



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL

DE LOS LLANOS OCCIDENTALES

“EZEQUIEL ZAMORA”

VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONOMICAS

SUBPROGRAMA CONTADURIA PÚBLICA

**SISTEMA DE GESTIÓN PARA LAS COMPRAS Y VENTAS EN LA EMPRESA**

**VIC-TORY BODEGON C.A., UBICADA EN EL MUNICIPIO BARINAS.**

**Autores:**

Barrios Q. Yulitza N., C.I: 27.986.157

Colmenares T. Adriana C., C.I.: 24.206.038

**Tutora:** Prof. Gutiérrez, Denis E.

Barinas, julio 2022



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL  
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES  
“EZEQUIEL ZAMORA”

VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL  
PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONOMICAS  
SUBPROGRAMA CONTADURIA PÚBLICA

**SISTEMA DE GESTIÓN PARA LAS COMPRAS Y VENTAS EN LA EMPRESA  
VIC-TORY BODEGON C.A., UBICADA EN EL MUNICIPIO BARINAS.**

Trabajo de Aplicación presentado como requisito para optar al título de Licenciado en  
Contaduría Pública

**Autores:**

Barrios Q. Yulitza N., C.I: 27.986.157

Colmenares T. Adriana C., C.I.: 24.206.038

**Tutora:** Prof. Gutiérrez, Denis E.

Barinas, julio 2022.



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL  
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES  
"EZEQUIEL ZAMORA"  
VICERECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL  
PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y JURIDICAS  
SUBPROGRAMA CONTADURÍA

**ACTA DE EVALUACIÓN FINAL TRABAJO DE APLICACIÓN**

Nosotros, los abajo firmantes, constituidos como Jurado Evaluador, hoy, tres (03) de Agosto del año 2022, reunidos en el Cubículo 9, se dio inicio al acto de presentación oral y pública del Trabajo de Aplicación Titulado: **"SISTEMA DE GESTIÓN PARA LAS COMPRAS Y VENTAS EN LA EMPRESA VIC-TORY BODEGÓN C.A. UBICADA EN EL MUNICIPIO BARINAS"**. Presentado por las Bachilleres Barrios Yulitza C.I. V - 27.986.157 y Colmenares Adriana C.I. V- 24.206.038. A los fines de cumplir con el requisito legal para optar al grado académico de Licenciado (a) en Contaduría. Concluida la presentación oral y el ciclo de preguntas, de acuerdo con lo establecido en las Normas para la Elaboración y Presentación del Trabajo de Aplicación, este Jurado otorga la siguiente calificación:

Apellidos y Nombres	C.I. N°	30% (Prof Aula)	50% (Inf Esc.)	20% (Pres Oral)	100% TOTAL	CAL DEF (1-5)
Barrios Yulitza	27 986 157	29	50	19	98	4,92
Colmenares Adriana	24 206 038	29	50	19	98	4,92

Se emite la presente acta según Resolución de Comisión Asesora Nro. CAPCSyF/06/2022, Acta N° 003, Punto N° 33, de fecha 21/06/2022 y queda asentada en el Subprograma Contaduría a los tres (03) días del mes de Agosto de 2022.

Observaciones \_\_\_\_\_

Miembro	Apellidos y Nombres	C.I. N°	Firma
Tutor (a)	Antonio Davis	9988406	<i>[Firma]</i>
Jurado Principal	Riquelme Yulitza	9382444	<i>[Firma]</i>
Jurado Principal	Leibel Novau	17613237	<i>[Firma]</i>





UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL  
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES  
“EZEQUIEL ZAMORA”

VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONOMICAS

SUBPROGRAMA CONTADURIA PÚBLICA

**Aprobación del Tutor**

Yo **Denis E. Gutiérrez**, titular de la cédula de identidad N° **9.988.406**, en mi carácter de Tutor del Trabajo de Aplicación titulado **SISTEMA DE GESTION PARA LA COMPRA Y VENTA EN LA EMPRESA VIC-TORY BODEGON C.A.**, presentado por las Bachilleres **Barrios Q. Yulitza N.** y **Colmenares T. Adriana C.**, titulares de las cédulas de identidad N° **V. 27.986.157** y **24.206.038**, para optar el Título de Licenciado en **Contaduría Pública**, por medio de la presente certifico que he leído el Trabajo y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado asignado para tal efecto.

Asimismo me comprometo como tutor, a estar presente en la defensa del Trabajo de Aplicación, en la fecha, hora y lugar que se establezca para tal fin.

En la ciudad de Barinas a los 25 días del mes de julio de 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Denis E. Gutiérrez', with the identification number '9988406' written below it in a similar style.

9988406



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL  
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES  
“EZEQUIEL ZAMORA”

VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONOMICAS

SUBPROGRAMA CONTADURIA PÚBLICA

**Constancia de Ejecución del Trabajo de Aplicación**

Yo, Evelin Camacaro, titular de la cedula de identidad N° 13.484.449, en mi condición de Presidente hago constar por medio de la presente que las Bachilleres, **Barrios Q. Yulitza N. y Colmenares T. Adriana C**, titulares de las cédulas de identidad N° **V. 27.986.157 y 24.206.038**, autoras del Trabajo de Aplicación titulado **SISTEMA DE GESTIÓN PARA LAS COMPRAS Y VENTAS EN LA EMPRESA VICTORY BODEGON C.A., UBICADA EN EL MUNICIPIO BARINAS**. Siendo el tutor Prof. (a) **Denis E. Gutiérrez**, C. I. N° 9.988.406, para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública que otorga la Universidad Nacional Experimental De Los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”, certifico que la estudiante antes mencionada realizó su Trabajo de Aplicación en esta empresa, institución u organización.

En Barinas, a los 13 días del mes de julio de 2022.

**Firma de la empresa**

**Dirección:** Urb. La Victoria, Calle Merida, Casa Nro 18-663, Barinas Estado Barinas.

Teléfono: 0414-507040

### **Dedicatoria**

Este logro es dedicado primeramente a Dios todo poderoso por guiarnos en todo momento y permitirnos alcanzar una meta más en nuestras vidas.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos.

A mi abuela que desde el cielo nos guio en todo momento con sus bendiciones.

## **Agradecimiento**

Agradecemos a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser la guía de este sueño tan anhelado en nuestras vidas y por permitirnos ver materializada esta meta.

A mi madre querida, por apoyarnos incondicionalmente a seguir día a día con este trabajo, para poder alcanzar una de mis metas.

A mi padre por su sabiduría y conocimiento al orientarnos a elegir esta carrera.

A mi hermano por brindarnos su apoyo y luchar día tras día, a lo largo de este trabajo para cumplir nuestras metas.

A mis familiares por apoyarnos en todo momento y enseñarnos que teniendo constancia podemos lograr todo aquellos que nos propongamos.

A nuestra tutora Denis Gutierrez por su ayuda, dedicación, orientación y apoyo que nos brindó a lo largo de todo este proceso.

Y por último a nuestra casa de estudio la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora (UNELLEZ), incluyendo a los profesores, y a todo aquel que ha contribuido a este logro.

## Índice

	<b>P.g</b>
Aprobacion de tutor.....	2
constancia de ejecución del trabajo de aplicación.....	3
Intrduccion .....	15
Capitulo I .....	1719
El problema .....	19
Objetivos de la investigacion: .....	24
General.....	24
Especifico .....	24
Justificacion .....	24
Alcances y limitaciones .....	26
Capítulo II .....	27
Marco Teorico.....	27
Antecedes de la investigacion .....	27
Breve reseña historica.....	30
Misión.....	31
Vision.....	31
Objeto social .....	32
Bases teoricas.....	32
Sistema.....	32
Gestion .....	33



Sistema de gestion .....	33
Componentes .....	34
Estrategico .....	34
Tactico .....	35
Procedimientos.....	35
Estrategia organizacional .....	36
La planificacion .....	37
Estado de resultado .....	37
Incentivos.....	38
Recursos humanos .....	38
Sistema de informacion y tecnologico.....	39
Presupuestos.....	40
Proveedores.....	41
Facturacion.....	41
Registro de entrada y salida .....	41
Inventario .....	42
Procesos administrativos.....	42
Ciclo de compras y ventas .....	43
Compras .....	43
Ventas .....	44
Pagos.....	44
Pedidos.....	45
Lista de pedidos .....	45

	10
Facturacion de pedidos .....	45
Descuentos – rebajas en ventas.....	46
Bases legales .....	46
Constitucion de la republica bolivariana de venezuela (1999): .....	46
Ley de impuesto sobre la renta (2007).....	47
Codigo de comercio venezolano (1995) .....	48
Definicion de terminos .....	51
Sistema de variables.....	53
Capítulo III.....	56
Marco metodologico .....	56
Enfoque o paradigma de la investigacion .....	56
Tipo de investigacion .....	57
Diseño de la investigacion .....	57
Poblacion.....	58
Muestra.....	59
Tecnicas e instrumento de recoleccion de informacion .....	59
Validez y confiabilidad .....	60
Validez .....	60
Confiabilidad.....	61
Tecnica de procedimiento y analisis de la informacion .....	61
Capítulo IV .....	63
Análisis de los resultados .....	63
Capítulo V .....	63

Conclusiones y recomendaciones .....	88
Bibliografía .....	91
Anexos .....	93

### Lista de Cuadros

<b>Cuadro 1.</b> Operalización de las variables .....	55
<b>Cuadro 2.</b> ¿Utiliza la empresa estrategia organizacional de compra – venta para el buen desempeño de la misma? .....	64
<b>Cuadro 3.</b> ¿La organización realiza la planificación de compra – venta basada en los objetivos de la empresa? .....	65
<b>Cuadro 4.</b> ¿Existe algún procedimiento de gestión que permita un manejo adecuado de las áreas de compra y venta de la empresa? .....	66
<b>Cuadro 5.</b> ¿Se implementa diferentes incentivos para el recurso humano de la empresa? ..	66
<b>Cuadro 6.</b> ¿En la empresa el recurso humano tiene claro la segregación de funciones?. ...	67
<b>Cuadro 7.</b> ¿Cuenta la empresa con un sistema de información referente a las compras? ...	68
<b>Cuadro 8.</b> ¿El sistema de reporte de inventario del estado resultado es periódico? .....	69
<b>Cuadro 9.</b> ¿Cuenta la empresa con un sistema de información referente a las ventas?....	71
<b>Cuadro 10.</b> ¿Existe un presupuesto de compra en la empresa? .....	72
<b>Cuadro 11.</b> ¿Se comparan los presupuestos de compra con la ejecución de los mismos? .....	73
<b>Cuadro 12.</b> ¿La empresa exige un presupuesto de los diferentes pedidos a proveedores antes de realizar la compra?.....	74
<b>Cuadro 13.</b> ¿Se lleva a cabo una facturación de compra de la mercancía recibida? .....	75
<b>Cuadro 14.</b> ¿Se lleva un registro de entrada de mercancía en la empresa? .....	76
<b>Cuadro 15.</b> ¿Los pagos de la mercancía se realizan de acuerdo a un presupuesto de ventas y a la fecha estipuladas por los proveedores? .....	77

<b>Cuadro 16.</b> ¿Los proveedores presentan un presupuesto de venta con facilidad de pago a la empresa? .....	78
<b>Cuadro 17.</b> ¿Existe un responsable encargado de llevar el presupuesto de venta y de supervisar los pagos a los proveedores? .....	79
<b>Cuadro 18.</b> ¿Existe un presupuesto de venta en la empresa? .....	80
<b>Cuadro 19.</b> ¿Se comparan los presupuestos de venta con la ejecución de los mismos? ...	81
<b>Cuadro 20.</b> ¿La empresa presenta una lista de pedidos a sus clientes antes de realizar la venta? .....	82
<b>Cuadro 21.</b> ¿La facturación de pedidos que utiliza la empresa es automatizada? .....	83
<b>Cuadro 22.</b> ¿Se lleva un registro de salidas de mercancía en la empresa? .....	84
<b>Cuadro 23.</b> ¿Existen promociones de descuentos – rebajas en la empresa? .....	85
<b>Cuadro 24.</b> ¿Tiene la empresa un funcionario que autoriza los descuentos –rebajas en la empresa? .....	86
<b>Cuadro 25.</b> ¿Publicita la empresa los descuentos – rebajas que promociona? .....	87

