

**LINEAMIENTOS CONTABLES PARA
MEJORAR LOS PROCESOS DE
COMPRAS Y VENTAS DE LA
EMPRESA INVERSIONES YOGLART
CA, UBICADA EN VALENCIA, ESTADO
CARABOBO**

Hidalgo Arturo
C.I.: V-15.652.740

Fuentes: Hidalgo Arturo
C.I.: V-15.652.740



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**LINEAMIENTOS CONTABLES PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE
COMPRAS Y VENTAS DE LA EMPRESA INVERSIONES YOGLART
CA, UBICADA EN VALENCIA,
ESTADO CARABOBO**

Fuentes: Hidalgo Arturo

C.I.: V-15.652.740

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



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

**LINEAMIENTOS CONTABLES PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE
COMPRAS Y VENTAS DE LA EMPRESA INVERSIONES YOGLART
CA, UBICADA EN VALENCIA,
ESTADO CARABOBO**

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

Fuentes: Hidalgo Arturo
C.I.: V-15.652.740

Tutor: Lcdo. Daniel Mariño

San Diego, febrero del 2018



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

San Diego, Enero 2018

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Daniel E. Mariño A, portador(a) de la cédula de identidad N° 19.524.079, en mi carácter de tutor del **LINEAMIENTOS CONTABLES PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE COMPRAS Y VENTAS DE LA EMPRESA INVERSIONES YOGLART CA, UBICADA EN**

VALENCIA, ESTADO CARABOBO presentado por el ciudadano Arturo Hidalgo, portador(a) de la cédula de identidad N° 15.652.740, presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En San Diego, a los nueve (09) días del mes de marzo del año dos mil dieciocho (2018).

Lcdo. Daniel E. Mariño A. V-
19.524.079

ÍNDICE DE GRAFICOS

Grafico n°		Pp
1	Actualización de los inventarios	23
2	Conocimiento de productos	24
3	Inventario antes de la venta	25
4	Gestión de compras	26
5	Proveedores de confianza	27
6	Procedimiento de compra	28
7	Planificación de los despachos	29
8	Perdidas de los clientes	30
9	Procedimiento de compras	31
10	Información de las características del producto	32

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura n°		Pp
1	Procedimientos para la gestión de compras	40
2	Procedimientos para la gestión de ventas	41
3	Formato de salida de materiales	42
4	Formato de entrada de materiales	42
5	Formato de requisición de materiales	43
6	Formato de orden de compra de materiales	43

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO		pp.
	Resumen Informativo	v
	Introducción	1
	Capítulo	
I	Planteamiento Del Problema	3
	1.1. Formulación Del Problema	5
	1.2. Objetivos	5
	1.3. Justificación	6
II	Marco Teórico	7
	2.1. Antecedentes	7
	2.2. Bases Teóricas	13
	2.3. Definición De Términos	16
III	Marco Metodológico	20
	3.1 Tipo y Diseño de la Investigación	21
	3.2 Fases Metodológicas	21
	3.2.1 Diagnosticar la situación actual	21
	3.2.2 Identificar las debilidades y fortalezas	23
	3.2.3 Diseñar lineamientos administrativos	23
II	Resultados	24
III	Propuesta.....	36
	Conclusiones	45
	Recomendaciones	46
	Referencias	47



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

**LINEAMIENTOS CONTABLES PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE
COMPRAS Y VENTAS DE LA EMPRESA
INVERSIONES YOGLART CA, UBICADA EN VALENCIA,
ESTADO CARABOBO**

Fuente(a): Hidalgo Arturo

C.I.: V-15.652.740

Tutor(a): Lcdo. Daniel Mariño

Fecha: febrero 2018

RESUMEN INFORMATIVO

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general Proponer lineamientos administrativos y contables para mejorar los procesos de control en el área de compras y ventas de la empresa INVERSIONES YOGLART CA, ubicada en Valencia, Estado Carabobo. Metodológicamente, el diseño seleccionado es el no experimental, aplicando una investigación de campo, en un nivel descriptivo y apoyado en una revisión bibliográfica, bajo la modalidad de proyecto factible, por cuanto esta estrategia permitió dar respuesta a la problemática planteada. Para el desarrollo de la investigación se estructura en diversas fases metodológicas, las cuales se detallan a continuación Fase I Diagnosticar la situación actual de los procesos en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A, Fase II Identificar las debilidades y fortalezas de control de los procesos administrativos y contables Inversiones Yoglart C.A, y Fase III Diseñar lineamientos administrativos y contables para mejorar los procesos de control en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A, la población se trabajara con cinco (5) personas del departamento de compras y seis (6) del departamento de ventas la muestra es de tipo Intencional. Ya que se seleccionaron los casos característicos de la población limitando la muestra a estos casos. La muestra en este caso está conformada por la población antes señalada.

Palabras Claves: Lineamientos administrativos y contables, compras, ventas

INTRODUCCION

Toda organización requiere para su desarrollo de políticas, de misiones y unos propósitos que le den vida a la entidad creada de los cuales fluyen los objetivos que enmarcan las metas a lograr. Por esto, es esencial trabajar en grupos organizados, de tal manera que cada uno pueda cooperar en forma integrada con los objetivos propuestos a corto y largo plazo. Dentro del ámbito de la administración y de los negocios, las organizaciones se ven reflejadas a través de un sistema de contabilidad confiable, el cual provee la realidad financiera de la misma en relación con el desarrollo de su actividad operacional. De allí la importancia que exista un control interno de todas las actividades realizadas, pues éste permite verificar y comprobar el cumplimiento efectivo y eficaz de los objetivos inicialmente formulados.

En cualquier organización el control interno permite alcanzar los objetivos propuestos con mayor seguridad y lograr en forma efectiva el desarrollo de sus operaciones, para obtener resultados de eficiencia, eficacia y economía en la gestión empresarial. No se puede ignorar la planeación y la aplicación de un sistema de control interno que permita mantener actualizados todos los aspectos organizacionales. En la actualidad, las organizaciones realizan continuamente fiscalización de los procedimientos que en ellas se llevan a cabo, por lo que, es indispensable realizar estudios que permitan evaluar las operaciones que se desarrollan, determinar las responsabilidades de los empleados y disminuir posibles fallas y problemas que se puedan presentar

En el caso de la empresa la empresa Inversiones Yoglart C.A, dedicada a la prestación de servicios de aprendizaje de la disciplina del Crossfit, es una modalidad relativamente nueva para hacer ejercitarse físicamente, es uno del mejor gimnasio de

Venezuela en la actualidad, la cual presenta debilidades en sus procesos en el área de compras y ventas. Por lo cual requiere desarrollar lineamientos administrativos y contables para mejorar los procesos de control en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A, ubicada en Valencia, Estado Carabobo

Para alcanzar el propósito de esta investigación, el estudio se estructuró en cuatro (4) capítulos desarrollados de la siguiente manera:

Capítulo I: El Problema. Contiene el planteamiento, formulación del problema. Objetivo general y objetivos específicos de la investigación. Justificación de la Investigación.

Capítulo II: Marco Teórico. Se presenta mediante los antecedentes de la investigación relacionados con el tema, las bases teóricas que soportan a la investigación y la definición de términos básicos.

Capítulo III: Marco Metodológico. Comprende la descripción de la metodología aplicada durante el desarrollo de la investigación de la empresa de estudio.

Capítulo IV: Resultados, los datos obtenidos de la aplicación del instrumento de recolección de datos

Capítulo V: Propuesta

Referencias: Fuentes citadas o comentadas en la investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

En la actualidad todos los procesos internos de la empresa se encuentran directamente relacionados entre sí, ya que para optimizar una área específica, de deben evaluar todas las demás que se relación de manera directa o indirectamente con ella. De esa realidad no escapan los departamentos de Ventas y Compras, Ya que en muchos sentidos las negociaciones entre el vendedor y el comprador están relacionadas, para comprender el proceso completo de las ventas, tenemos que conocer el proceso de vender, porque todo lo que hacen los vendedores está determinado por lo que los compradores esperan que hagan y por sus reacciones ante lo que hacen.

A su vez, los compradores deben iniciar el ciclo, ya que si ocurre un desabastecimiento en la empresa, lógicamente no ocurrirá la venta y la imagen de la empresa se debilitara en el mercado tanto internacional como en el nacional. De esta manera Fisher (2004; 236) define a las ventas “como la actividad administrativa que comprende que los consumidores no compren la cantidad suficiente de un producto, por lo que se requiere de un trabajo de promoción de ventas para llegar al mercado deseado. El trabajo de las ventas y promoción del producto es arduo y significativo, ya que sin el la empresa no tendrá los ingresos necesarios para mantenerse operativamente.

Por su parte Carte(1996; 201), considera que las compras se refieren a “las actividades necesarias para obtener los recursos materiales y servicios, el cual se refiere al sistema de manufacturas, sea cual fuere el lugar del mundo que exista estos recursos”

Ambos ciclos se complementan ya que uno no puede existir sin el otro de allí la importancia de ambos procesos. En el caso de la empresa Inversiones Yoglart C.A, dedicada a la prestación de servicios de aprendizaje de la disciplina del Crossfit, es una modalidad relativamente nueva para hacer ejercitarse físicamente, es uno del mejor gimnasio de Venezuela en la actualidad, la cual presenta debilidades en sus procesos en el área de compras y ventas.

