías internas que permitan determinar que pedidos están pendientes por despacho y el porqué de esto.

Actualizar diariamente los pedidos hechos o pendientes por hacer para que no existan saltos en el orden de los mismos.

### **Lineamientos relacionados con el transporte de la mercancía y la gestión de cobranza.**

Establecer normas estrictas en cuanto a las rutas que se les darán al momento de la salida de la mercancía para poder garantizar la rapidez en la entrega de los pedidos.

Definir los horarios en que la mercancía será entregada a los clientes para minimizar inconvenientes con los distintos factores externos que puedan ocurrir.

Definir pautas en cuanto a los créditos que se le otorguen a los clientes, bien sea por los días, métodos de pago o créditos que no posean.

Evaluar constantemente las cuentas por cobrar, para dar cumplimiento a los días de crédito establecidos y que no existan largas en los mismos.

Implementar indicadores de gestión enfocados en ver el desarrollo del proceso de cobranza.

## CONCLUSIONES

La presente investigación se basó, en evaluar los procesos de despacho y distribución de mercancía de la empresa Dismo 2000, C.A, donde se evaluó los distintos problemas que existen en la realización de los mismos y a raíz de esto se procedió a determinar su funcionamiento, mediante la aplicación de instrumentos de encuestas, cuyas respuestas permitieron efectuar los análisis correspondientes para poder llegar a las siguientes conclusiones:

La empresa presenta una situación actual un tanto desfavorable porque tienen muchos retrasos en sus procesos de despacho y distribución de mercancía, lo que ocasiona molestias e inconformidad por parte de los clientes, lo que trae como consecuencia que el cliente busque mercancía por otros medios, perdiendo así la empresa futuras ventas. Además, el proceso de despacho y distribución de mercancía presenta muchas debilidades al momento de su elaboración, ya que existe falta de comunicación y conocimientos por parte del personal, muchas etapas en el proceso lo que lo hace tedioso y lento, ocasionando lentitud por parte del personal de la empresa y a su vez creando insatisfacción en el cliente, ya que no estará conforme con el tiempo de la llegada de la mercancía.

Por otra parte, se identificaron los factores internos y externos que influyen en la elaboración de estos procesos, para poder percibir en cuales existen demoras y problemas. En cuanto al proceso de transporte de mercancía y gestión de cobranza, también presentaron fallas en el funcionamiento de los mismos, pues al no tener las rutas claras del transporte de mercancía se retrasa todo el proceso de despacho, por otra parte se detectó lentitud y fallas en el proceso de cobranza, ocasionando atrasos en las cuentas por cobrar y en el proceso contable.

A raíz de todo eso, se permitió proponer lineamientos administrativos contables para mejorar estos procesos mencionados anteriormente, con la finalidad de poder tener un mejor desempeño a la hora de la entrega de mercancía, al momento de cobrar las facturas pendientes y al momento de facilitar los demás procesos administrativos

para poder llevar a cabo toda esta operativa, esto con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente y poder ofrecerle un completo y buen servicio.

## **RECOMENDACIONES**

Se plantea para la empresa Dismo 2000, C.A. Meza Obregón C.A., las siguientes recomendaciones:

- La aplicación inmediata de los lineamientos administrativos contables que ayudaran a lograr el posicionamiento efectivo en el mercado.
- Darle mayor importancia a las distintas informaciones y proyectos que se tengan en la organización.
- Mantener un control estricto de los lineamientos administrativos creados
- Manifiestar a todo el personal de la empresa de los cambios hechos y cómo funcionan para que así todos puedan tener conocimiento del mismo.
- Capacitar de una mejor forma al personal de la empresa.
- Realizar alianzas estratégicas que produzcan beneficios para la empresa.
- Evaluar anualmente el posicionamiento de la empresa mediante encuestas entregadas a los clientes para ver si hubo mejoras en los objetivos planteados.

Y por último, se les recomienda a los futuros investigadores sobre trabajo de grado tomar como base esta investigación tomando en consideración los aspectos técnicos observados y la información teórica descrita.