## Listas de Gráficos

<b>Grafica 1.</b> Estrategia organizacional.....	64
<b>Grafica 9.</b> Planificación .....	65
<b>Grafica 3.</b> Procedimiento .....	66
<b>Grafica 4.</b> Recurso humano .....	67
<b>Grafica 5.</b> Recurso humano. ....	68
<b>Grafica 6.</b> Sistema de información. ....	69
<b>Grafica 7.</b> Sistema de información .....	70
<b>Grafica 8.</b> Sistema de información .....	71
<b>Grafica 9.</b> Presupuesto de proveedores.....	72
<b>Grafica 10.</b> Presupuestos de proveedores.....	73
<b>Grafica 11.</b> Pedidos a proveedores .....	74
<b>Grafica 12.</b> Facturación de compra.....	75
<b>Grafica 13.</b> Registro de entrada de mercancía .....	76
<b>Grafica 14.</b> Pago .....	77
<b>Grafica 15.</b> Pago .....	78
<b>Grafica 16.</b> Pago .....	79
<b>Grafica 17.</b> Presupuesto de venta .....	80
<b>Grafica 18.</b> Presupuestos de venta .....	81
<b>Grafica 19.</b> Pedidos de clientes .....	82
<b>Grafica 20.</b> Facturación de pedidos .....	83
<b>Grafica 21.</b> Registro de salidas de mercancía.....	84
<b>Grafica 22</b> Descuentos – rebajas .....	85

<b>Grafica 23.</b> Descuentos –rebajas.....	86
<b>Grafica 24.</b> Descuentos – rebajas .....	87

## **SISTEMA DE GESTIÓN PARA LAS COMPRAS Y VENTAS EN LA EMPRESA VIC-TORY BODEGON C.A. UBICADA EN EL MUNICIPIO BARINAS**

### **Resumen**

La presente investigación tuvo como propósito un análisis del sistema de gestión para las compras y ventas en la empresa Vic-tory Bodegon C.A. El trabajo se realizó con un enfoque cuantitativo, utilizando un tipo de investigación analítica y documental, apoyada en un estudio de campo; para recabar la información necesaria, se empleó un instrumento compuesto por veinticuatro (24) ítems, este cuestionario fue aplicado a una muestra de tres (03) trabajadores del área en estudio, el cual permitió dar paso al análisis de los datos obtenidos y así proceder a presentarlos en cuadros y gráficos que permitieron visualizar la situación actual de las compras y ventas; buscando cumplir con los objetivos de la investigación como lo son: Diagnosticar la situación actual del sistema de gestión para las compras y ventas en la empresa VIC-TORY BODEGON C.A. A su vez, es indispensable identificar los procedimientos actuales que se realizan en las compras y ventas en la empresa. Por consiguiente, se concluye que el contexto abordado no responde de manera adecuada a la gestión de la mismas; es por ello, que es de gran importancia identificar los procesos que se llevan en un sistema de gestión para las compras y ventas, en la cual, se pudo evidenciar, debilidades en planificación y estrategias para el buen desempeño de la empresa. Todo ello, demuestra la importancia que tiene de examinar el sistema de gestión para las compras y ventas en la empresa Vic-tory Bodegon C.A, con el fin de implementar estrategias que favorezcan el desenvolvimiento de dicha empresa.

**Palabras claves: sistema, gestión, compras, ventas.**



Marcadas las empresas por la incertidumbre y el riesgo debido al crecimiento acelerado de la economía, la modernización de los mercados, la tecnología y todo factor que influya en la realización y consecución de sus operaciones. Es por ello que en los últimos años se ha incrementado la importancia de tener un sistema de gestión en las organizaciones, ya que estos resultan muy prácticos al medir la eficiencia y productividad, en especial si se centran en actividades básicas de la empresa. El aplicar controles conducirá a conocer la situación real de las mismas, de acuerdo a esto, surge la importancia de poseer sistemas que sean capaz de proporcionar la confiabilidad necesaria sobre la gestión y operación de sus actividades.

Es conveniente resaltar que a fines del siglo XIX surge la preocupación de los hombres de negocios de formar y establecer sistemas adecuados para la protección de sus intereses, de allí, por medio de la partida doble se origina el control; el cual es considerado una herramienta que surge de la imperiosa necesidad de accionar proactivamente a los efectos de disminuir significativamente los altos niveles de riesgo a los cuales se hayan inmersas los distintos tipos de organizaciones.

Por consiguiente, el control comprende el plan de organización en todos los procedimientos coordinados de manera coherente a las necesidades de la empresa, se encarga de resguardar sus recursos, evitar fraudes, verificar la exactitud y confiabilidad de los datos contables, detectar riesgos y desviaciones que se presenten

en la empresa las cuales pueden afectar al cumplimiento de los objetivos de la organización. Un sistema de control adecuado a un departamento que conforme una organización, permitirá optimizar la utilización de recursos para alcanzar una adecuada gestión financiera y administrativa. A través de esta investigación se pretende explorar la existencia de alternativas que permitan aproximarnos a algún mecanismo que se pudiera implementar la empresa VIC-TORY BODEGON C.A., con el objetivo de valorizar el sistema de gestión de manera más formal. La estructura del presente trabajo consta de tres capítulos, estos son:

**Capítulo I**, presenta el problema a investigar, el cual se enfoca, a través de los planeamientos del problema, justificación del problema, los objetivos generales y específicos y alcance de la investigación.

**Capítulo II**, se refiere al marco teórico conceptual de la investigación, contienen antecedentes del problema, la investigación y las bases teóricas.

**Capítulo III**, contiene el marco metodológico, explica la metodología a utilizar, el tipo de investigación, área de la investigación, instrumento y técnicas de recolección de datos, su validez, confiabilidad, y el análisis de datos obtenidos en la investigación.

**Capítulo IV**, presentación, análisis e interpretación de resultados, se expone a manera de tablas y gráficos los resultados de la aplicación de los instrumentos de investigación, se realiza el análisis e interpretación de los resultados.

**Capítulo V**, se realizan las conclusiones y recomendaciones lo cual constituye el aporte de este trabajo de investigación.

## **Capítulo I**

### **El problema**

#### **Planteamiento y formulación del problema**

La gestión es un elemento indispensable, partiendo de una buena gestión se garantiza el buen funcionamiento de las empresas u organizaciones, para que exista una buena gestión, va a depender de la organización, control y dirección del grupo de personas que integren a dicha empresa. La mayoría de las organizaciones tienen tres niveles de gestión: gerentes de primer nivel, nivel medio y nivel superior. Los gerentes de primera línea son el nivel más bajo de administración y administran el trabajo de personas no gerenciales que están directamente involucradas con la producción o creación de los productos de la organización. Los gerentes de primera línea a menudo se denominan supervisores, pero también pueden llamarse gerentes de línea, gerentes de oficina o incluso capataces. Los mandos intermedios incluyen todos los niveles de gestión entre el nivel de primera línea y el nivel superior de la organización.

Los altos directivos son responsables de tomar decisiones en toda la organización y establecer los planes y metas que afectan a toda la organización. Por lo que según los objetivos de control para las tecnologías de la información y relacionadas (COBIT) 2018, manifiesta, que la gestión, planifica, construye, ejecuta y controla actividades alineadas con la dirección establecida por el cuerpo de gobierno para alcanzar las metas empresariales y esfuerzo de las personas.

Cabe destacar, que una, buena gestión para que se desarrolle de manera óptima debe existir una planificación que indique las estrategias que se van a desarrollar y de por ende buenos resultados no solamente deberá hacer mejor las cosas sino que deberá mejorar aquellas problemas que influyen directamente en el éxito y eso será posible mediante la reunión de expertos que ayuden a identificar problemas, arrojen soluciones y propongan nuevas estrategias, entre otras cuestiones. Por lo que se hace importante que estudiar la gestión de las principales cuentas como lo son las compras y ventas.

Actualmente las empresas involucran el desarrollo de estrategias que empaten con la línea de negocio, así como la creación de un área especializada en compras el cual maneje de manera de optima los volúmenes de compra, proveedores y el manejo de la cadena de valor. Mercado (2009) “Toda actividad industrial exige materiales y suministros para su funcionamiento, las cuales deben ser las adecuadas para el objeto a que se destinan y las convenientes para el proceso y el equipo utilizados”. El hecho de no cumplir con algunos de estos requisitos puede implicar costosas demoras de producción, productos de mala calidad, fallen el cumplimiento de los tiempos de entrega y descontento entre los clientes. Por tal motivo, se busca hacer frente a la competencia y rendir beneficio buscando la mejor forma de adquirir los materiales o productos al precio más bajo, lo cual permita cumplir con las exigencias de calidad y servicio.

Por consecuencia, actualmente las empresas buscan mejorar e implementar una gestión de compras y venta como lo resalta FUNG (1999) “La gestión de compras y venta se ocupa de la adquisición de los recurso y bienes de proveedores que contribuyen a los objetivos estratégicos y administrativos de la organización”.En efecto, la gestión de compra y venta

permite satisfacer las necesidades básicas al momento de adquirir un producto, es de vital importancia saber manejar todos los elementos necesarios para que se torne de forma eficaz.

La gestión de compras y ventas toma un rol fundamental en las estrategias de las organizaciones, a partir de los años 90 es cuando el papel estratégico ejercido por la gestión de compras tiene una importante contribución hacia las empresas por las revoluciones tecnológicas y comunicaciones. Es muy importante saber, que una buena gestión de compras dará ventaja competitiva y por ende mejorará los resultados de una empresa en función a reducción de costos, mejora de procesos, que permita incrementar el capital. Por tal motivo González, (2006) expresa “Para ello es fundamental que exista una eficiente gestión compras que se encuentre dentro de la planificación estratégica de la empresa”. Por ello, en la actualidad las grandes, medianas y pequeñas empresas que tienden a la competencia no cuentan en su estructura organizacional con áreas y/o unidades exclusivamente dedicadas al desarrollo eficiente de la gestión compras.

En el ámbito de la gestión de compra y venta internacional la expansión ha sido uno de los elementos relevantes, esto se debe, a que al incluir, a las empresas a nuevos mercados, es determinante, conocer muy bien el entorno y el mercado antes de tomar ninguna decisión. Aunque sea un mercado atractivo para la empresa puede que el entorno no sea favorable para una empresa extranjera. Por naturaleza el ser humano es resistente al cambio y cuando aparece algo nuevo que no conocíamos de antemano, por muy bueno que sea, la tendencia general es al rechazo. Ocurre algo similar con las empresas cuando se mueven a un mercado. Por ello, muchas veces es más rentable realizar alianzas o incluso

adquisiciones de empresas de la zona para empezar con una referencia ya establecida, y a partir de ahí crecer e instaurar la estrategia de la empresa.

Esto se debe, a la falta de planes, organización, dirección y controlar las actividades y operaciones, a fin de cumplir con los objetivos y metas de las empresas. Para ello, se deben considerar los diferentes tipos de riesgo, tales como los operacionales, de negocios, organizacionales, de mercado, entre otros. Es por ello que es indispensable el conocimiento adecuado de planes que ayuden y faciliten al mismo tiempo el buen desempeño de la empresa u organismo, partiendo de una buena capacitación al personal que integran la mismas, para que puedan implementar estrategias que faciliten el desarrollo adecuado de dicha empresa.

Después de las consideraciones anteriores, es importante mencionar que actualmente las empresas, presentan una mayor complejidad en el control de sus funciones y en su gestión administrativa y financiera, debido a los cambios que están surgiendo por los nuevos modelos de negocios, los cambios acelerados en estos, el uso de la tecnología, la globalización , asimismo cualquier otro desafío que se presente. De allí, a que esto conlleva que las empresas busquen mejorar sus sistemas de información para poder obtener un flujo de datos más continuo que transmita información confiable y transparente.

Cabe destacar, que Venezuela no escapa de esa realidad y es que por poseer un sistema financiero tan fluctuante, son muchas las entidades que buscan implementar mejoras en su gestión administrativa y financiera por medio de sistema de gestión que les permita mejorar la eficiencia y eficacia de sus operaciones.