Debido a que no se realiza controles adecuados en estas áreas, así como elaboración de órdenes de compra para seguimiento de las requisiciones efectuadas, no se verifica las facturas del proveedor con los datos negociados ya existe un documento para control del mismo, sin embargo como no se tiene un personal responsable de esa área, no le hace seguimiento, por lo que en ocasiones llegan facturas duplicadas del proveedor sobre un mismo servicio o compra, por lo que se requiere de lineamientos para mejorar el desempeño del personal y efectividad de los procesos.

Con relación a las ventas, en muchos casos los inventarios de los productos distribuidos se agotan, por lo cual llegado el momento se deja de vender y el cliente busca la opción en la competencia, lo que disminuye el ingreso de recursos a la empresa. De seguir este descontrol puede verse afectada la organización a mediano y largo plazo, e igualmente puede ocurrir que por error se cancele dos (2) o tres (3) veces la misma factura, y el proveedor no quiera reconocer el monto cancelado. Lo que se hace necesario Proponerlineamientos administrativos y contables para mejorar los procesos de control en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A, ubicada en Valencia, Estado Carabobo.

1.2 Formulación del Problema

¿Cuáles serían los lineamientos contables adecuados mejorar los procesos de control en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A, en Valencia, Estado Carabobo?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Proponer lineamientos administrativos y contables para mejorar los procesos de control en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A, en Valencia, Estado Carabobo.

1.3.2 Objetivos Específicos

Diagnosticar la situación actual de los procesos en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A,

Identificar las debilidades y fortalezas de control de los procesos administrativos y contables Inversiones Yoglart C.A,

Diseñar lineamientos contables para mejorar los procesos de control en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A,

1.4 Justificación de la Investigación

El éxito de las empresas, públicas, privadas, industriales, comerciales o de servicios; depende fundamentalmente de las correctas adquisiciones que realice, del mismo modo las compras demandan conocimiento y experiencia en el área, así como habilidad, capacidad, inteligencia, empeño e ingenio por parte de los ejecutivos de la empresa para lograr negociaciones óptimas y condiciones

favorables para la misma, por su parte las compras son trascendentales para su permanencia en el mercado y su consolidación definitiva; pues afecta directamente los costos y gastos de producción ó venta del producto ó servicio, y en consecuencia las ganancias que puede presentar la organización.

A su vez las ventas son las que generan el ingreso a la organización, si no existe un inventario de productos acorde a lo que ofrece los vendedores, la empresa perderá imagen comercial, de allí que este dentro de los fundamentos de marketing en la organización el control, y conocimiento de cuales productos se tienen y que se le va a ofrecer al cliente, razón por la cual el presente trabajo de investigación se justifica.

A nivel académico y teórico la realización de este proyecto contribuirá a futuros investigadores de la Universidad José Antonio Páez y otras universidades, pues se convierte en una fuente más de información que les permitirá fortalecer los conocimientos sobre el alcance del control interno, su importancia, relevancia y utilización en el campo empresaria especialmente dirigido al ciclo compras y ventas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Una vez definido el planteamiento del problema y precisados sus objetivos generales y específicos que determinan los fines de la investigación, es necesario establecer los aspectos teóricos que sustentarán el estudio en cuestión. En consecuencia, dentro del capítulo se muestran las bases de las diversas teorías y conceptos que orienten el sentido del estudio.

Resulta evidente, que ante cada problema de investigación se dispone de referentes teóricos, conceptuales y de informaciones, aun cuando estas sean difusas o sistemáticas. El propósito es dar al estudio un sistema coordinado y coherente de conceptos que permitan integrar al problema a un ámbito donde éste adquiera sentido. Dentro de esta perspectiva, a continuación se presenta el marco teórico que sustenta la presente investigación.

2.1 Antecedentes de la Investigación

La revisión de trabajos anteriores que guardan relación con los tópicos a desarrollar en éste estudio, representan los antecedentes que servirán como punto de referencia para aclarar algunos conceptos y dar relevancia a los aspectos a tratar, al respecto Tamayo y Tamayo (2006: 103), señala: “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 investigación”. A continuación se presentan los antecedentes consultados que guardan estrecha relación con la presente investigación:

En primer lugar se tiene a Batista; Martínez y Velasco (2013), realizaron un Trabajo de Investigación titulado **Procedimientos de Control Interno basado en la Estructura de Control Interno (COSO II) en los procesos Ventas – Cuentas por**

Cobrar – Cobros y Compras – Cuentas por Pagar – Pagos de la empresa Gas Motor, C.A. ubicada en San Diego – estado Carabobo, para optar al título de Lcdo., en Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo. El objetivo general de la investigación estuvo dirigido a proponer procedimientos basados en los componentes de la Estructura del Control Interno (COSO II) que permitieran la optimización del proceso Ventas-Cuentas por Cobrar-Cobros y Compras-Cuentas por Pagar-Pagos de la empresa Gas Motor C.A.

Para el logro del objetivo de la investigación se diagnosticó la estructura de control interno existente en el proceso objetos de estudio, identificándose los riesgos por omitir la aplicación de control interno, para así llegar a la propuesta de los procedimientos que permita la optimización del proceso Ventas-Cuentas por Cobrar-Cobros y Compras-Cuentas por Pagar-Pagos.

La investigación fue de diseño no experimental debido a que los datos no fueron manipulados y de campo. Así mismo, se ubicó en una investigación de campo y de tipo documental, ya que los datos fueron obtenidos directamente de la empresa, es decir de la realidad y se fundamentó en revisiones bibliográficas y en los trabajos de grado vinculados en el objeto de estudio. El nivel de la investigación se clasificó como proyectivo, debido que se buscó resolver los problemas y deficiencias de las ventas-cuentas por cobrar-cobros y de las compras-cuentas por pagar-pagos de la entidad.

Los datos fueron obtenidos por medio de un cuestionario aplicado al personal involucrado en las áreas objeto de estudio, identificando las debilidades existentes. Los resultados obtenidos, arrojaron la necesidad de la empresa Gas Motor C.A de implementar procedimientos de control interno en los procesos de Ventas-Cuentas por Cobrar-Cobros y Compras-Cuentas por Pagar-Pagos que permita determinar cuánta incertidumbre se puede aceptar mientras se genera valor agregado a los departamentos estudiados.

Es relevante mencionar el aporte que tuvo esta investigación para el presente trabajo de investigación, ya el mismo sirvió como medio de consulta para el desarrollo de las bases teóricas que engloban la variable vinculada con el Sistema de Control Interno (COSO), debido a que en este estudio se trabajó en función a una propuesta de procedimientos de control interno del proceso de ventas

En segundo lugar están Crestani y Cicero, (2013), con su trabajo de grado **Estrategias De Control Interno Bajo El Enfoque Coso Para El Ciclo De Ventas – Cuentas Por Cobrar – Cobros De La Empresa RuggevecaImport, C.A. Ubicada En El Municipio San Diego, Estado Carabobo.**, para optar al Título de Licenciada en Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo.

Las grandes y pequeñas empresas apoyan su éxito en la vigilancia y custodia de los procesos administrativos y contables, poniendo especial cuidado en lo que a control interno se refiere. Sin embargo las debilidades presentes en el ciclo de Ventas – Cuentas por Cobrar- Cobros de la empresa RuggevecaImport, C.A., como la tardanza en el registro de la venta en el sistema , retardando la verificaron de pedido y emisión de factura, demora en el proceso de cobranza, la falta de planificación organizacional, la escasa comunicaron, y fallas en la supervisión, dio origen a la realización de la presente investigación teniendo como propósito establecer estrategias bajo el enfoque COSO, para fortalecer los elementos que constituyen el ciclo de ventas – cuentas por cobrar – cobros de la empresa en estudio; sabiendo que el control interno es un sistema conformado por elementos interdependientes que busca como resultados salvaguardar los activos, evitar el uso ineficiente de los recursos y el fraude.

El estudio se enmarcó en la modalidad de proyecto factible, bajo una investigación descriptiva de campo, debido a que era necesario recolectar las vivencias de los empleados que laboran allí, a través de la encuesta como técnica de recolección

de datos; en tal sentido se realizaron diversas visitas a las instalaciones de la organización, para lograr así la información necesaria que después de ser analizada daría respuestas a los objetivos planteados.

Este estudio se considera relevante porque constituye un aporte teórico en el conocimiento y práctica de las estrategias que se plantean y sirve de base para posteriores investigaciones referentes al área.

A su vez, Ortega y Pinto (2013), con su trabajo de grado titulado **Lineamientos para optimizar el control interno de las cuentas por cobrar de la empresa VeneFrenos, C.A Ubicada en San Diego, Edo. Carabobo.** Para optar al título de Lcdo., en Contaduría Pública de la Universidad José Antonio Páez (UJAP). El presente trabajo de grado tiene como objetivo general Diseñar Lineamientos a seguir para optimizar el control interno de las cuentas por cobrar de la empresa Vene-Frenos, C.A.

Ubicada en San Diego, Edo. Carabobo, específicamente en el Departamento de cuentas por cobrar. El estudio es de tipo aplicado y se enmarca en la modalidad de proyecto factible, debido a que propone una solución viable a un problema tipo práctico, y se fundamenta en una investigación de nivel descriptivo. Los objetivos planteados se desarrollaron mediante una investigación de campo utilizando el instrumento de cuestionario tomando como población y muestra al personal administrativo y contable a fin de profundizar en la problemática analizada.