## REFERENCIAS

- Arias, Fidas (2006). **El proyecto de investigación**. Caracas. Editorial Espíteme.
- Balestrini, Mirian (2002). **Como se elabora un proyecto de investigación**. Venezuela. Servicio editorial.
- Catacora, Fernando (2008). **Sistemas y procedimientos contables**. Venezuela. Editorial McGrawHill
- Hernández, Fernández, y Baptista. (1998). **Metodología de la Investigación**. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- Hernández, Fernández y Baptista (2006). **Metodología de la investigación**. Cuarta Edición México - Editorial: McGraw-Hill
- Hurtado, Iván. Y Toro Josefina. (1998) **Paradigmas Y Métodos De Investigación En Tiempos De Cambio**. Segunda Edición. Valencia.
- Hurtado, Jacqueline (2000). **Metodología de la Investigación Holística**. Tercera Edición. Editorial Sypal.
- Izquierdo (2013). Se cita el trabajo de grado titulado **Lineamientos de control interno para el manejo adecuado de inventarios de mercancías, de los clientes de la empresa Paraíso Canario, C.A.** UJAP, San Diego.
- Leal, José (2013), en su trabajo de grado titulado **Lineamientos administrativos para el cumplimiento de los deberes formales del IVA en el marco del plan evasión cero de la empresa Multiservicios Técnicos, R.A., C.A.** UJAP, San Diego.
- Men Lan Ho (2012). Desarrollo un trabajo titulado, **Lineamientos administrativos para el mejoramiento de las funciones contables en la empresa restaurant Mega Sabor, C.A. ubicada en Valencia, Estado**, UJAP, San Diego.
- Ortega y Puerto (2013). En su trabajo de grado titulado **Lineamientos para optimizar el control interno de las cuentas por cobrar de la empresa Vene-Frenos, C.A. ubicada en San Diego, Estado Carabobo**. UJAP, San Diego.
- Tamayo y Tamayo, Mario. (2004). **El proceso de la Investigación Científica**.

Cuarta Edición. México. Editorial Limusa.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2002). **Manual de Trabajos de Grado, de Especialización y Maestría, Tesis Doctorales.** Venezuela. FEDUPEL.

## **ANEXOS**

### Cuestionario A

Gracias por tomarse parte de su tiempo para atender a dicho cuestionario. Esta va dirigida al personal interno de Dismo 2000, C.A. Por favor marque con una (X) la opción que usted considere correcta y rellene una sola selección.

N°	PREGUNTA	SI	NO
1	¿Conoce usted cómo funciona el proceso de despacho y distribución de mercancía en la empresa?		
2	¿Considera usted que la efectividad en los procesos de despacho y distribución de mercancía producen un gran impacto ante sus clientes?		
3	¿Considera usted que la empresa necesita mejorar los procesos de despacho y distribución de mercancía?		
4	¿Está usted informado sobre los cambios en la empresa en cuanto al proceso de despacho y distribución de mercancía?		
5	¿Cree usted que unos nuevos lineamientos administrativos contables contribuirán a fortalecer los despachos en la empresa?		
6	¿Cree usted que con la aplicación de unos nuevos lineamientos administrativos contables para mejorar el proceso de despacho, le traería beneficios a la empresa?		
7	¿Tiene conocimientos de que existe un control en las operaciones administrativas contables para el funcionamiento de los procesos de despacho?		
8	¿Cree usted que los procesos administrativos que se aplican en la empresa permiten que los procesos de despacho se realicen rápidamente?		

### Cuestionario B

Gracias por tomarse parte de su tiempo para atender a dicho cuestionario. Esta va dirigida a los clientes externos de Dismo 2000, C.A. Por favor marque con una (X) la opción que usted considere correcta y rellene una sola selección.

N°	PREGUNTA	SI	NO
1	¿Conoce usted cómo funciona el proceso de despacho y distribución de mercancía?		
2	¿Está usted conforme con el servicio prestado de la empresa Dismo 2000, C.A. en cuanto a despacho de mercancía?		
3	¿Considera usted que la empresa requiere mejorar los procesos administrativos contables en general?		
4	¿Considera usted que la empresa necesita mejorar sus procesos administrativos para que el proceso de despacho sea más eficaz?		
5	¿Cree usted que un cambio en los procesos administrativos traería beneficios a la empresa?		
6	¿Le gustaría que la empresa fuera más rápida en sus procesos de distribución?		
7	¿Cree usted que un cambio en los procesos administrativos le traería beneficios como cliente?		
8	¿Cree usted que hay factores internos que puedan intervenir en la rapidez de los procesos de despacho y distribución?		
9	¿Cree usted que hay factores externos que puedan intervenir en la rapidez de los procesos de despacho y distribución?		
10	¿Cree usted que de persistir ciertos retrasos en los procesos de despacho y distribución de mercancía esto le restaría ventas a la empresa Dismo 2000, C.A.		