Es por esto que a través de las observaciones y entrevista no estructurada realizada por la investigadora se puede decir, que VIC-TORY BODEGON C.A, ubicado en la calle Mérida, casa NRO 18-663 urbanización la Victoria Barinas-Barinas no escapa de esta realidad, debido a que la misma, no cuenta con un personal que se dedique a la función de gestionar las compras y las ventas, en la gran mayoría de casos el gerente general es el que realiza los requerimientos de compras y ventas.

Por lo que no cuenta con un personal debidamente calificado para las labores encomendadas la falta de organización y control interno de los procesos de compras y venta es el mayor problema cuando se adquiere o se entregan los productos; analizando la empresa en mención se detecta que los pedidos de compras se realizan en base a la experiencia más no en la demanda real, no tiene controles en sus procesos de compra y venta teniendo como consecuencia que existan debilidades en sus operaciones, en efecto, al no existir un sistema de administración claro, no existen objetivos, planes y seguimientos continuos sobre las actividades que se desempeñan diariamente, y por tanto, no permiten al director o dueño de la empresa supervisar y evaluar cada una de las áreas que conforman dicha entidad, y por consiguiente tomar decisiones oportunas que contribuya al crecimiento y desarrollo económico de su organización.

Cabe destacar que esta situación podría generar incertidumbre al momento de elegir la dirección que podría llegar a recorrer dicha empresa; esta realidad necesita de respuestas organizativas adecuadas que posibiliten la supervivencia en un mercado competitivo. Ante esta situación, surgen las siguientes interrogantes: ¿Cuál es la situación actual del Sistema de gestión para las compras y ventas en la empresa VIC-TORY

BODEGON C.A., ubicada en el municipio Barinas.?, ¿Cuáles son los procesos administrativos que se llevan en un Sistema de gestión para las compras y ventas en la empresa VIC-TORY BODEGON C.A., ubicada en el municipio Barinas?, ¿De qué manera la empresa analiza su sistema de gestión para las compras y ventas para la optimización en los procesos administrativos?

### **Objetivos de la Investigación**

#### **Objetivo General**

Analizar el Sistema de gestión para la compra y venta en la empresa VIC-TORY BODEGON C.A., ubicada en el municipio Barinas.

#### **Objetivos Específicos**

Diagnosticar la situación actual del Sistema de gestión para las compras y ventas en la empresa VIC-TORY BODEGON C.A., ubicada en el municipio Barinas.

Identificar los procesos que se llevan en un Sistema de gestión para la compra y venta en la empresa VIC-TORY BODEGON C.A., ubicada en el municipio Barinas

Examinar el Sistema de gestión para la compra y venta en la empresa VIC-TORY BODEGON C.A., ubicada en el municipio Barinas

### **Justificación**

La gestión de compras y venta en la actualidad se han convertido en determinante para el éxito de las empresas; ya que, es la encargada de la adquisición de recursos o bienes de proveedores, buscando siempre alianzas estratégicas, costos bajos y calidad; para así, lograr satisfacer al cliente final en el tiempo y condiciones solicitadas. En la actualidad la gestión de compra y venta de las empresas, se encuentran dentro de un proceso dinámico y



acelerado que ha influido drásticamente en la cultura de los miembros de dichos organismos. Por esta razón, se pretende realizar cambios significativos que se implementen dentro de las empresas para que así puedan funcionar de forma adecuada.

En este sentido, surge la necesidad de evaluar el sistema de gestión de compra y venta en VIC-TORY BODEGON C.A, ubicado en el municipio Barinas, lo que permitirá identificar los procesos que servirán para emprender nuevos estudios inherentes a la temática, esta información obtenida puede ser utilizada de referencia y motivación a otros investigadores para realizar trabajos sobre este tema. La importancia trascendental de esta investigación va dirigida hacia la búsqueda de alternativas que permitan una buena gestión de compra y venta, para fomentar y mejorar la productividad de la empresa de estudio, de esta manera lograr que funcione correctamente. Al mismo tiempo ofrecerá, información teórica sobre la gestión de compra y venta de una empresa.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación indiscutiblemente servirá como marco de referencia para investigaciones posteriores. Al respecto, y con relación a las Necesidades de Investigación, este trabajo corresponde al Área: Ciencias Económicas y Sociales; Líneas estratégicas: Sistema. Necesidades de investigación: Determinación de necesidades de profesionales y técnicos, en cuanto a los procedimientos para lograr la mejor toma de decisión.

Finalmente, según las líneas establecidas en las normas para la elaboración y presentación del trabajo de aplicación (2012) de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora (UNELLEZ), es preciso mencionar que el estudio se inserta dentro de la línea de investigación descriptiva con un enfoque cuantitativo.

### **Alcances y Limitaciones**

El presente estudio se enfoca en evaluar el sistema de control interno en la empresa VIC-TORY BODEGON C.A, para el primer trimestre 2022 Ubicada en el municipio barinas, la cual se dedica a la compra, venta, distribución al mayor y detal de artículos, alimentos, víveres, granos, enlatados, importados, entre otros. En consecuencia, ofrece a dicha empresa adquirir conocimientos basados en prácticas y experiencias aplicadas al desarrollo y búsqueda de alternativas que contribuyan al mejoramiento del sistema de gestión de las compras y ventas. Con la finalidad que la empresa obtenga una mejora en su rendimiento.

## **Capítulo II**

### **Marco Teórico**

El propósito del presente capítulo es fundamentar la investigación con la revisión bibliográfica, referente al tema en estudio, incluyendo la importancia de la gestión de compra y venta desde los diferentes enfoques tratados para el desarrollo de la presente investigación. Según Bernal (2006) afirma que el marco teórico “Es la fundamentación teórica dentro de la cual se enmarcará la investigación que va a realizarse. Es decir, es una presentación de las principales escuelas, enfoques o teorías existentes sobre el tema objeto de estudio” (p.124). De esta manera es posible comprender que el marco teórico es aquel que contiene información que permite contextualizar el tema a investigar.

#### **Antecedentes de la Investigación**

Según Espinoza (2018), en su tesis “Análisis del proceso de compras para diseñar una propuesta de indicadores de gestión que permita mejorar los procesos del área de compras”, tuvo como objetivo general, evaluar el estado actual de los procesos de compras en una empresa de fabricación de empaques, con la finalidad de proponer indicadores de gestión que vayan alineados al giro del negocio, que generen información relevante que contribuya a la mejora continua del proceso.

La evaluación de los procesos de compras de la empresa en estudio permitió detectar fallas en su ejecución como elevado número de solicitudes de compras sin procesar,

desactualización de manuales y políticas, falta de controles adecuados y carencia de indicadores de gestión, lo que causa inconvenientes a la operativa normal de la empresa. Por lo tanto, la implementación de indicadores de gestión facilitó al departamento de compras la mejora del proceso en base a los resultados medidos a través de dichos indicadores. Existe una correlación positiva significativa, entre diseñar indicadores de gestión con gestión de compras y venta, ya que la misma busca un desempeño en las empresas.

Ortiz (2019) es una tesis, que presenta la “Mejora en el proceso de compras para reducir los tiempos de entrega de suministros”, esto se debe a que la empresa no cuenta con procedimientos establecidos para el área de compras. Para poder lograr el objetivo de la tesis los autores desarrollan un plan de ejecución el cual incluye indicadores, manual de procedimientos, estandarización de procesos y desarrollo de proveedores. También se apoyan de la implementación de herramientas para recaudar información como base de datos.

Por lo cual conllevó a los autores a elaborar esquemas e implementar indicadores y lograr reducir los tiempos de entregas de los suministros con los clientes internos de la empresa, además lograron realizar el desarrollo de proveedores logrando que su indicador se encuentre en 50%. La tesis concluye que los indicadores utilizados y las acciones de implementadas lograron reducir el tiempo de abastecimiento de los suministros en un 42.97%.

Analizando las siguientes investigaciones, con el objeto de estudio, se puede decir, que buscan la mejora en la productividad implementando diversas estrategias de compra y

venta, que permitan el abastecimiento adecuado, en un lapso de tiempo corto, con un bajo costo y de buena calidad en las empresas.

Torres (2019), en su tesis de tipo descriptiva, titulada “Propuesta de mejora en los procesos de administración de compras y venta en una empresa privada comercializadora 2M7 periodo 2019-2020” tuvo como objetivo generar una propuesta de mejora en los procesos para el área de administración de compras y venta en la empresa privada comercializadora 2M7. Para el análisis de la empresa el investigador calcula el indicador de calidad del pedido generado, antes y después de la aplicación de la propuesta de mejora, la cual en un alto índice implica una eficiencia interna, cumplimiento de las funciones y políticas de la empresa. Asimismo, una de las conclusiones del investigador es que la gestión del servicio al cliente se ve beneficiada por la mejora en el procedimiento de compras.

Gamarra (2020), en su tesis “Propuesta de diseño de políticas de compras y venta para optimizar la calidad de servicio del área de mantenimiento de Inversiones Sulvaran, F.P en período 2020-2021” realizada en la ciudad de Barinas, se enfoca en la mejora continua de procesos a las políticas de compras y venta, como resultado la calidad de servicio hacia los clientes tanto internos como externos de la organización.

Considerando lo anterior como una constante, se puede observar, que las investigaciones guardan relación con la presente, debido a que las mismas, buscan como resultado, la mejora de atención al cliente en su compra analizando la calidad del producto que se quiere vender y de esta manera lograr un incremento positivo en las empresas.

### **Breve reseña histórica**

La empresa inicio sus actividades en Enero del año 2018, contando un (01) presidente y un (01) vicepresidente. El trabajo realizado comprende diferentes sentidos ente, entre ellos podemos encontrar: todo lo relacionado a la Compra, venta, exportación, importación y distribución al mayor y al detal de todo tipo de víveres, verduras, frutas, charcutería, carnicería, pescadería, pollera; también podrá realizar festejos, ambientación y decoración de fiestas de todo tipo, quincallería, bebidas gaseosas, refrescos, licores nacionales e importados al mayor y al detal, igualmente se dedicará a cualquier otra actividad similar o conexas del libre y licito comercio relacionado con el objeto indicado y en fin de realizar cualquier acto de comercio sin más limitaciones que las establecidas por la ley, puesto en el presente objeto es enunciativo y no limitativo.

La finalidad de la entidad es responder a las necesidades que tienen los ciudadanos de las distintas localidades de la ciudad de contar con un servicio de compras y ventas de diversos insumos alimenticios, entre otros, cubriendo así algunas prioridades de la cesta básica de alimentación de la población en general.

**Misión:**

Brindar servicios de Compra, venta, exportación, importación y distribución al mayor y al detal de todo tipo de víveres, verduras, frutas, charcutería, carnicería, pescadería, pollera; también podrá realizar festejos, ambientación y decoración de fiestas de todo tipo, quincallería, bebidas gaseosas, refrescos, licores nacionales e importados al mayor y al detal, igualmente se dedicará a cualquier otra actividad similar o conexas del libre y licito comercio relacionado con el objeto indicado y en fin de realizar cualquier acto de comercio sin más limitaciones que las establecidas por la ley, puesto en el presente objeto es enunciativo y no limitativo.

**Visión:**

Evolucionar en los servicios de que ofrece la entidad de Compra, venta, exportación, importación y distribución al mayor y al detal de todo tipo de víveres, verduras, frutas, charcutería, carnicería, pescadería, pollera; también podrá realizar festejos, ambientación y decoración de fiestas de todo tipo, quincallería, bebidas gaseosas, refrescos, licores nacionales e importados al mayor y al detal, de la Empresa Mercantil “VIC-TORY BODEGON C.A.”, con el fin de evolucionar con que evolucionar a corto y largo plazo, generando un buen desarrollo económico y social del país, de manera que se adecue a las necesidades del cliente

**Objeto social:**

La Compañía tendrá por Objeto Principal todo lo relacionado a la Compra, venta, exportación, importación y distribución al mayor y al detal de todo tipo de víveres, verduras, frutas, charcutería, carnicería, pescadería, pollera; también podrá realizar festejos, ambientación y decoración de fiestas de todo tipo, quincallería, bebidas gaseosas, refrescos, licores nacionales e importados al mayor y al detal, igualmente se dedicará a cualquier otra actividad similar o conexas del libre y lícito comercio relacionado con el objeto indicado y en fin de realizar cualquier acto de comercio sin más limitaciones que las establecidas por la ley, puesto en el presente objeto es enunciativo y no limitativo.