Una vez aplicada las técnicas e instrumentos de colección de información se procedió a presentar el análisis e interpretación de los resultados obtenidos, con el fin de establecer las pautas que conlleven al desarrollo de la propuesta basada en el Diseño de Lineamientos a seguir para optimizar el control interno de las cuentas por cobrar de dicha empresa lo cual a su vez ayudara al incremento de la eficiencia organizacional y la solución del problema existente en la empresa.

Esta investigación se toma como antecedentes, ya que el Fuente considera como un aporte teórico en el conocimiento y practica de las estrategias que se plantean y sirve de base para posteriores investigaciones referentes al área.

Igualmente Pinto (2012) con su trabajo de grado titulado **Desarrollo de Alianzas Estratégicas para mejorar la Gestión de Compras de las Microempresas del sector de Artes Gráficas del Estado Carabobo**. Trabajo de Grado presentado ante el Área de Estudios de Postgrado de la Universidad de Carabobo para optar al título de Magister en Administración de Empresas Mención: Gerencia

La presente investigación surgió como parte de querer responder una premisa sobre qué manera se puede fortalecer la gestión de compras de las Microempresas del sector artes gráficas del Estado Carabobo, especialmente en este tipo de empresas que debido a sus características de funcionamiento requieren una atención especial, dentro de sus gestiones de compras. El presente estudio se enmarca en la línea de investigación de la gestión de la Pequeña y Mediana Empresa, la PYME y el emprendedor.

El mismo da un aporte a las ciencias administrativas ya que gracias a las alianzas estratégicas entre los diferentes departamentos de compras de las Microempresas estudiadas, se hará más fácil la planificación, organización, dirección y control de sus recursos.

Y por último, está el de Pestana (2012), con su trabajo investigación denominado **Sistema de estructuración integral de control interno en el ciclo de ventas, cuentas por cobrar de la empresa DuperLogisti, C.A., Valencia**. Para optar al título de Lcdo., en Contaduría Pública de la Universidad José Antonio Páez (UJAP).

En la actualidad las empresas requieren optimizar los procesos de ventas-cuentas por cobrar con la finalidad de controlar, coordinar y planificar todos aquellos movimientos que se realizan en la organización ó departamento específico. Se hará un estudio de campo, desarrollado bajo la modalidad de proyecto factible. De aquí se deduce la importancia que tiene la gestión de ventas. Cabe decir que por medio de esta se puede llevar un control sobre las operaciones y transacciones financieras, en especial las relacionadas con el cobro de las obligaciones pendientes por la venta de bienes y/o servicios. Es importante resaltar que la propuesta de los procesos del ciclo de ventas, cuentas por cobrar es indispensable dentro de una entidad para agilizar y mejorar la calidad de las decisiones de la gestión empresarial y contribuir a su éxito.

En este sentido el objetivo de este trabajo será proponer un sistema de estructuración integral al ciclo ventas, cuentas por cobrar de la empresa DuperLogisti, C.A Valencia; lo cual va a permitir al control administrativo ejecutar de una manera más rápida y eficaz el proceso de adquisición de bienes y servicios necesarios para el cumplimiento de las actividades. La investigación se desarrollará siguiendo los lineamientos de una investigación de campo, proyecto factible con apoyo documental y bibliográfico, tomando como población a los ocho empleados de la empresa en estudio y como muestra el personal de los departamentos relacionados, almacén, ventas y cuentas por cobrar para un total de cinco empleados para la aplicación del instrumento de recolección de datos, basado en una encuesta de preguntas cerradas.

El aporte que tuvo esta investigación para el presente trabajo es que el mismo sirvió como medio de consulta para el desarrollo de las bases teóricas que engloban la variable vinculada con el Sistema de Control Interno, debido a que en este estudio se trabajó en función a una propuesta de procedimientos de control interno del proceso de ventas

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Control Interno

Se puede definir que el control interno es un sistema, el cual está conformado por elementos interdependientes que promueven la eficiencia, exactitud y confiabilidad en el registro de las operaciones que la empresa realice, es decir que el control interno da seguridad a la administración del funcionamiento de la empresa; dicho sistema está compuesto de los siguientes elementos: segregación de funciones, supervisión, procedimientos y el personal que en la empresa laboran, para Cepeda

(1997):

Se entiende por control interno el conjunto de planes, métodos y procedimientos adoptados por una organización con el fin de asegurar que los activos estén debidamente protegidos, que los registros contables sean fidedignos y que la actividad de la entidad se desarrolle eficazmente de acuerdo con las políticas trazadas por la gerencia, en atención a las metas y los objetivos previstos. (p.4).

Mantilla y Blanco (2005) afirman que, el control es el último aspecto de los procesos administrativos y gerenciales, el cual es aplicado en las empresas con el fin de vigilar y organizar todas sus actividades internas. Se puede decir que toda gestión empresarial se debe controlar si se quiere obtener resultados que beneficien a la misma. Para Santillana (2003) el control interno es:

Fase del proceso administrativo que tiene como propósito coadyuvar al logro de los objetivos de las cuatro fases que la componen: planeación, organización, captación de recursos y administración; éstas se armonizan de tal manera que todas participan en el logro de la misión y objetivos de la entidad. (p. 3).

Por consiguiente, el control interno tiene como objetivo la protección de los activos, la eficiencia de las operaciones y la confiabilidad de la información financiera. Santillana (2003) al respecto señala lo siguiente:

El control interno comprende el plan de organización y todos los métodos y procedimientos que en forma coordinada son adoptados por una entidad para salvaguardar sus activos, verificar la razonabilidad y confiabilidad de su información financiera y la complementaria administrativa y operacional, promover eficiencia operativa y estimular la adhesión a las políticas prescritas por la administración. (p. 3).

2.2.2 Clasificación del Control Interno.

El control interno se clasifica en: control interno administrativo y control interno contable. Control interno administrativo: son métodos, medidas y procedimientos que tienen que ver fundamentalmente con la eficiencia de las operaciones y con el cumplimiento de las medidas administrativas impuestas por la gerencia. Y Control interno contable: son métodos, medidas y procedimientos que tienen que ver principalmente con la protección de los activos y la confiabilidad de los datos de contabilidad.

Todo sistema de control interno debe contener las siguientes características:

- (a.) Organización de manera tal que se pueda diferenciar la Fuenteidad y la responsabilidad relativas a las actividades de la empresa.
- (b.) Fuenteización y registro operacional de manera que sea de la atribución del departamento de contabilidad el hacer los registros de las informaciones y de mantener el control.
- (c.) Eficiencia para evitar que, en determinado tipo de operaciones, intervengan cuando menos tres (3) persona para evitar fraude.

2.2.3 Principios que Rigen el Control Interno.

Los Principios que rigen el Control Interno son los siguientes según Santillana (2003):

(a.) División del Trabajo: La esencia de éste principio descansa en la separación de funciones de las unidades operativas de actividades de forma tal que una persona no tenga un control completo de la operación, para lo cual se debe distribuir el trabajo de modo que una operación no comience y termine en la persona o departamento que la inició. De esta forma el trabajo de una persona es verificado por otra, que trabaja independientemente, pero que al mismo tiempo está verificando la operación realizada, lo que posibilita la detección de errores u otras irregularidades.

(b.) Fijación de Responsabilidad: Que los procedimientos inherentes al control de las operaciones económicas, así como la elaboración de los documentos pertinentes, permitan determinar en todos los casos, la responsabilidad primaria sobre todas las anotaciones y operaciones llevadas a cabo. Se parte de la concepción de que las normas y procedimientos estructurados, sobre la base de una adecuada organización, prevean las funciones de cada área, o sea, que hay que hacer, así como las consecuentes responsabilidades de cada uno de los integrantes de una unidad organizativa, expresando el cómo hay que hacer y quién debe hacerlo.

(c.) Cargo y Descargo: Este principio esta íntimamente relacionado al de la fijación de responsabilidad, pues facilita la aplicación del mismo cuando es necesario. Debe entenderse el máximo control de lo que entra y sale; cualquier operación registrada en una cuenta contraria a su naturaleza debe ser investigada al máximo. (p. 236)

Consiste simplemente en que cuando se produce una entrega de algo: mercancías, documentos, dinero, etc. (descargo), existe una contrapartida o recepción (cargo). Cuando esta operación se formaliza documentalmente, la persona que recibe, firma el documento asumiendo la custodia de los medios recibidos. En realidad el objetivo de este principio trata de garantizar que cada modelo, documento o registro, se corresponda con sólo determinado tipo de operaciones perfectamente delimitado, de

forma tal que la naturaleza de estas operaciones siempre sea correspondiente y uniforme.

2.2.4 Componentes del Control Interno.

Mantilla y Blanco (2005) refieren que adoptar sistemas más avanzados y rigurosos, asimilables por la economía de las entidades, influirá también en el estilo de dirección, teniendo en cuenta que nuestras entidades no se supeditan a un único propietario o a un pequeño grupo de ellos y que, y portanto se obliga a una necesaria realimentación de los sistemas de control interno y de las disposiciones y regulaciones establecidas por los órganos y organismos del Estado competentes. Los elementos del control son:

- (a.) Ambiente de Control.
- (b.) Evaluación de Riesgos.
- (c.) Actividades de Control.
- (d.) Información y Comunicación Organizacional.
- (e.) Supervisión o Monitoreo.