**Bases Teóricas**

**Sistema**

Un sistema es un conjunto de elementos relacionados entre sí que funciona como un todo, Santillana (2012) lo define como “Conjunto organizado de las partes que

integran una estructura, regularmente interactuantes e interdependientes, que se concatenan (enlazan) para la consecución de un propósito u objetivo determinado” (p.7).

Tomando en cuenta lo anteriormente expuesto, se puede decir, que el sistema permite llevar los elementos de la misma con una estrecha relación, para que facilite el buen funcionamiento.

### **Gestión**

Para Crosby (1997) gestión “es el proceso emprendido por una o más persona para coordinar las actividades laborales de otras personas, con la finalidad de lograr resultados de alta calidad que cualquier otra persona, trabajando sola, no podría alcanzar” (p. 12). Por lo que se puede decir que la gestión significa la búsqueda de la calidad de los procesos que realizan una o mas personas.

Cabe destacar, que una buena gestión permite adquirir los diferentes recursos, para el buen desempeño de la empresa .

### **Sistema de gestión:**

Según los autores Camisón, Cruz y González (2019) “manifiestan que un Sistema de Gestión es el conjunto de elementos mediante el cual la dirección planifica, ejecuta y controla todas sus actividades para el logro de los objetivos preestablecidos”.

En efecto, un sistema de gestión permite llevar una organización adecuada, partiendo de una serie de elementos, que faciliten, el buen desempeño de una empresa. Por otra parte, es una herramienta que permite controlar, planificar, organizar y automatizar las tareas administrativas de una organización. Un sistema de gestión analiza los rendimientos y los riesgos de una empresa, con el fin de otorgar un ambiente laboral más eficiente y



sostenible. Es importante que cada área tenga claro y definido tanto su objetivo como sus metas. Esto da la garantía de direccionar tu negocio más fácil y eficazmente.

Cabe destacar, que es necesario para cada empresa, mantener un orden adecuado, en todas las diferentes funciones que se deben desarrollar en la misma y de esta manera se pueden examinar los detalles que falten, para así lograr una óptima satisfacción dentro de la empresa. El sistema de gestión se requiere en una empresa para alcanzar resultados excepcionales. Está conformado por los componentes estratégico, táctico y operacional. Sus componentes son: gestión estratégica, gestión de mejoría, gestión de innovación, gestión de flujos, gestión de proyectos y gestión diaria.

### **Componentes del sistema de gestión:**

#### **Estratégico**

En una era de mercados altamente competitivos, globalizados y con fuertes presiones del entorno político, económico, social, ambiental y tecnológico, el progreso y la sustentabilidad de las organizaciones en general, requieren una gestión estratégica pautada en resultados que permita a la alta administración evaluar lo que se debe y lo que no se debe hacer. La gestión estratégica obedece al ciclo PDCA donde la (P) tiene que ver con la formulación estratégica; la (D) con la ejecución de las estrategias planificadas y las estrategias emergentes; la (C) con la revisión mensual de los resultados y la (A) con la toma de acciones correctivas ante desviaciones.

Se recomienda comenzar a pensar la organización por los fines y no por los medios, es decir, iniciar por la visión de futuro y por el sueño y el deseo de crear, en un determinado horizonte estratégico, una organización más valiosa, más robusta y más competitiva. Esta visión se transforma en metas globales que serán desplegadas y alcanzadas a lo largo del

tiempo, utilizando la estructura organizacional y la cadena de valor del negocio. Para alcanzar ese conjunto de metas se requiere un motor, un método capaz de conducir a la organización a la búsqueda del crecimiento continuo y sustentable. Entonces, para alcanzar el éxito se requiere la ecuación: meta + buen plan para alcanzar la meta + personas realmente comprometidas + comunicación eficiente y eficaz.

### **Táctico**

Cuando las exigencias del mercado y el desempeño de los competidores crecen más rápido que la capacidad de mejoramiento de la gestión diaria en la organización, es necesario introducir la gestión de la mejora anual de la operación para responder a estos desafíos. La gestión de la mejora anual de la operación está centrada en la concepción de que los resultados se obtienen por la contribución creativa de las personas. Se focaliza en el esfuerzo de todos. El enfoque se fundamenta en la gestión de mejoras, la gestión de innovación, la gestión de flujo y la gestión de proyectos. Es una búsqueda permanente de la mejor forma de hacer las cosas. Este enfoque se utiliza para resolver los problemas crónicos y difíciles que a pesar del gran esfuerzo de la gestión diaria no se han podido resolver.

### **Procedimiento:**

Gómez F. (1993) señala que: " El principal objetivo del procedimiento es el de obtener la mejor forma de llevar a cabo una actividad, considerando los factores del tiempo, esfuerzo y dinero (p.61)".

Es conveniente acotar, que los procedimientos permiten adaptar las mejores soluciones para los problemas y contribuye a llevar una buena coordinación y orden en las actividades de la organización.

Dentro de este orden de ideas, los procedimientos permiten llevar una buena gestión en la empresa, ya que, de una forma jerárquica, se pueden implementar pasos o estrategias para el mejoramiento de la misma.

**Estrategia organizacional:**

Para Romo y Márquez (2014), “la estrategia organizacional consiste en desenvolver tácticas competitivas para introducir políticas y crear una estructura empresarial que sea conveniente, direccionando a una delegación de herramientas que permita alcanzar con éxito esas acciones mediadas por la táctica (p.25)”.

Partiendo de esta perspectiva, cualquier empresa que pretenda proyectarse con éxito debe implementar ciertas estrategias relacionadas a su actividad y con sus áreas internas.

En muchas ocasiones las estrategias funcionales de una empresa u organización, como podrían ser las estrategias de marketing, no son acordes con las estrategias corporativas. Cuando se da este desajuste, resulta fundamental que emprendamos acciones de alineamiento de las estrategias de la empresa.

Formular estrategias para mejorar el desempeño y los resultados en cada área, se considera una manera de estrategia organizacional, pues se está manejando estratégicamente cada área de la organización para seguir un mismo rumbo y logro de objetivos y metas específicas. Cuando una empresa no establece estrategias sigue el rumbo del mercado lo que en ocasiones no es conveniente.

Por tanto, la tecnología es más o menos necesaria siempre en función de los objetivos estratégicos que persiga el negocio.

Así, al escoger entre las tecnologías sobre las cuales invertir, una empresa debe basar sus decisiones en un profundo conocimiento de cada tecnología importante en sus actividades y

no en simple indicadores como la oferta del mercado actual. Algunas veces todo lo que se necesita para producir un progreso tecnológico es esfuerzo e inversión. En otros casos, los avances en las sub-tecnologías pueden permitir mejoras en las tecnologías utilizadas actualmente.

**La planificación:**

Según Cortés, (1998)” manifiesta que la planificación es el proceso de definir el curso de acción y los procedimientos requeridos para alcanzar los objetivos y metas. En otras palabras, es el plan que se establece de lo que hay que hacer para llegar al estado final deseado (p 30)”.

Tomando en cuenta, lo anteriormente expuesto, la planificación permite llevar una organización adecuada de los objetivos propuestos de una empresa, para el mejor desempeño de la misma.

**Estado de resultado:**

Según el postulado de Guajardo (2005) “el estado de resultados es aquel que tiene como fin determinar el monto por el cual los ingresos contables superan a los gastos contables, llamando al resultado en caso de ser positivo utilidad, y en caso contrario se le denomina pérdida (p 52)”.

En efecto, el estado de resultados es un estado financiero básico en el cual se presenta información relativa a los logros alcanzados por la administración de una empresa durante un periodo determinado; asimismo, hace notar los esfuerzos que se realizaron para alcanzar dichos logros. La diferencia entre logros y esfuerzos es un indicador de la eficiencia de la administración y sirve de medida para evaluar su desempeño.

Por otra parte, debe mostrar la información relacionada con las operaciones de una entidad lucrativa en un periodo contable mediante un adecuado enfrentamiento de los ingresos con los costos y gastos relativos, para así determinar la utilidad o pérdida neta del periodo, la cual forma parte del capital ganado de esas entidades.

Cabe destacar, que es un estado financiero dinámico porque proporciona información que corresponde a un periodo. Los estados financieros estáticos son los que muestran información a una fecha determinada. Seguidamente, en el estado de resultados se detallan los logros obtenidos (ingresos) por la administración de la entidad en un periodo determinado y los esfuerzos realizados (costos y gastos) para alcanzar dichos logros.

**Incentivos:**

Según Chiavenato (2000), “los incentivos son pagos hechos por la organización a sus trabajadores (salarios), premios, beneficios, oportunidades de progreso, estabilidad en el cargo supervisión abierta, elogios, entre otros (P. 117).”

Tomando en cuenta lo anterior, los incentivos permiten una compensación de la labor que desempeña un empleado, la misma permite un buen desempeño del trabajador dentro de la empresa, ya que, es un motivo para seguir dando lo mejor dentro de una empresa, porque de una manera u otra se reconoce la función que estas cumpliendo dentro de la empresa.

**Recursos humanos:**

Según Herrera Gómez (2001) “la gestión del recurso humano se constituye en un “conjunto de actividades y medidas concretas para operar el área y que tienen un efecto directo sobre los comportamientos, actitudes y aptitudes de las personas dentro del esquema organizacional” ( p. 48)”.

En el corazón de una organización está el capital humano. Recursos humanos se encarga precisamente de proporcionar a la empresa el personal necesario para su buen funcionamiento.

Esto implica, por lo tanto, asegurar un número suficiente, pero también competente y motivado para el buen funcionamiento de la organización.

Recursos humanos es el departamento de una empresa que se encarga de encontrar, seleccionar, reclutar y capacitar a las personas que solicitan un empleo, así como administrar las prestaciones o beneficios que se les otorgan.

El departamento de Recursos humanos es una parte vital de cualquier empresa, ya que su trabajo se desarrolla a la par de los cambios que se presenten y a la búsqueda de un crecimiento, al mismo tiempo que se trabaja en la búsqueda de empleados de calidad para los propósitos requeridos.

### **Sistema de información y tecnologías:**

Según Michael Porter (2000), “de todas las cosas que pueden cambiar las reglas de competencia, el cambio tecnológico está entre las más prominentes” (P 45).

Tomando en cuenta, lo anteriormente expuesto, pero el uso de la tecnología no es importante por sí mismo, es importante si trae consigo el logro de una ventaja competitiva. La importancia de la tecnología para la competencia no está en función de su mérito científico o su prominencia en el producto físico. La tecnología es importante para la competencia si afecta de manera significativa la ventaja competitiva de la empresa.

Cabe destacar, que es un, conjunto formal de procesos que, operando sobre una colección de datos estructurados en función de las necesidades específicas del negocio, recopila, elabora y distribuye la información necesaria para la operación de la organización

y para las actividades de dirección y control correspondientes, apoyando, al menos en parte, los procesos de toma de decisiones necesarios para desempeñar las funciones de negocio de la empresa, de acuerdo con su estrategia.

Los autores Whitten, Bentley y Dittman (2004, citado en Fernandez, 2006), describen un sistema de información como “un conjunto de personas, datos, procesos y tecnología de la información que interactúan para recoger, procesar, almacenar y proveer la información necesaria para el correcto funcionamiento de la empresa”(p.28).

Partiendo de lo anterior, se puede decir, que el sistema de información es un conjunto de elementos que se interrelacionan entre sí, con el propósito de prestar atención a las demandas de información de una organización, para elevar el nivel de conocimientos que permitan un mejor apoyo a la toma de decisiones y desarrollo de acciones

### **Presupuesto**

Según Burbano (2005), “el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un período con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlas, de igual forma, este autor indica que es una estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado (p 25)”.

Con base al anterior planteamiento, se puede decir, que los presupuestos permiten llevar un control de la mercancía en cuanto a los precios más factibles para la empresa implementando diversas estrategias que faciliten el control de la mercancía.

**Proveedores**

Según la Real Academia Española es la “persona o empresa que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos, asociaciones, comunidades, entre otras (67)”.

Es conveniente acotar, que los proveedores, se encargan, de abastecer a las empresas de diferentes mercancías, facilitándole una variedad de productos y de precios, para que la misma se encuentre bien surtida.

La gestión de pedidos se inicia cuando un cliente realiza un pedido, y termina cuando recibe su paquete o servicio. Permite a las empresas coordinar todo el proceso de tramitación, desde la recogida de pedidos, el inventario y la visibilidad de la entrega hasta la disponibilidad de servicios.

**Facturación**

Según Castillo (2007), “Una factura es un documento que respalda la realización de una operación económica, que por lo general, se trata de una compraventa” (p 52). En efecto, la facturación o comprobante de compra y venta, permite llevar un control, de la mercancía que sale y entra, y de esta manera poder llevar de forma sistemática la contabilidad de la empresa y de esta manera para efectos fiscales estar al día.

**Registros de Entradas y Salidas**

Según Catacora (2011), los Inventarios representan las partidas del activo que son generadoras de ingresos para varios tipos de empresas, entre las cuales se encuentran las que tienen una actividad de transformación y las que se dedican a la compra y venta o comercialización (p.148)”. En este sentido, los inventarios o registro de entradas y salidas en el caso de las empresas comercializadoras, se pueden definir como los artículos que se



encuentran disponibles para la venta y en el caso de una compañía manufacturera, los productos terminados, en proceso, materias primas y suministros que se vayan a incorporar en la producción. Cualquier tipo de entidad por más pequeña que sea, posee y maneja algún tipo de inventario, el cual en algunos casos será la fuente generadora de ingresos operacionales y en otros, por ser necesarios para la prestación de los servicios.

Son los registros de artículos que se encuentran disponibles para la venta en la empresa el cual son generadores de ingresos para las actividades de transformación a las empresas dedicadas a la compra y venta o comercialización.

### **Inventario**

Según Díaz (1999) “son la cantidad de bienes que una empresa mantiene en existencia en un momento dado bien sea para la venta ordinaria del negocio o para ser consumidos en la producción de bienes o servicios para su posterior comercialización” (p.56). En efecto, Constituye el nexo entre la producción y la venta de un producto y representa una inversión considerable para la empresa, lo cual debe ser controlado cuidadosamente por ser el activo corriente de menor liquidez.

### **Procesos administrativos:**

Según Koontz y Weihrich (2002) el proceso administrativo comprende las actividades interrelacionadas de: planificación, organización, dirección y control de todas las actividades que implican relaciones humanas y tiempo

Se trata de un conjunto de funciones administrativas que se realizan de forma secuencial. Su propósito principal es ayudar a la empresa a hacer un mejor uso de sus recursos y alcanzar sus objetivos de forma más eficiente.

## **Ciclo de compras y ventas:**

### **Compras:**

Según Kotler & Armstrong (2002), “cuando hace una compra, el consumidor atraviesa por un proceso de decisión que consta de reconocimiento de la necesidad, búsqueda de información, evaluación de opciones y conducta posterior a la compra”.

Dentro de este orden de ideas, es importante mencionar que es el proceso por el que pasa un usuario desde que descubre que tiene un problema o necesidad hasta que encuentra y compra algo que lo soluciona o satisface. Este ciclo se puede medir tanto en el canal offline como en el online, pero lo cierto es que, en este último, conocer y comprender las fases por las que pasa un comprador es mucho más sencillo y es que una de las grandes ventajas con las que cuenta un negocio online es que podemos analizar al detalle cada paso que da el usuario desde que entra en la web o visualiza un tipo de publicación online hasta que hace clic en “comprar”. Tal es así que si fichamos correctamente el recorrido que realiza hasta el momento en que piensa “¿lo compro?”, seguro que aumentamos las posibilidades de venta.

Dicho de esta forma, parece algo sencillo, pero detrás de la toma de decisión de compra del consumidor hay un mundo.

### **Ventas:**

Según Stanton, Etzel y Walker, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el proceso de venta es: "una secuencia lógica de cuatro pasos que emprende el vendedor para tratar con un comprador potencial y que tiene por objeto producir alguna reacción deseada en el cliente (usualmente la compra)"

Es decir, el ciclo de ventas es el proceso que ejecuta una empresa al vender un producto o servicio a un cliente. Este proceso, repetitivo y táctico, es un conjunto de acciones específicas que los vendedores siguen para convertir un prospecto en cliente.

En el área comercial siempre sabrá cuál es su próximo movimiento y en qué punto del ciclo se encuentra cada cliente potencial. También puede ayudar a repetir el éxito o a precisar mejoras para cerrar acuerdos rápidamente.

La duración de un ciclo de ventas tiene un efecto crítico en el rendimiento de una empresa. La duración de este ciclo influye directamente en el índice de liquidez, la planificación presupuestaria, la gestión del inventario, el calendario de marketing y la estrategia de ventas.

En definitiva, cuanto más rápido sea la rotación de las ventas, más rápido crecerá una empresa, mientras que cuanto más lento sea el ciclo, mayor será el riesgo de tener problemas de liquidez y de quebrar. Por lo que una estrategia para acelerar el ciclo de ventas es algo que no se puede ignorar.

### **Pago**

Para Zannoni (1996) “El pago es el cumplimiento de la prestación que hace el objeto de la obligación, ya se trate de una obligación de hacer y una obligación de dar (p 34)”.

El pago es el cumplimiento voluntario de una prestación debida y constituye la forma de que exista una obligación de hacer y de dar.

### **Pedidos**

Polimeni (1994) dice que: “es una solicitud escrita, porque usualmente se envía para informar al departamento de venta acerca de una necesidad de materiales o suministros (p.76)”. En efecto, la misma permiten llevar un control de los diversos artículos que

necesita la empresa con el fin de mantenerla surtida, para que el comprador se mantengan satisfecho, tratando en lo posible cubrirle las necesidades.

### **Lista de Pedidos**

Según Polimeni (1994) “es una solicitud escrita, por que usualmente se envía para informar al departamento de venta acerca de una necesidad de materiales o suministros (p.76)”.

Es una solicitud para realizar una lista de pedido el cual se informa al departamento de venta de las necesidades materiales o suministros del cliente.

### **Facturación de Pedido**

Según Polimeni (1994) es la requisición de venta esta correctamente elaborada, el departamento de venta emitirá una orden de venta que es una solicitud escrita a un proveedor, por determinados artículos a un precio convenido. La solicitud especifica los términos de pago y de entrega (p.76)”. Es una solicitud por escrita emitida por el departamento de venta dirigida a un proveedor con determinados bienes y servicios a un precio a convenir con sus términos de entrega y pago.

### **Descuentos y Rebajas en Venta**

Según Philip Kotler (2000), son descuentos o rebajas de ventas el cual consiste en la realización de incentivos a corto plazo para fomentar la venta de un producto. Dichos incentivos pueden llevarse a cabo de distintas formas: descuentos, ofertas, cupones, regalos, etc. Sin embargo, pese a que se trata de una técnica muy usada, son pocas las empresas que logran realizar una promoción verdaderamente exitosa (p. 24).

Los descuentos son una manera de incentivos a corto plazo de uno o varios productos para la realización de su venta en cual tienen distintas formas o presentaciones para su promoción.

### **Bases Legales**

#### **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)**

**Artículo 52.** Toda persona tiene derecho de asociarse con fines lícitos, de conformidad con la ley. El Estado estará obligado a facilitar el ejercicio de este derecho. Notando así que cualquier persona puede ser parte de una asociación, como lo es la empresa VIC-TORY BODEGON C.A.

**Artículo 112.** Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país. Este artículo enseña la legalidad total y en su defecto la empresa VIC-TORY BODEGON C.A, ofrece todos los servicios necesarios en relación a su actividad para satisfacer a su clientela.

**Artículo 299.** El régimen socioeconómico de la República Bolivariana de Venezuela se fundamenta en los principios de justicia social, democracia, eficiencia,

libre competencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad, a los fines de asegurar el desarrollo humano integral y una existencia digna y provechosa para la colectividad. El Estado conjuntamente con la iniciativa privada promoverá el desarrollo armónico de la economía nacional con el fin de generar fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, elevar el nivel de vida de la población y fortalecer la soberanía económica del país, garantizando la seguridad jurídica, solidez, dinamismo, sustentabilidad, permanencia y equidad del crecimiento de la economía, para lograr una justa distribución de la riqueza mediante una planificación estratégica democrática participativa y de consulta abierta.

En este sentido, se evidencia con claridad, que el sector financiero debe garantizar, la fluidez monetaria y el desarrollo sustentable del país, la empresa empresa VICTORY BODEGON C.A, día a día da lo mejor para su crecimiento continuo, permanente con la finalidad de tener una economía sólida y con proyecciones positivas.

### **Ley de Impuesto Sobre la Renta (2007)**

Es un impuesto que grava la utilidad de las personas, empresas, u otras entidades legales. El impuesto a la renta es la columna vertebral del sistema tributario porque liga el ahorro con la inversión, y tiene repercusiones sobre los incentivos en los mercados laborales y los emprendimientos expresa que:

#### **Artículo 90:**

Los contribuyentes están obligados a llevar en forma ordenada y ajustados a principios de contabilidad generalmente aceptados en la República Bolivariana de Venezuela, los libros y registros que esta Ley, su Reglamento y las demás leyes especiales determinen, de

manera que constituyan medios integrados de control y comprobación de todos sus bienes activos y pasivos, muebles e inmuebles, corporales e incorporales, relacionados o no con el enriquecimiento que se declara, a exhibirlos a los funcionarios fiscales competentes y a adoptar normas expresas de contabilidad que con ese fin se establezcan.

Este artículo explica el deber que tiene el contribuyente a llevar y mantener de forma ordenada y controlada los libros y registros, mostrando todos sus bienes activos y pasivos, muebles e inmuebles, corporales e incorporales, relacionados o no con el enriquecimiento que se declara. Toda la información reflejada en los libros debe estar ajustada a principios de contabilidad generalmente aceptada en la República Bolivariana de Venezuela y a adoptar normas expresas de contabilidad que con ese fin se establezcan.

### **Código de Comercio Venezolano (1955)**

**Artículo 1.** El código de comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles y los actos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes. Es decir que, cualquier tipo de razón social que se constituya, debe estar establecida bajo los parámetros y obligaciones que exige éste basamento legal y la empresa VIC-TORY BODEGON C.A, cumple con dichas obligaciones.

**Artículo 10.** Son comerciantes los que teniendo capacidad para contratar hacen del comercio su profesión habitual, y las sociedades mercantiles. La empresa VIC-TORY BODEGON C.A, cumple con dicha capacidad.

**Artículo 32.** Todo comerciante debe llevar en idioma castellano su contabilidad, la cual comprenderá, obligatoriamente, el libro Diario, el libro Mayor y el de Inventarios. Podrá llevar, además, todos los libros auxiliares que estimará conveniente para el mayor orden y claridad de sus operaciones.

Es importante llevar estos libros ya que a través de ellos registramos las operaciones efectuadas y en este caso la empresa VIC-TORY BODEGON C.A, puede tener un control respecto a sus movimientos.

**Artículo 33.** El libro Diario y el de Inventarios no pueden ponerse en uso sin que hayan sido previamente presentados al Tribunal o Registrador Mercantil, en los lugares donde los haya, o al Juez ordinario de mayor categoría en la localidad donde no existan aquellos funcionarios, a fin de poner en el primer folio de cada libro nota de los que éste tuviere, fechada y firmada por el juez y su Secretario o por el Registrador Mercantil. Se estampará en todas las demás hojas el Sello de la oficina.

Este es una de las obligaciones que todo comerciante debe tomar en cuenta al iniciar actividad económica, la empresa VIC-TORY BODEGON C.A, acata con lo establecido en este artículo.

**Artículo 34.** En el libro Diario se asentarán, día por día, las operaciones que haga el comerciante, de modo que cada partida exprese claramente quién es el acreedor y quién el deudor, en la negociación a que se refiere, o se resumirán mensualmente, por lo menos, los totales de esas operaciones siempre que, en este caso, se conserven todos los documentos que permitan comprobar tales operaciones, día por día. No obstante, los comerciantes por menor, es decir, los que habitualmente sólo vendan al detal, directamente al consumidor, cumplirán con la obligación que impone este artículo con sólo asentar diariamente un resumen de las compras y ventas hechas al contado, y detalladamente las que hicieran a crédito, y los pagos y cobros con motivo de éstas.



Esto influye en el control interno de la empresa VIC-TORY BODEGON C.A, para ello es muy importante registrar las operaciones que se hacen día a día, y tener conocimiento acerca del origen de la operación y de su destino.