En este contexto teórico el Fuente citado define esto componentes del Control Interno, como un enfoque estratégico en el desarrollo de las entidades, que deben incluir normas o procedimientos de carácter general para ser considerados en el diseño de los Sistemas de Control Interno en cada entidad, acompañados de criterios de control y de evaluación en algunas áreas de la organización.

2.2.5 Gestión de Compras.

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

Dentro de los objetivos principales del departamento de compras se pueden considerar; el mantener la continuidad de abastecimiento, hacerlo con la inversión mínima en existencia, evitar duplicidades, desperdicios e inutilización de los materiales, garantizar la calidad de los productos y servicios adquiridos, procurar materiales al precio más bajo posible compatible con la calidad y el servicio requeridos y mantener la posición competitiva de la empresa, conservando el nivel de sus beneficios en lo que a costos de material se refiere

2.3 Definición de Términos Básicos

Control: es cualquier medida que tome la dirección, el Consejo y otras partes, para gestionar los riesgos y aumentar la probabilidad de alcanzar los objetivos y metas establecidos. La dirección planifica, organiza y dirige la realización de las acciones suficientes para proporcionar una seguridad razonable de que se alcanzarán los objetivos y metas.

Control Interno Administrativo: son procedimientos y actividades que se relacionan fundamentalmente con las operaciones de una empresa y con las directivas, políticas e informes administrativos.

Control Interno Contable: comprende el plan de organización y los procedimientos y registros que se relacionan con la protección de los activos y la confiabilidad de registros financieros.

Cumplimiento: Conformidad y adhesión a las políticas, planes, procedimientos, leyes, regulaciones, contratos y otros requerimientos.

Deficiencia: un defecto del Control Interno percibido, potencial o real, o una oportunidad de fortalecer el Sistema de Control Interno para proporcionar una mayor probabilidad de que los objetivos de la entidad son conseguidos.

Normas: son estándares que se establecen en una organización para regular el comportamiento de los integrantes de la empresa o cualquier organización. .

Orden de Compra: es el documento que emite la empresa compradora, Fuenteizando al proveedor a enviar la mercancía. En él quedan claramente establecidos los requisitos fundamentales de la transacción y lo convenido por ambas partes.

Procedimientos: están representados por un conjunto de tareas que se realizan con la finalidad de cumplir con uno o más objetivos una acción que implementa una política.

Procesos de Control: las políticas, procedimientos y actividades, los cuales forman parte de un enfoque de control, diseñados para asegurar que los riesgos estén contenidos dentro de las tolerancias establecidas por el proceso de evaluación de riesgos.

Proveedor: una persona o empresa, ajena a la organización, que posee conocimientos, técnicas y experiencia especiales en una disciplina en particular.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Señala Sabino (2004; 236), que el marco metodológico es la médula espinal de la investigación, pues gracias a ella el investigador se acerca con mayor prontitud a la satisfacción de sus intereses y a la construcción de un conocimiento científico. En conformidad a ello, seguidamente se muestran los lineamientos metodológicos que caracterizan al presente trabajo especial de grado.

3.1. Tipo y Diseño de la Investigación

Arias (2006: 26), define el diseño de la investigación como: “la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado”. Tomando en consideración las características del estudio y los objetivos planteados al inicio de la investigación, se determinó que el diseño seleccionado es el no experimental, aplicando una investigación de campo, en un nivel descriptivo y apoyado en una revisión bibliográfica, bajo la modalidad de proyecto factible, por cuanto esta estrategia permitió dar respuesta a la problemática planteada.

Siguiendo este orden de ideas, Hernández, Fernández y Baptista (2006:170) establecen que un diseño no experimental: “es el que se realiza sin manejar voluntariamente las variables”. Por otra parte, la misma se mantuvo fuera de la interacción de las unidades de análisis, pero recolectó desde su ambiente directo los datos que ameritaban; por lo cual desarrolló una Investigación tipo de campo, donde Palella y Martins (2006: 97) la definen como: “la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables”. Cuando

se habla de este tipo de estudios se refieren a investigaciones científicas, dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas.

En este sentido, la investigación se desarrolló en el propio sitio donde se encontró la situación problema; por otro lado la modalidad de la investigación es un proyecto factible. Según la Universidad Pedagógica Experimental Libertador –UPEL (2006) consiste en:

La elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos, necesidades de organización o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. El proyecto debe tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades. (p. 21)

3.2. Fases Metodológicas

Para el desarrollo de la investigación se estructura en diversas fases metodológicas, las cuales se detallan a continuación:

3.2.1 Fase I: Diagnosticar la situación actual de los procesos en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A,

En esta primera fase se identifica la situación actual, por medio de las técnicas de recolección de datos y sus respectivos instrumentos aplicados a la población de estudio. Por lo cual, Según Arias (2006: 25), las técnicas de recolección de datos son:

“las distintas formas o maneras de obtener la información. Son ejemplos de técnicas; la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades (entrevista o cuestionario), el análisis documental, análisis de contenido, etc.” En este sentido, se aplicaron las

técnicas de la encuesta, la revisión bibliográfica y la documental para el desarrollo de la presente investigación.

La confección de los Instrumentos de Recolección de Datos se consideró las bases del planteamiento del problema y los objetivos específicos de la investigación. Ahora bien, el instrumento que se utilizara servirán para recolectar la información necesaria de la investigación, en tal sentido Arias (2006: 53), expresa: “Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar información”. Para éste trabajo se utilizara como instrumento un cuestionario dirigido diferentes representantes de los departamentos involucrados para alcanzar los objetivos específicos de la investigación. El mismo consta de

Por otra parte, la técnica de la encuesta, la cual según Palella y Martins (2006: 28) expresan que es: “una técnica dirigida a obtener datos de varias personas cuyas opiniones interesan al investigador”.

En ese orden de ideas, la población corresponde al conjunto de personas relacionadas con elementos que poseen características comunes de los cuales se pudieron extraer datos para realizar la presente investigación De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2006: 239) la población es el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. De igual manera Palella y Martins (2006: 93) la definen como “el conjunto finito o infinito de elementos, personas o cosas pertinentes a una investigación y que generalmente suele ser inaccesible”. Tomando en cuenta lo antes mencionado, se puede inferir que la población es el número de elementos finitos o no, que forman parte de una investigación y que al ser estudiados o medidos arrojan datos sustentados.

Por lo cual se trabajó con cinco (5) personas del departamento de compras y seis (6) del departamento de ventas.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006: 236) la muestra es un “subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población”, siendo aplicado en la presente investigación un muestreo probabilístico estratificado, ya que como lo define Arias (2006: 23), “consiste en dividir la población en subconjuntos o estratos cuyos elementos poseen características comunes. Así los estratos son homogéneos internamente”. A los efectos de esta definición, la muestra es de tipo Intencional. Ya que se seleccionaron los casos característicos de la población limitando la muestra a estos casos. La muestra en este caso está conformada por la población antes señalada.

3.2.2 Fase II. Identificar las debilidades y fortalezas de control de los procesos administrativos y contables Inversiones Yoglart C.A.

Para trabajar con esta fase se utilizó la metodología DOFA, posteriormente a realizarse el análisis de los datos recogidos por los instrumentos de recolección de datos antes señalados.

3.2.3 Fase III: Diseñar lineamientos contables para mejorar los procesos de control en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A,

Y por último para desarrollar esta fase, se Diseñaran los lineamientos administrativos y contables para mejorar los procesos de control en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A, como propuesta estructurada de la siguiente forma: Presentación de la propuesta, Objetivos de la propuesta (general y específica) Factibilidad de la propuesta y Desarrollo de los Objetivos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

Después de aplicado los instrumentos de recolección de datos se desarrolla la Fase I: Diagnosticar la situación actual de los procesos en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A.

Ítem 1.-¿Las existencias de las mercancías se encuentran actualizadas?

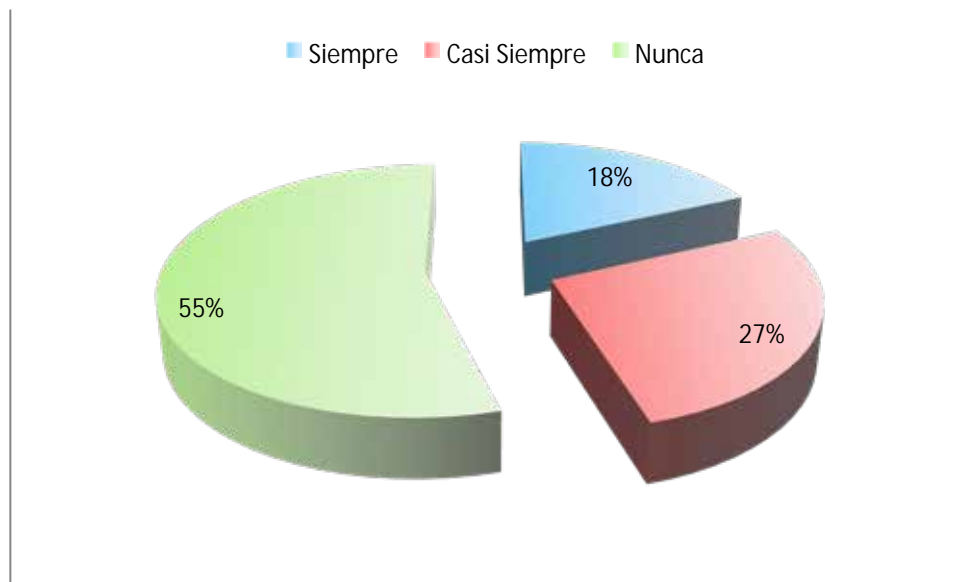


Gráfico 1 Actualización de los inventarios
Fuente: Hidalgo (2018)

Análisis: De acuerdo a los entrevistados el 55% de ellos indicaron que las existencias de mercancía Nunca se encuentran actualizadas, el 27% señaló que Casi siempre se encuentran actualizadas y el 18% restante indicó que Siempre se actualizan, solo que no se hace diariamente, sino al momento de recibir la mercancía para la venta.