**Artículo 39.** Para que los libros auxiliares de contabilidad, llevados por los comerciantes, puedan ser aprovechados en juicio por éstos, han de reunir todos los requisitos que se prescriben con respecto de los libros necesarios.

Bien sabemos que en los libros auxiliares se registra de forma detallada los valores y la información que se ha registrado en los libros principales, aquí influye llevar un registro diario especialmente de las compras y ventas, siendo de gran relevancia para la empresa VIC-TORY BODEGON C.A, y que aplicando el control interno ayudara a tener un manejo eficaz y con certeza para tomar mejores decisiones.

### **Definición de Términos**

**Auditoria:** Es la revisión de cuentas de una empresa o entidad con el objetivo de investigar se están de acuerdo con las disposiciones establecidas previamente y, de esta manera reparar si fueron implementadas con eficacia.

**Auditoría interna:** Es realizada por un empleado de la misma empresa. Es una actividad independiente y objetiva de aseguramiento y consulta, concebida para agregar valor y mejorar las operaciones de una Organización. Ayuda a una Organización a cumplir sus objetivos, aportando un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar y mejorar la eficacia de los procesos de gestión de riesgos, control y gobierno

**Auditoria externa:** Es realizado por alguien que no trabaja en la empresa auditada. Al no trabajar en la empresa se espera de él una visión más objetiva de la situación financiera real de la compañía.

**Cuentas por cobrar:** Representan venta o prestación de algún bien o servicio que se recuperará en dinero en sumas parciales. Es uno de los activos más importantes, ya que es el activo más líquido después del efectivo en una entidad de carácter económico.

**Cuentas por pagar:** Son las deudas u obligaciones contraídas por la empresa por mercancía compradas a créditos, por servicios recibidos o por la compra de algún otro bien a crédito

**Eficacia:** Es el grado en que una actividad o programa alcanza sus objetivos, metas y otros efectos que se había propuesto. Este aspecto tiene que ver con los resultados del proceso de trabajo de la entidad, por lo que debe comprobarse que la producción o el servicio se cumplimenten con la cantidad y calidad esperadas.

**Eficiencia:** Capacidad de producir el máximo de resultado con el mínimo de recursos, energía y tiempo; Trabajar con eficiencia equivale a decir que la entidad debe desarrollar sus actividades siempre bien. Una actividad eficiente maximiza el resultado de un insumo dado o minimiza el insumo de un resultado dado.

**Existencia o efectividad:** De acuerdo con la NIC 2 Inventarios, la definición de existencias es la siguiente: Primero son activos: a) Que una empresa posee para venderlos en el curso normal de la operación; b) Activos que se encuentran en proceso de producción destinados a la venta; o c) Materiales y/o suministros, que van a ser utilizados o consumidos en el proceso de producción, o en la prestación

de servicios por parte de la empresa. Se puede decir entonces que bajo esta denominación se va a incluir todos aquellos activos que son comprados para ser vendidos sin modificarlo o transformarlo, tal como las mercaderías o transformados como son los productos terminados

**Evaluación:** las actividades de control tienen que evaluarse en contexto de las directrices establecidas por la dirección para afrontar los riesgos relacionados con los objetivos de cada actividad importante

**Rotación de Inventario:** es un ratio de gestión cuya importancia radica en monitorear las actividades internas de la empresa y suministrar información que sea importante para elaborar un buen plan financiero, determinar la rotación de existencia va a permitir saber si hay en abundancia o falta de mercancía en la empresa.

**Sistema:** es un conjunto de funciones que operan en armonía o con un mismo propósito, y que puede ser ideal o real. Por su propia naturaleza, un sistema posee reglas o normas que regulan su funcionamiento y, como tal, puede ser entendido, aprendido y enseñado.

**Sistema Contable:** contiene toda la información de la empresa tanto los datos propiamente contables como financieros. Gracias a ello, es posible entender la situación económica de una sociedad de manera rápida y eficaz.

### **Sistema de Variable**

Las variables conciernen a todos los valores o elementos que forman parte de una organización delimitada. Según Arias (2012) nos reseña:

Consiste en una serie de características por estudiar definida de manera operacional, es decir, en función de sus indicadores. El sistema puede ser desarrollado mediante un cuadro,

donde además de las variables, se especifique sus dimensiones e indicadores y su nivel de medición (p.43).

Así mismo, un sistema de variable lo componen una serie de características por estudiar, en función de sus indicadores o unidades de medida. Para facilitar dicho operación se estila diseñar tablas o combinaciones de ellas para tabular la información tal como se especifica en el cuadro número 1 (Operacionalización de la variable).

**Cuadro 1****Operacionalización de las Variables**

<b>Variable Nominal</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>
Sistema de Gestión		Componentes	Estrategia organizacional	1
			Planificación	2
			Procedimientos	3
			Recurso humano	4-5
			Sistema de información	6-8
Procesos Administrativos		Compras	Presupuesto de proveedores	9-10
			Pedidos a proveedores	11
			Factura de compra	12
			Registros de entrada de mercancía	13
			Pagos	14-16
			Presupuesto de venta	17
			Pedidos de clientes	18
Ventas			Facturación de pedidos.	19
			Registros de salida de mercancía	20
			Descuentos	-
			Rebajas	22-24

## **Capítulo III**

### **Marco metodológico**

El marco metodológico está referido al momento que alude al proceso de investigación, con el objeto de ponerlos de manifiesto y sistematizarlos a propósito de permitir descubrir y analizar los supuestos del estudio y de reconstruir los datos, a partir de los conceptos teóricos convencionalmente operacionalizados.

Arias (2012) define el marco metodológico como el “conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas” (p. 16). Teniendo como razón principal hallar metodológicamente la manera de abordar la problemática planteada aplicando los métodos e instrumentos correspondientes, el tipo de investigación, diseño de la investigación, población, muestra y técnicas de análisis de datos necesarios para lograr el objetivo que se persigue, razones por las cuales corresponde detallar de manera ordenada y lógica cada uno de los aspectos relacionados con la metodología seleccionada para desarrollar el estudio.

#### **Enfoque o Paradigma de la Investigación**

La investigación posee un modelo paradigmático cuantitativo, basado en el análisis mediante la categoría de la observación directa sobre la realidad considerando las variables de la misma y efectuando instrumentos para la recolección de los datos que enmarcan la investigación en estudio. Rodríguez (2010) señala que “el método cuantitativo se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés por los estados subjetivos del

individuo" (p. 32). Lo que quiere decir que pretende la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva.

### **Tipo de Investigación**

Arias (2012), señala que en un estudio pueden identificarse diversos tipos de investigación, existiendo muchos modelos y diversas clasificaciones, sin embargo, independientemente de la clasificación utilizada “todos son tipos de investigación, y al no ser excluyentes, un estudio puede ubicarse en más de una clase” (p.23). En este estudio se implementó según el nivel de investigación, es decir, el grado de profundidad con que se abordó el objeto de estudio, la investigación se enmarcó en una investigación de tipo analítica. Según Hurtado (2000):

La investigación analítica tiene como objetivo analizar un evento y comprenderlo en términos de sus aspectos menos evidentes. La investigación analítica incluye tanto el análisis como la síntesis. Analizar significa desintegrar o descomponer una totalidad en todas sus partes. Síntesis significa reunir varias cosas de modo que conformen una totalidad coherente, dentro de una comprensión más amplia de la que se tenía al comienzo (p. 255).

La investigación analítica implica la reinterpretación de lo analizado en función de algunos criterios, dependiendo de los objetivos del análisis. La investigación analítica consiste en el análisis de las definiciones relacionadas con el tema, para estudiar sus elementos detalladamente y poderlas comprender con mayor profundidad.

### **Diseño de la Investigación**

La investigación se contempla bajo la modalidad de campo. Arias (2012) “una investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos

investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna” (p.31). Dentro de este diseño, se obtendrán factores característicos dentro de la realidad en la cual se inserta la situación problemática planteada. Todo ello, se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio, en este caso directamente en la empresa VIC-TORY BODEGON C.A, lo cual permite el conocimiento más a fondo del problema objeto de estudio. Asimismo, la recolección de datos se realiza directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular variable alguna, no se altera las condiciones existentes.

Asimismo, este estudio se apoyará en una investigación documental debido a que gran parte de la información fue extraída de fuentes bibliográficas, relacionadas con el tema en estudio. Arias (2012), señala que la investigación documental “es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, críticas e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas” (p. 27). De acuerdo a todo ello, el propósito de este tipo de investigación es relevante por los diversos aportes al estudio en proceso.

### **Población**

Todo estudio, implica la determinación del tamaño poblacional con que se trabaja, para Hurtado (2000), define que: “es un conjunto finito o infinito de personas, cosas o elementos que presentan características comunes” (p. 122). En este sentido, es importante establecer la unidad de análisis sujetos u objetos de ser estudiados y medidos en función de la delimitación del problema y de los objetivos establecidos. En el caso que nos ocupa, la población objeto de estudio está conformada por tres (3) trabajadores de la empresa VIC-TORY BODEGON C.A.



## **Muestra**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen la muestra como “Subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de ésta” (p.173). En este sentido, es un subconjunto de la población, accesible y limitado, sobre el que realizamos las mediciones o el experimento con la idea de obtener datos e información respecto al objeto de estudio. Como anteriormente se ha indicado la población de estudio está integrada por tres (3) individuos que trabajan en la empresa VIC-TORY BODEGON C.A. por consiguiente en la presente investigación no se realizó ningún muestreo dado a que la población es relativamente pequeña, la muestra quedo constituida por la misma.

## **Técnicas e instrumentos de recolección de información**

Una vez que se ha delimitado el tipo de investigación, el diseño, la población así como su muestra, comienza el contacto directo con la realidad objeto de investigación. A partir de allí hacemos uso de la técnica e instrumentos de recolección de datos, lo cual implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico.

En toda investigación es importante utilizar una técnica con el fin de recoger la información en el estudio, según Arias (2012), plantea que la técnica de investigación es “el procedimiento o forma particular de obtener datos o información” (p.67). En lo que respecta la investigación planteada se utilizó como técnica la encuesta. Arias (2012), define la encuesta como “una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un

tema en particular” (p.72). Esta técnica permitirá recolectar la información acertada sobre el objeto de estudio.

En cuanto al instrumento de recolección de información, es definido por Pallela y Martins (2010), como “cualquier recurso del que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información” (p.125). En este sentido, el instrumento le permite al investigador recolectar información. La forma del instrumento se refiere al tipo de aproximación que se establece con lo empírico y las técnicas utilizadas.

Así mismo, el instrumento aplicado para la recolección de la información, se hizo uso del cuestionario basado en preguntas cerradas de tipo dicotómicas, las cuales ofrecen solo dos opciones de respuestas, en el caso del presente trabajo las alternativas serán (SI –NO). Hernández, Fernández y Baptista (2014) cualquier un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (p. 217).

### **Validez y confiabilidad**

#### **Validez**

Para Arias (2012) “La validez del cuestionario significa que las preguntas o ítems deben tener una correspondencia directa con los objetivos de la investigación. Es decir, las interrogantes consultarán sólo aquello que se pretende conocer o medir” (p.79). De acuerdo lo señalado por el autor la validez se hace con el fin de obtener un resultado estimado en lo que se desea medir, y esto debe valerse del conocimiento adecuado sobre las preguntas que se empleen respecto al objeto de estudio. En relación a lo antes expuesto, el instrumento de medición para la recopilación de información se sometió para su validez al procedimiento denominado

“Juicio de Expertos” el cual consiste en el análisis y revisión de tres (03) especialistas en la materia y metodología, a fin de comprobar criterios como: pertinencia de los ítems con los objetivos, la problemática planteada así como la redacción adecuada de los mismos.

### **Confiabilidad**

La confiabilidad de un instrumento es esencial para brindar confianza en los resultados. Hurtado (2000), define la confiabilidad como “uno de los requisitos de la investigación y se fundamenta en el grado de uniformidad con que los instrumentos de medición cumplen su finalidad” (p. 28). Para realizar la confiabilidad del cuestionario se utilizará el método de confiabilidad de Kuder Richardson, cuya fórmula estadística es la siguiente:

$$KR20 = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum pq}{\sigma^2} \right)$$

K = Número de ítems

$\sigma^2$  = Varianza total del cuestionario

$\sum pq$  = Suma de la varianza individual de los ítems

### **Técnica de Procesamiento y análisis de la información**

Al culminar la recolección de la información por medio de los instrumentos, los datos son analizados mediante técnicas estadísticas. De acuerdo con Balestrini (2006), la etapa de análisis de datos, consiste en “descomponer el todo en sus partes, en recomponerlas, trascender su significado y observar a través de las técnicas y decidir si los resultados esperados se corresponden con los resultados obtenidos” (p.105). En este sentido, los datos se tabularon y se presentaron en cuadros estadísticos, los

cuales fueron graficados a su vez a través de diagramas de barras, para la comprensión de las tendencias de respuestas obtenidas en cada ítem.

## **Capítulo IV**

### **Análisis de la información**

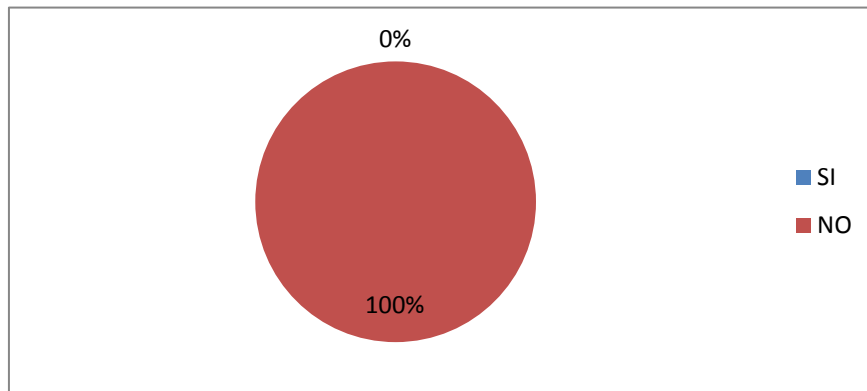
El análisis e interpretación de los resultados según Hurtado (2010), “Son las técnicas de análisis que se ocupan de relacionar, interpretar y buscar significado a la información expresada en códigos verbales e icónicos” (p 89). Partiendo de esta definición, se puede decir, que dicha técnica permite recolectar la información recolectada, de manera organizada y de esta comprender mejor. Por consiguiente, el objeto del presente capítulo, es presentar los resultados del análisis del instrumento aplicado a los empleados de VICTORY BODEGON C.A, ubicado en la calle Mérida, casa NRO 8-663 urbanización la Victoria Barinas-Barinas.

Así pues, el instrumento y técnica para la recolección de datos, debidamente validada y determinada la confiabilidad del instrumento, por aplicación el método estadístico Kuder Richardson, se procedió a la aplicación del mismo, con opciones de respuesta de SI y NO, por lo tanto, representándose a través de cuadros y gráficos con su respectivo análisis, organizando los ítems, al mismo tiempo, tabulando el número de respuestas dadas (frecuencia) y luego calculando el porcentaje que representan estas dadas del total de respuestas donde se relacionan las variables, dimensiones e indicadores objetos de estudio. El análisis será el indicador del resultado de la operacionalización de las variables donde su contenido nos mostrara los resultados obtenidos después de haber aplicado el instrumento que sustentara la relevancia de la investigación, respaldada por autores, aunado a esto, se podrá evidenciar, las diversas fortalezas y debilidades que presenta la empresa.

**Cuadro 2.**

**¿Utiliza la empresa estrategia organizacional de compra y venta para el buen desempeño de la misma?**

<b>CATEGORIA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	0	0
<b>NO</b>	3	100
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

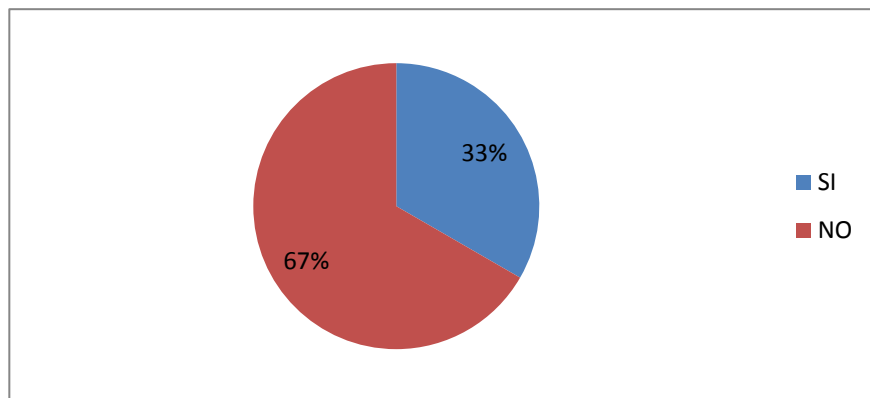
**Grafica 1. Estrategia organizacional**

Se puede evidenciar en el cuadro 2, un 100% de los entrevistados manifestaron que no se utilizan estrategias en la empresa para el buen desenvolvimiento de la misma. Se puede constatar, según lo que expresa la mayoría, la falta de indicadores lo que conlleva a que no se cumplan, los objetivos y metas, ya que no, se encuentran debidamente definidos, como lo establece Ramos y Márquez (2014), “la estrategia organizacional consiste en desenvolver tácticas competitivas para introducir políticas y crear una estructura empresarial que se convierte, direccionando a una delegación de herramientas que permita alcanzar con éxito esas acciones mediadas por la táctica (p.25)”.

**Cuadro 3.**

**¿La organización realiza la planificación de compra y venta basada en los objetivos de la empresa?**

CATEGORIA	F	%
SI	1	33
NO	2	67
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

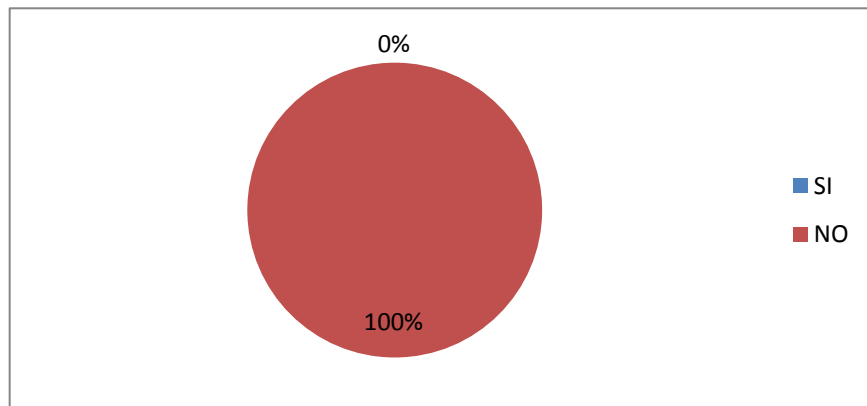
**Grafica 2. Planificación**

En el cuadro 3 grafica 2 el 67% manifestó que no se realiza una planificación al momento de la compra - venta y un 37% de los encuestados contestaron negativamente. Por ello, se evidencia que la organización no cumple la primera fase en toda administración que es la planificación para poder llevar un control de la misma. De acuerdo a esto, se toma en cuenta lo que dice, Cortes, (1998):” manifiesta que la planificación es el proceso de definir el curso de acción y los procedimientos requerido para alcanzar los objetivos y metas (p 30)”

**Cuadro 4.**

**¿Existe algún procedimiento de gestión que permita un manejo adecuado de las áreas de compra y venta de la empresa?**

CATEGORIA	F	%
SI	0	0
NO	3	100
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

**Grafica 3. Procedimiento**

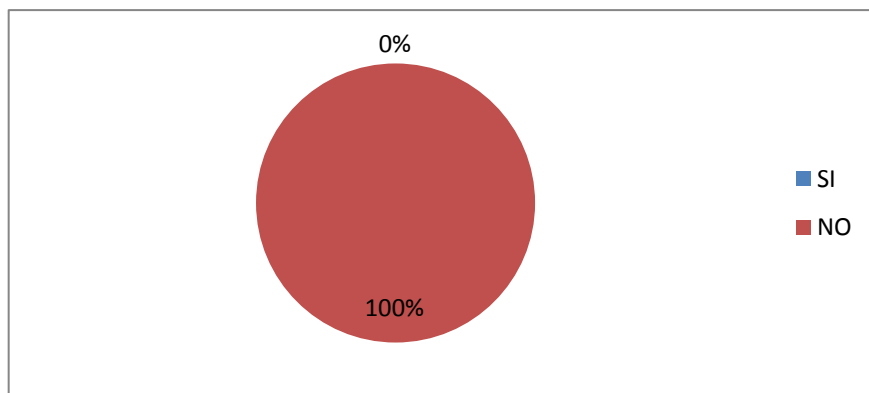
Cabe destacar en la gráfica 3, que un 100% de los empleados exponen que no existen procedimientos que permitan un manejo adecuado de las áreas de compra – venta de la empresa. Asimismo, Gómez (1993) señala que: “el principal objetivo del procedimiento es el de obtener la mejor forma de llevar a cabo una actividad considerando los factores del tiempo, esfuerzo y dinero (p.61)”.



**Cuadro 5.**

**¿Se implementa diferentes incentivos para el recurso humano de la empresa?**

<b>CATEGORIA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	0	0
<b>NO</b>	3	100
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

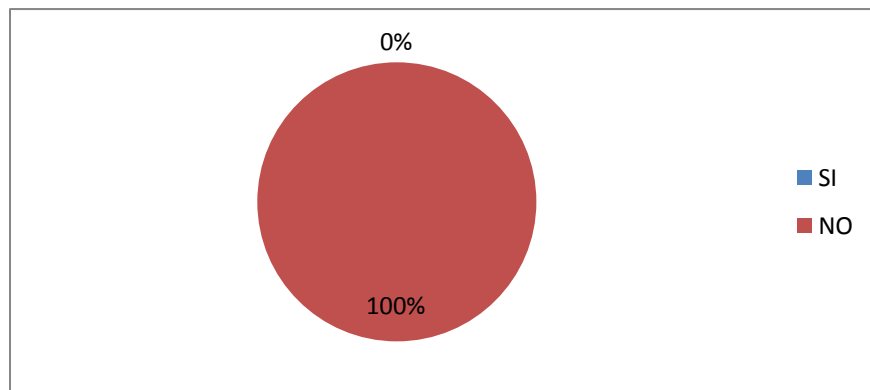
**Grafica 4. Recurso Humano**

En el cuadro 5, el 100% de los encuestados, revelan que no se implementan diferentes incentivos para el recurso humano que favorezcan el buen desenvolvimiento del empleado en la empresa. De esto se desprende, según Chiavenato (2000): los incentivos son pagos hechos por la organización a sus trabajadores (salario), “premios, beneficios, oportunidades de progresos, estabilidad en el cargo supervisión abierta, elogios, entre otros. (p.117)”.

**Cuadro 6.**

**¿En la empresa el recurso humano tiene claro la segregación de funciones?**

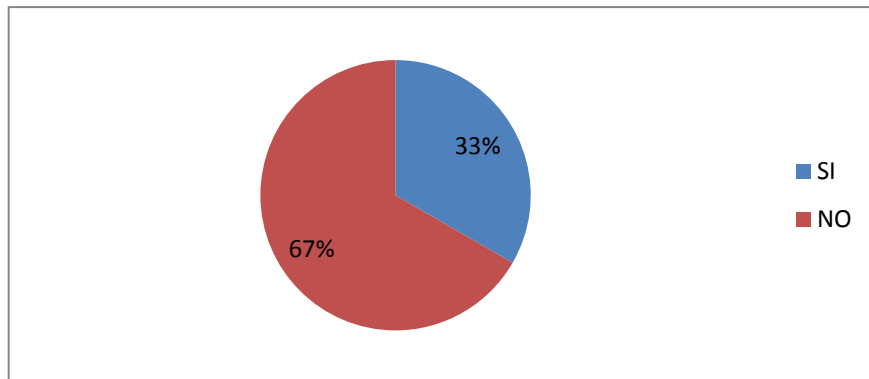
CATEGORIA	F	%
SI	0	0
NO	3	100
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

**Grafica 5. Recurso Humano**

Se puede notar en el cuadro 6, que un 100% de los entrevistados no tienen claro la segregación de funciones dentro de la empresa. Es por este motivo que el desempeño de los empleados es de forma deficiente dentro de la misma. Vinculado a esto, Herrera Gómez (2001) dice que: “la gestión de recurso humano se constituye en un conjunto de actividades y medidas concretas para operar el área y que tienen un efecto directo sobre los comportamientos, actitudes y aptitudes de las personas dentro del esquema organizaciones (p.48)”.