Ítem

2.-Tiene conocimiento de cuáles son los productos que actualmente posee la empresa?

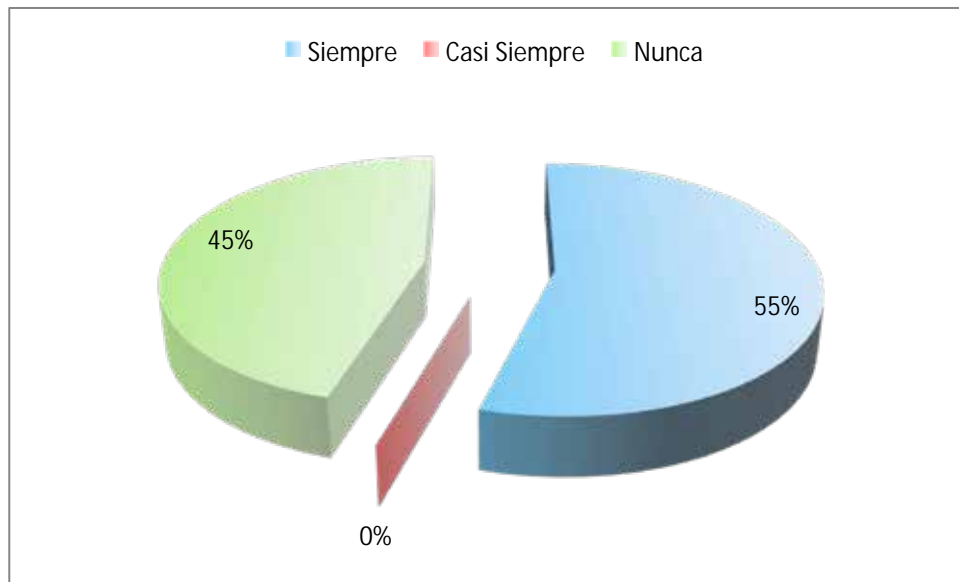


Grafico 2. Conocimiento de productos
Fuente: Hidalgo (2018)

Análisis: De acuerdo a los entrevistados el 55% de ellos señalo Siempre tienen conocimiento de los productos existentes en el inventario ya que ellos se encargan de realizar la promoción y ventas de los mismos y el 45% señalo que no tienen conocimiento de cuáles son los saldos de los inventarios actuales de los productos.

Ítem

3.-¿Al momento de gestionar la venta, revisa si hay existencia del producto que el cliente está solicitando?



Grafico 3 Inventario antes de la venta
Fuente: Hidalgo (2018)

Análisis: De acuerdo a los entrevistados el 100% de ellos señalo Siempre deben ser contados los inventarios antes de gestionar la venta, es es debido a que los inventarios no se actualizan automáticamente y ha ocurrido que se vende un producto que no hay en existencia, creando malestar en el comprador y teniendo que gestionar la compra con rapidez, para cumplir con el cliente.

Ítem

4.- ¿Se realiza la gestión de compra al momento que los inventarios de los productos se agotan?



Grafico 4. Gestión de compras
Fuente: Hidalgo (2018)

Análisis: De acuerdo a los entrevistados el 100% de ellos indico que se deben realizar la gestión de compra al momento que los inventarios de los productos se agotan, lo que genera que el trámite se realice de manera rápida, saltando los pasos para gestionar la compras y además, debiendo de disponer de un efectivo que no esta planificado para realizar el pago del mismo.

Ítem

5.-¿La empresa cuenta con proveedores eficientes y de confianza para realizar la adquisición de los productos?

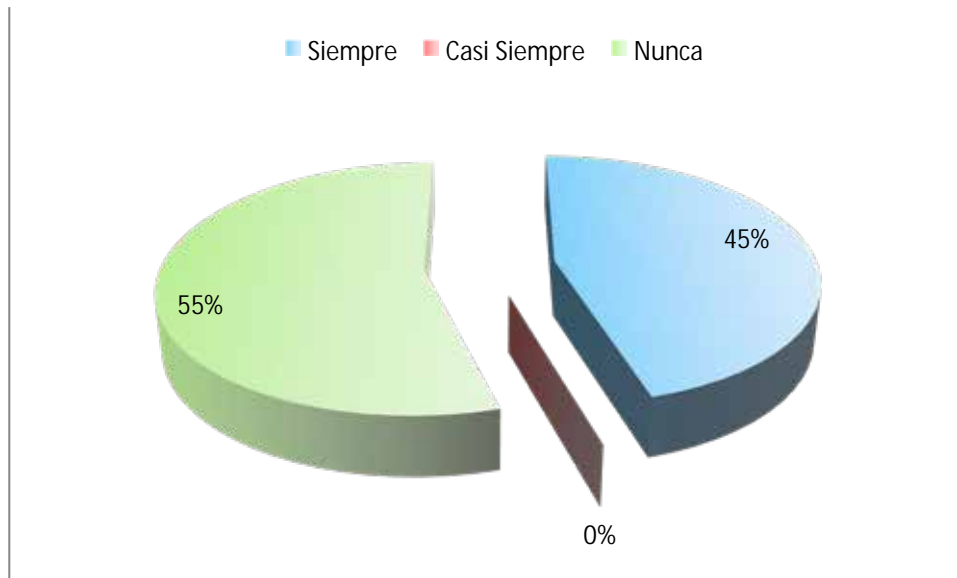


Gráfico 5 Proveedores de confianza
Fuente: Hidalgo (2018)

Análisis: De acuerdo a los entrevistados el 45% de ellos señalo que la empresa Siempre ha contado con proveedores serios y confiables, además de eficientes, sin embargo en algunas oportunidades no tienen en sus inventarios los productos solicitados, lo que ha obligado a la organización a ampliar sus proveedores. Por otro lado, se ha detectado que por errores las facturas de algunos clientes son cancelados dos (2) veces y aunque es posible demostrar el pago, el proveedor no ha querido reconocer y devolver los montos cancelados. El 55% indico que Nunca han manejado la información de los proveedores.

Ítem

6.-¿La empresa cuenta con un procedimiento establecido para realizar las compras de los productos?



Grafico 6. Procedimientos de compras
Fuente: Hidalgo (2018)

Análisis: De acuerdo a los entrevistados el 100% indico que los trabajadores Nunca, han contado con un procedimiento establecido para realizar las compras de los productos, ya que actualmente la misma no tiene uno establecido, por lo cual, las compras se realizan cuando los inventarios se agotan y los clientes solicitan los productos. Por lo cual las compras no son planificadas y tampoco tienen los pasos preestablecidos para evitar la improvisación.

Ítem

7.-¿Al momento de realizar la gestión de Compras de la mercancía, se determina la fecha que se realizara la entrega del producto?



Grafico 7. Planificación de los despachos
Fuente: Hidalgo (2018)

Análisis: el 100% de los entrevistados señalaron que Siempre al momento de realizar la gestión de compras de los productos de inventario se les solicita a los proveedores que indiquen la fecha de entrega de los mismos, ya que debido a que esperan que los mismos se agoten necesitan la reposición de manera rápida.

Ítem

8.-Considera Ud. ¿se han perdido clientes por los descontrolados existentes en el stock al momento de realizar las ventas?

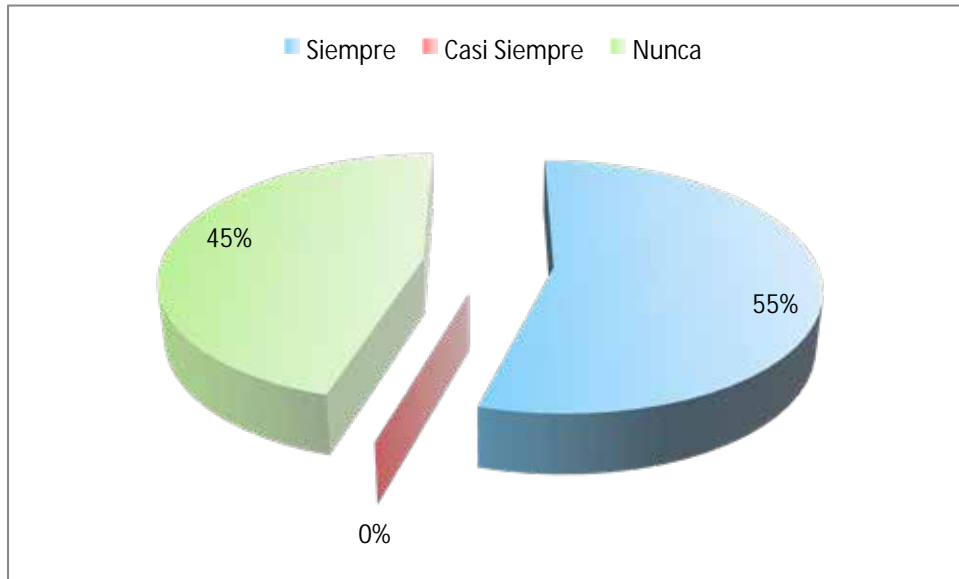


Grafico 8. Pérdidas de clientes
Fuente: Hidalgo (2018)

Análisis: De acuerdo a los entrevistados el 55% de ellos señalo Siempre el cliente al presentar la queja por una venta que debe ser anulada por falta de stock en los inventarios, se molesta y busca en la competencia una mejor opción, sin importar en algunos casos el precio del producto, Igualmente desprestigian la empresa, indicando el mal servicio prestado al momento de realizar la negociación.

Ítem

9.- ¿Existe algún procedimiento establecido para gestionar las compras de los productos?

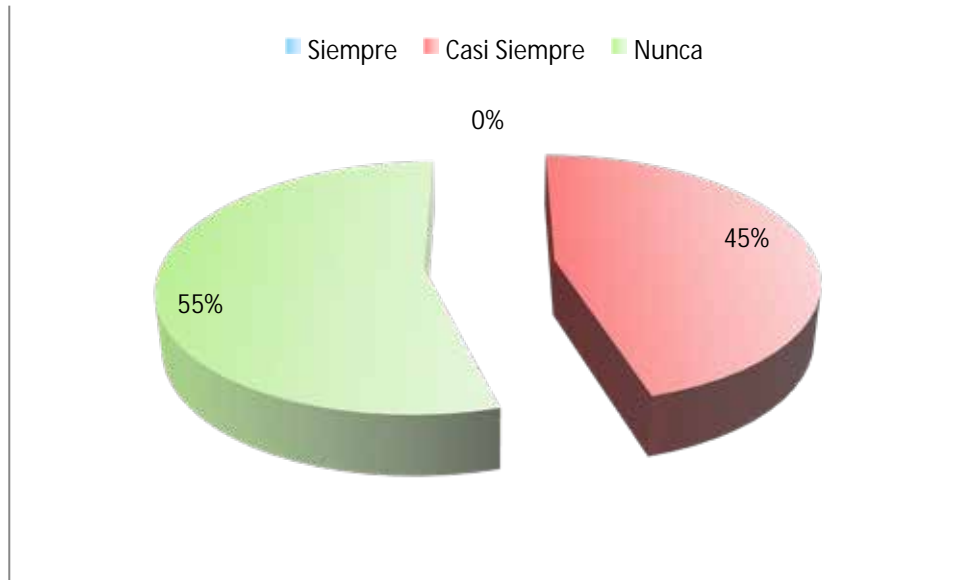


Gráfico 9. Procedimientos de Compras
Fuente: Hidalgo (2018)

Análisis: De acuerdo a los entrevistados el 45% de ellos considera que Casi siempre las compras se realizan de la misma manera, el cual se puede indicar que es un procedimiento, aunque no está establecido por la empresa, el 55% restante indicó que Nunca han tenido conocimiento como se realiza la gestión de compras hasta el momento.

Ítem

10.-¿Considera que maneja información actualizada de las propiedades y funciones de los productos que vende?



Gráfico 10. Información de las características del producto
Fuente: Hidalgo (2018)

Análisis: De acuerdo a los entrevistados el 100% de los trabajadores, considera que Nunca se ha mantenido información actualizada de los productos del inventario, con sus características y propiedades, las cuales puedan ayudar a los clientes y vendedores a gestionar la venta de ellos. Esta información pudiera servir como herramienta de mercadeo y propaganda y actualmente la empresa no la utiliza.

4.2 Fase II Identificar las debilidades y fortalezas de control de los procesos administrativos y contables Inversiones Yoglart C.A, Para esta fase se desarrollaron una matriz FODA

Cuadro 1. Matriz DOFA

Factores Internos	Factores Externos
Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. La empresa cuenta con Proveedores y clientes Fijos. 2. Tiene excelentes relaciones comerciales y líneas de créditos amplias con sus proveedores. 3. Los vendedores tienen experiencia en la gestión de ventas 4. Los productos como son de la misma línea de uso del gimnasio se venden sin necesidad de invertir en publicidad 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El gimnasio es reconocido a nivel nacional, por lo cual, los clientes lo recomiendan. 2. Buena imagen crediticia entre sus proveedores. 3. La empresa de acuerdo a su record de calidad en sus servicios puede ampliar su cartera de clientes 4. Las recomendaciones generadas por los mismos clientes permite que la empresa se mantenga en el mercado nacional y pueda llegar a expandirse
Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. No existe seguimiento en los procesos de compras efectuados 2. Ausencia de un personal asignado a los controles internos de las compras y ventas 3. Descontrol de las existencias de los inventarios de mercancía para la venta, presentando agotamiento de los stock 4. Desconocimiento de las propiedades y funciones de los productos 5. Ausencia de procedimientos para la gestión de compra y venta 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presenta debilidades en sus gestiones venta, lo cual es conocido por la competencia. 2. La competencia puede utilizar a los clientes descontentos para crear una competencia desleal 3. Disminución del ingreso por ventas al escasear los productos 4. Al no conocer las propiedades de los productos el cliente no los adquiere por falta de información 5. La improvisación en la gestión de compra y venta no permite evaluar en un momento determinado donde ocurrió la falla del proceso

Fuente: Hidalgo (2018)

Análisis: De acuerdo a la matriz, se puede observar que entre sus FortalezasLa empresa cuenta con Proveedores y clientes Fijos, lo por lo cual no es necesario invertir tiempo y recursos para realizar evaluaciones de proveedores nuevos y solo debe aplicar estrategias de marketing para incrementar su cartera de clientes, además, Tiene excelentes relaciones comerciales y líneas de créditos amplias con sus proveedores, esto permite que cuenta con excelentes recomendaciones comerciales en el caso de ser necesario solicitarlas.

Los vendedores tienen experiencia en la gestión de ventas lo que permite que las mismas sean realizadas por expertos en el área y los productos como son de la misma línea de uso del gimnasio se venden sin necesidad de invertir en publicidad en ellos.

Entre las oportunidades se encuentran que el gimnasio es reconocido a nivel nacional, por lo cual, los clientes lo recomiendan y esto influye para posesionarse y mantenerse en el. Además maneja una buena imagen comercial entre sus proveedores, por lo cual, al momento de ser necesario esto la ayudara a realizar compras y solicitar créditos sin problemas. Igual imagen se mantiene entre sus clientes, lo que le permite la ampliación de su cartera sin dificultad.

Ahora bien, entre sus debilidades se encuentran la ausencia de procedimientos y de controles internos, además de no tener una definición de cargos y responsabilidades, lo que genera que el trabajo se realice de manera improvisada, cuando ocurre un problema nadie se responsabiliza del mismo y existen vacíos de funciones y actividades laborales.

Lo que generaría entre las amenazas, que se presenten debilidades en la gestión de ventas, que puede ser aprovechada por la competencia para incorporar los clientes descontentos a sus marcas, disminuyendo los ingresos por lasventas y afectando la disponibilidad del efectivo para cubrir los costos de operaciones propias de la compañía, entre ellas el pago a proveedores y trabajadores.

CAPITULO V

PROPUESTA

Fase III: Diseñar lineamientos contables para mejorar los procesos de control en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A,

5.1 Presentación de la propuesta.

Después de estudiar la situación actual de la gestión administrativa y contable de los procesos de control en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A, en Valencia, Estado Carabobo, se detectó la carencia de lineamientos administrativos y contables dada la misma se propone este proceso para eliminar las debilidades existentes.

Esta propuesta tiene como finalidad proponer lineamientos administrativos y contables para mejorar los procesos de control en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A, en Valencia, Estado Carabobo. que permitan conocer la realidad de la misma, y coadyuvar a la toma de decisiones que se traduzcan en una sana administración de los recursos para alcanzar las metas y objetivos que se proponen.

5.2 Objetivos de la propuesta.

5.2.1 Objetivo general de la propuesta

Diseñar lineamientos contables para mejorar los procesos de control en el área de compras y ventas de la empresa Inversiones Yoglart C.A,

5.2.2 Objetivos específicos de la propuesta

- Elaborar controles internos para el área de compras y ventas
- Establecer procedimientos para la gestión de compras
- Crear procedimientos para la gestión de ventas
- Desarrollar formatos para las entradas y salidas del almacén
- Realizar segregación de funciones del personal de compras, ventas y almacén

5.3 Factibilidad de la propuesta

5.3.1 Factibilidad Técnica

Esta es una evaluación que demuestra que el proyecto puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplando los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento. Es por ello que la factibilidad técnica está relacionada con las mejoras del sistema actual y de si existe o está al alcance la tecnología necesaria para el desarrollo del plan propuesto. En fin, esta parte de factibilidad total del proyecto, se refiere a los recursos necesarios como herramientas, maquinarias, tecnología y experiencias, que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere tal proyecto. Generalmente nos referimos a elementos tangibles, el proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse. En la empresa se cuenta con los recursos técnicos necesarios para implementar la presente propuesta.

5.3.2 Factibilidad Operativa

La factibilidad operativa de la propuesta está dada por el recurso humano con el que cuenta la organización u empresa, para poner en marcha el proyecto que se está planteando, los empleados juegan un papel fundamental en la implementación del plan, pues éste va en beneficio propio y de la empresa.

La factibilidad operativa se resume en que la organización cuenta con el personal necesario para la implementación de este plan y por ello no se requiere la contratación de personal para llevarlo a cabo.. En conclusión la factibilidad operativa demuestra que dichapropuesta, sigue siendo viable para la organización.

5.3.3 Factibilidad Económica

El análisis de factibilidad económica forma una parte principal para la organización donde se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades y propuestas para mostrarse que el proyecto es factible económicamente, lo que significa que la inversión que se está realizando es justificada por la ganancia que se generará. Para ello es necesario trabajar con un esquema que contemple los costos.La empresa cuenta con los recursos económicos para implementar la propuesta ya que solo se invertirá en digitalización e impresiones para la aplicación de la misma.

5.4 Desarrollo de la propuesta

Con relación a los objetivos específicos de la propuesta se desarrolla lo siguiente:

5.4.1 Elaborar controles internos para el área de compras y ventas

Detectar las necesidades de los materiales y equipos antes de realizar la gestión de compra al proveedor y de venta al cliente

Verificar la disponibilidad del flujo de caja para colocar la orden de compra

Solicitar al departamento de almacén la requisición del material con los datos y característica de los materiales y la cantidad pedir para las compras y para las ventas la existencia del material para realizar la facturación al cliente

Especificar la negociación de compra y/o venta, determinando precios y condiciones de pago

El personal de compras y/o ventas no puede ser el mismo que labore que realice actividades en el área de almacén.

Las solicitudes de materiales a proveedores deben estar firmadas y Fuenteizadas por el encargado de administración.

Los vendedores no deben realizar despachos, solicitud de materiales para los clientes ni acceder al almacén sin Fuenteización del encargado del área.

Existencia de un organigrama de cada departamento involucrado en el proceso de compras y ventas

Existencia de un organigrama funcional del departamento. Es necesario este control del organigrama funcional del departamento de compras para saber con claridad las secciones y jerarquía del personal y orden en el mando.

Fijar claramente los objetivos del departamento, sus procedimientos, funciones políticas, organización, ubicación, recurso humano, documentos, flujo de documentos y otras.

Con este control se trata de dejar establecido sus objetivos así como los documentos y manuales de procesos y procedimientos necesarios para un efectivo funcionamiento de los departamentos.

Aplicar las sugerencias y recomendaciones que el departamento de auditoria o revisoría fiscal ha hecho para el mejoramiento del proceso y gestión de las compras y ventas.

Existencia de flujos y procedimientos de compras y ventas

El departamento de compras debe exigir que los documentos enviados por los proveedores, llenen los requisitos de orden interno y legal.

5.4.2 Establecer procedimientos para la gestión de compras

Con relación a los procedimientos de compra se establece lo siguiente:

- (a.) Para iniciar la gestión de compras el encargado del departamento de almacén debe realizar una requisición de materiales solicitando el producto.
- (b.) Esta solicitud debe estar firmada por el administrador
- (c.) Realizar una orden de compra para solicitar a los proveedores la solicitud de los productos.
- (d.) Al confirmarse existencia y materiales por parte del proveedor se debe cerrar la negociación de compras
- (e.) Realizar seguimiento a la compra hasta que sea recibida en el almacén
- (f.) Verificar que los compromisos de pagos sean realizados en el tiempo

establecido de la negociación

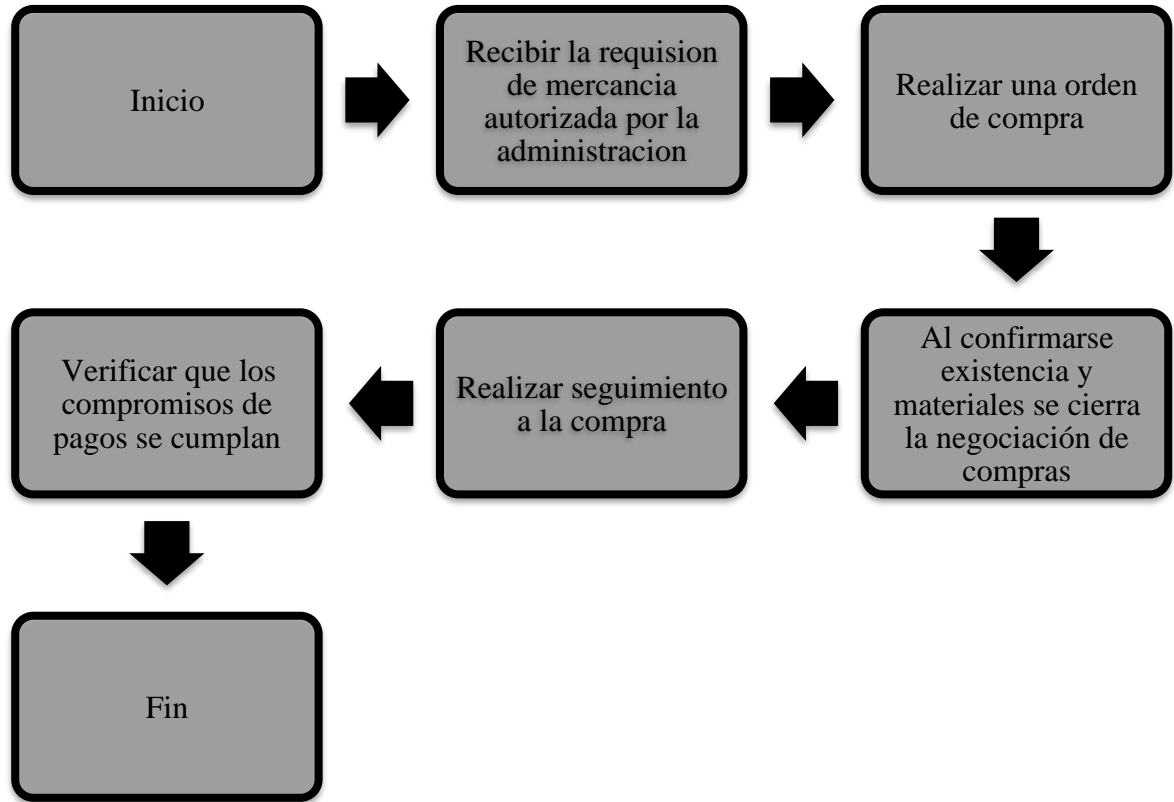


Figura n1. Procedimientos para la gestión de compras

Fuente: Hidalgo (2018)

5.4.3 Establecer procedimientos para la gestión de ventas

- (a.) Realizar la gestión de venta con los productos que ofrece el gimnasio
- (b.) Verificar la existencia del material solicitado antes de realizar la facturación
- (c.) Generar una orden de pedido que será enviado a caja o facturación
- (d.) Realizar una atención post venta al cliente

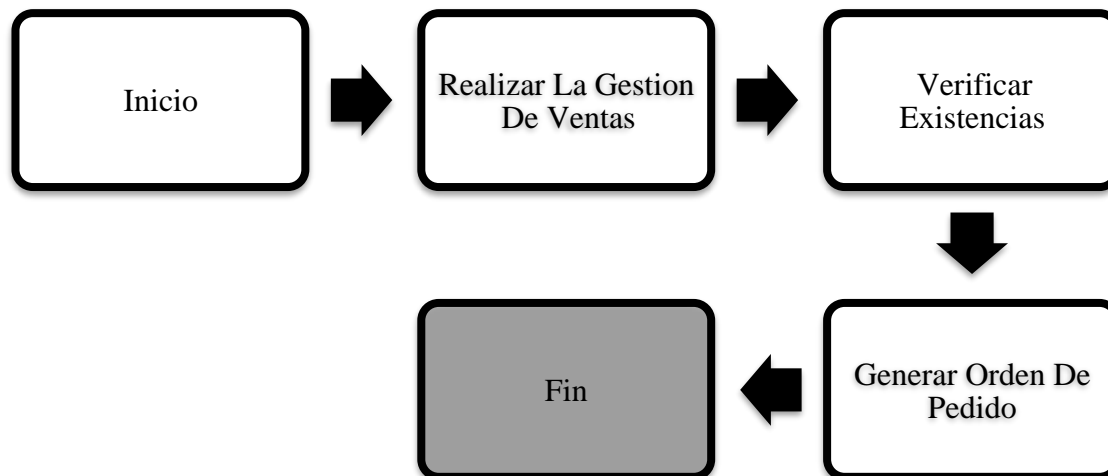


Figura n2.Procedimientos para la gestión de ventas Fuente:
Hidalgo (2018)

5.4.1 Desarrollar formatos para las entradas y salidas del almacén

5.4.2 Salida de Mercancía

La salida por ventas de la mercancía se genera al momento de realizar la factura, las salidas por daños y uso del gimnasio se realizaran por medio de una nota de salida que deberá ser llenada, firmada y archiva en la carpeta de salida de mercancía dentro del almacén o depósito. Esta actividad a realizar el encargado del almacén

Nota de salida nro.	Fecha	Cantidad	descripción	Motivo de la salida	Entregado por	Recibido por
Observaciones						

Figura n3.Formato de salida de materiales

Fuente: Hidalgo (2018)

5.4.2 Entrada de materiales

La entrada de materiales deberá ser llenada por el encargado del almacén, en ella se reflejara la cantidad recibida del proveedor, especificando el costo y características del producto.

Entrada nro 001

fecha	Proveedor	Factura nro.	Rif	Descripción del material	Cantidad recibida	Monto total
Recibido por:				Observaciones:		

Figura n4.Formato de entrada de materiales
Fuente: Hidalgo (2018)

5.4.3 Requisición de materiales

La requisición de materiales debe ser llena al momento de solicitar los productos para la venta y después de realizar el inventario de mercancía, el mismo debe ser Fuenteizado por la administración y se realizará la entrega al departamento de compras para que se encargue de la gestión de adquisición del material

Requisición de materiales nro 001

Fecha	Descripción del material	Cantidad a pedir	Presentación
Fuenteizado por:	Observaciones:		

Figura n5.Formato de requisición de materiales
Fuente: Hidalgo (2018)

5.4.4 Orden de compra

La orden de compra es un documento que realiza el comprador al proveedor posterior a la ubicación de la mercancía y su costo. Por medio de esta se realizara la entrega al almacén y se generara la factura a ser cancelada por la empresa

Orden de compra nro 001

Fecha	Descripción del material	Cantidad a pedir	Presentación	Costo Unitario	Costo total
Fuenteizado por:	Observaciones:				

Figura n6.Formato de orden de compra de materiales
Fuente: Hidalgo (2018)

5.4.5 Realizar segregación de funciones del personal de compras, ventas y almacén

5.4.5. Funciones o responsabilidades del encargado de compras:

1. La planeación de las compras locales y nacionales.
2. Estudios de precios.
3. Selección de proveedores y transporte.
4. Negociaciones con proveedores dentro de las políticas establecidas por la empresa, buscando el mejor proveedor y mejor precio.
5. Contacto permanente con proveedores, distribuidores, fabricantes, transportadores y otros que consideren necesarios.
6. Verificaron del cumplimiento de los pedidos.

5.4.2 Funciones o responsabilidades del encargado de ventas:

1. Atención al cliente
2. Ofrecer los productos y servicios de la empresa
3. Conocer las características y usos de los productos
4. Contacto permanente con los clientes fijos

5. 4.3 Funciones o responsabilidades del encargado de almacén:

1. Revisiones permanentes de los inventarios de mercancía por medio de tomas físicas de inventario
2. Entrega de los materiales a los clientes
3. Guardia y custodia de la mercancía almacenada
4. Realizar los pedidos de los materiales para la venta
5. Realizar la recepción de la mercancía y almacenarla
6. Carga de la mercancía en el sistema

5.5 Conclusiones

Se emiten las siguientes conclusiones de acuerdo a los análisis desarrollados

La empresa no tiene una segregación de funciones en los departamentos involucrados, por lo cual, cada trabajador realiza funciones que no le corresponden observándose descontrol e improvisación en las diversas gestiones de compra y venta.

Debido a esto, las facturas se han cancelado varias veces sin que se pueda demostrar al proveedor la duplicidad de los pagos y los mismos no realizan el reembolso de los mismos, incrementando los gastos y pérdidas para la empresa

Al mismo tiempo, los vendedores ofrecen los productos sin tener conocimiento de los inventarios, lo que causa malestar en el cliente y el reclamo para la anulación de la venta, generando clientes descontentos

Las compras se efectúan de manera improvisada, sin tener conocimiento de la disponibilidad de efectivo que tiene la empresa, ocasionando que se desvíen los recursos económicos programados para cubrir otras obligaciones de la empresa

Existe un descontrol en los inventarios por lo que no se realizan las reposiciones a tiempo y se crea el desabastecimiento de los productos que se ofrecen a los clientes

5.6 Recomendaciones

Con relación a las anteriores conclusiones se recomienda que se implementen el uso de los formatos propuestos para comenzar a desarrollar controles internos, los cuales deben ser ir realizando los ajustes necesarios en la medida que el proceso lo solicite

Capacitación al personal para que aporten soluciones al problema y no lo generen debido a la desinformación y desconocimiento de las funciones

Contratar personal capacitado en el área administrativa y contable que supervise las funciones desarrolladas en la propuesta y realice auditores de control para detectar las fallas en las actividades.

Implementar la propuesta para mejorar los controles internos de la empresa. De estudio.

REFERENCIAS

- Arias, Fidas G. (2006). El Proyecto de Investigación – Introducción a la Metodología Científica. 5ta Ed. Editorial
- Batista, L.; Martínez, Y. y Velasco, L. (2013), realizaron un Trabajo de Investigación titulado: Procedimientos de Control Interno basado en la Estructura de Control Interno (COSO II) en los procesos Ventas – Cuentas por Cobrar – Cobros y Compras – Cuentas por Pagar – Pagos de la empresa Gas Motor, C.A. ubicada en San Diego – estado Carabobo
- Carte, John. (1996) compra en Línea, Principios y Aplicaciones, Segunda Edición, Ediciones Laurence, Madrid-España.
- Cepeda Gustavo. (1997). “Sistemas y Procedimientos Contables”. Venezuela: Editorial Mc. Graw - Hill Interamericana, S.A.
- Crestani, Paolay Cicero, Marianna (2013) Estrategias De Control Interno Bajo El Enfoque Coso Para El Ciclo De Ventas – Cuentas Por Cobrar – Cobros De La Empresa RuggevecaImport, C.A. Ubicada En El Municipio San Diego, Estado Carabobo.
- Fisher Laura (2004) Mercadotecnia Tercera edición, Mc. Graw Hill. México.
- Hernández, Roberto.; Fernández, Carlos. y Baptista, Pilar. (2006). Metodología de la investigación Editorial Mc Graw-Hill. (11a. Edición.). México

Hurtado León Iván y Toro Josefina. (1999). “Paradigmas y Métodos de Investigación”
Venezuela: Clemente Editores C. A.

Mantilla S. y Blanco S. (2005). “Auditoria del Control Interno”. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Ortega y Pinto (2013) con 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, Edo. Carabobo

Parella, Stracuzzi; Martins, Feliberto. (2006) Metodología de la investigación cuantitativa. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Caracas. Venezuela

Pestana, María (2012) con su trabajo investigación denominado Sistema de estructuración integral de control interno en el ciclo de ventas, cuentas por cobrar de la empresa DuperLogisti, C.A., Valencia

Pinto A.(2012) Desarrollo de Alianzas Estratégicas para mejorar la Gestión de Compras de las Microempresas del sector de Artes Gráficas del Estado Carabobo. Trabajo de Grado presentado ante el Área de Estudios de Postgrado de la Universidad de Carabobo para optar al título de Magister en Administración de Empresas
Mención: Gerencia

Sabino Carlos (1992) El Proceso de Investigación Ed. Panapo, Caracas, 1992

Salvador Mercado. (2008). Compras principios y aplicaciones. Editorial LIMUSA.
México.

Santillana. (2003). "Establecimiento de Sistemas de Control Interno". 2da Edición.
México: Editorial Thomson

Tamayo y Tamayo, Mario (2003) El Proceso de la Investigación Científica. Limusa
Noriega Editores. 4ta Edición. México. 2003.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2006). Manual de Trabajos de
Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales Editorial FEDUPEL
(4a.Edición). Venezuela."

ANEXOS

Cuadro 1. Actualización de los inventarios

Opciones	Porcentaje	%	Sujetos
Siempre	2	18%	Compras
Casi Siempre	3	27%	
Nunca	6	55%	Ventas
Total	11	100%	11

Fuente: Hidalgo (2018)

Cuadro 2. Conocimiento de productos

Opciones	Porcentaje	%	Sujetos
Siempre	6	55%	Compras
Casi Siempre	0	0%	
Nunca	5	45%	Ventas
Total	11	100%	11

Fuente: Hidalgo (2018)

Cuadro 3 Inventario antes de la venta

Opciones	Porcentaje	%	Sujetos
Siempre	6	55%	Compras
Casi Siempre	0	0%	
Nunca	5	45%	Ventas
Total	11	100%	11

Fuente: Hidalgo (2018)

Cuadro 4 Gestión de compras

Opciones	Porcentaje	%	Sujetos
Siempre	6	55%	Compras
Casi Siempre	0	0%	
Nunca	5	45%	Ventas
Total	11	100%	11

Fuente: Hidalgo (2018)

Cuadro 5 Proveedores de confianza

Opciones	Porcentaje	%	Sujetos
Siempre	6	55%	Compras
Casi Siempre	0	0%	
Nunca	5	45%	Ventas
Total	11	100%	11

Fuente: Hidalgo (2018)

Cuadro 6 Procedimientos de compras

Opciones	Porcentaje	%	Sujetos
Siempre	0	0%	Compras
Casi Siempre	0	0%	
Nunca	11	100%	Ventas
Total	11	100%	11

Fuente: Hidalgo (2018)

Cuadro 7 Despachos planificados

Opciones	Porcentaje	%	Sujetos
Siempre	11	100%	Compras
Casi Siempre	0	0%	5
Nunca	0	0%	Ventas
			6
Total	11	100%	11

Fuente: Hidalgo (2018)

Cuadro 8 Perdidas de clientes

Opciones	Porcentaje	%	Sujetos
Siempre	6	55%	Compras
Casi Siempre	0	0%	5
Nunca	5	45%	Ventas
			6
Total	11	100%	11

Fuente: Hidalgo (2018)

Cuadro 9 Perdidas de clientes

Opciones	Porcentaje	%	Sujetos
Siempre	6	55%	Compras
Casi Siempre	0	0%	5
Nunca	5	45%	Ventas
			6
Total	11	100%	11

Fuente: Hidalgo (2018)