**Cuadro 7.****¿Cuenta la empresa con un sistema de información referente a las compras?**

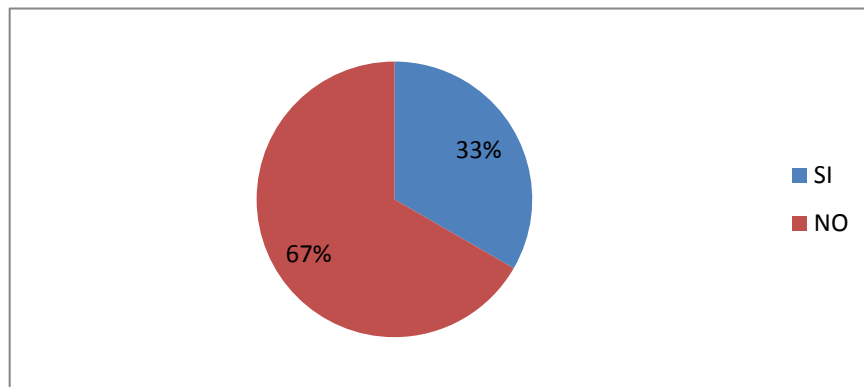
CATEGORIA	F	%
SI	1	33
NO	2	67
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

**Grafica 6. Sistema de Información**

En el cuadro 7 se puede visualizar que el 33% expresan que cuenta con un sistema de información referente a las compras y el 67% responden negativamente. Dentro de este marco, los empleados deben capacitarse de acuerdo, al área que van a cumplir en la empresa. A partir de esto, Whitten, Bentley y Dittman (2004, citado en Fernández 2006), describen un sistema de información como “un conjunto de personas, datos, procesos y tecnología de la información que interactúan para recoger, procesar, almacenar y proveer la información necesaria para el correcto funcionamiento de la empresa” (p.28).

**Cuadro 8.****¿Cuenta la empresa con un sistema de información referente a las ventas?**

<b>CATEGORIA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	1	33
<b>NO</b>	2	67
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

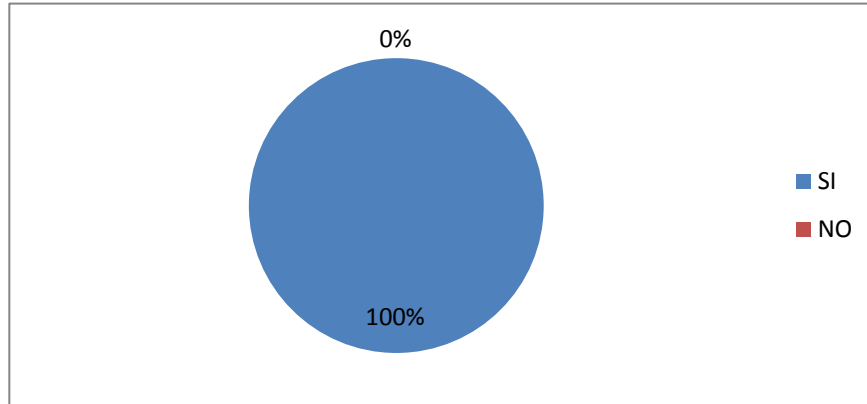
**Grafica 7. Sistema de Información**

En la gráfica 7 se puede observar que un 33% de los encuestados manifestaron que la empresa cuenta con un sistema de información y el 67% respondieron negativamente. Es por este motivo, que los empleados tienen debilidades al momento de realizar las ventas a sus clientes, esto se debe, a que no se provee, la información necesaria para el buen desenvolvimiento del mismo en la empresa.

**Cuadro 9.**

**¿El sistema de información de inventario del estado resultado es periódico?**

<b>CATEGORIA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	3	100
<b>NO</b>	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

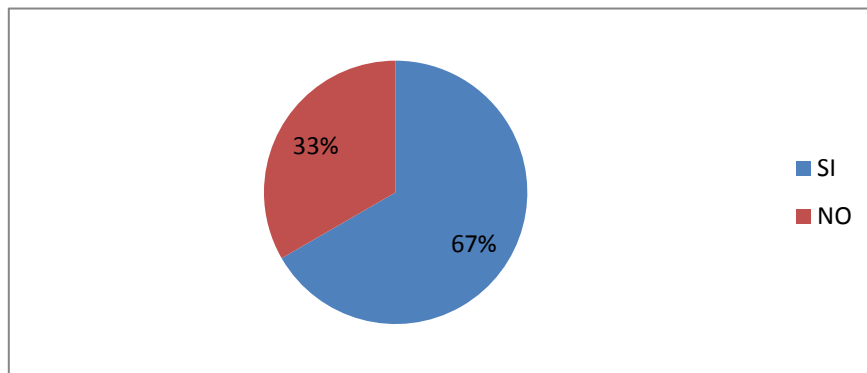


**Grafica 8. Sistema de Información**

Se puede evidenciar en cuadro 9 grafica 8 que un 100% de los encuestados realizan un sistema de información de inventario del estado de resultado periódicamente. Esto quiere decir, que la empresa lleva un sistema de inventario con el método periódico. Según Díaz (1999) los inventarios: “son la cantidad de bienes que una empresa mantiene en existencia en un momento dado bien sea para la venta ordinaria del negocio o para ser consumidos en la producción de bienes o servicios para su posterior comercialización” (p.56)

**Cuadro 10.****¿Existe un presupuesto de compras en la empresa?**

CATEGORIA	F	%
SI	2	67
NO	1	33
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

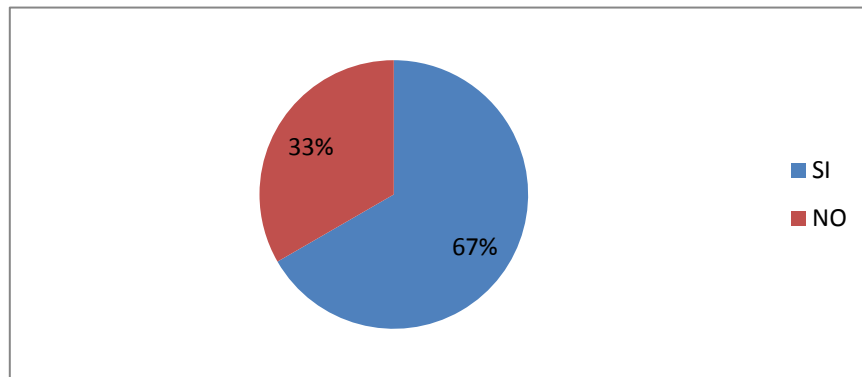
**Grafica 9. Presupuesto de Proveedores**

Partiendo de lo anteriormente expuesto de la gráfica 9, que un 67% dice que se realiza un presupuesto de compras en la empresa y 33% manifestaron negativamente, por lo que la mayoría expresa que existe este presupuesto, lo que favorece a la empresa. Es necesario resaltar, que según Burbano (2005): “el presupuesto es una expresión cualitativa formal de los objetivos que se proponen alcanzar la administración de la empresa en un periodo con la adopción de las estrategias necesarias para lógralas, de igual forma, este autor indica que es una estimación programada de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado (p 25)”.

**Cuadro 11.**

**¿Se comparan los presupuestos de proveedores con la ejecución de los mismos?**

<b>CATEGORIA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	2	67
<b>NO</b>	1	33
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

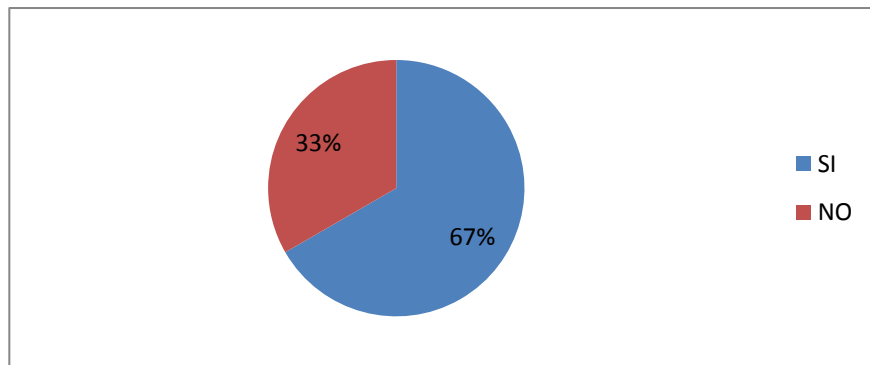
**Grafica 10. Presupuesto de Proveedores**

Dentro de este orden de ideas en el cuadro 11, se puede mostrar el 67% de los encuestados expresan que si se comparan los presupuestos de proveedores con la ejecución de la misma y 33% dijo que no se realiza. Por lo que, es de resaltar, que la empresa compara, estos presupuestos de proveedores para realizar la ejecución del mismo, lo que permite a través de una planificación llevar con éxito las compras a menor precio para obtener una mayor utilidad.

**Cuadro 12.**

**¿La empresa exige un presupuesto de los diferentes pedidos a proveedores antes de realizar la compra?**

CATEGORIA	F	%
SI	2	67
NO	1	33
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

**Grafica 11. Pedidos a Proveedores**

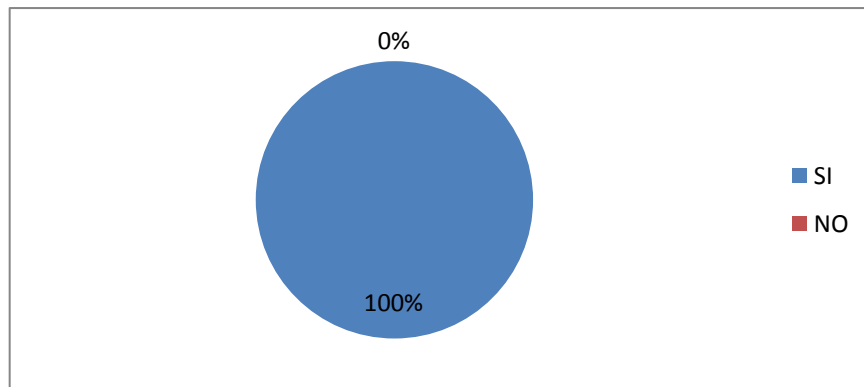
Se constata que en el cuadro 12, los entrevistados declaran que un 67% exigen un presupuesto de los diferentes pedidos a proveedores antes de realizar la compra y el 33% expone negativamente. Según Ferrín (2010), afirma que “la toma de pedidos es aquel procedimiento por el cual se registra en un documento la solicitud del cliente, su modalidad de pago, el medio de entrega y el tiempo en el que el cliente recibirá su pedido”(p 12).



**Cuadro 13.**

**¿Se lleva a cabo una facturación de compra de la mercancía recibida?**

<b>CATEGORIA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	3	100
<b>NO</b>	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

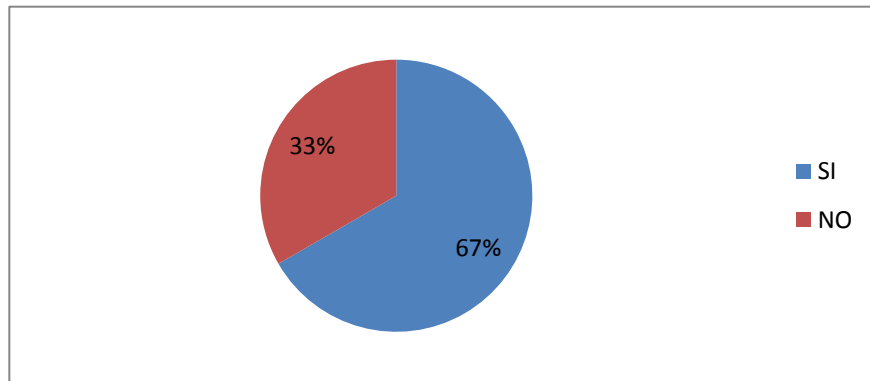
**Grafica 12. Facturación de Compra**

Partiendo de la perspectiva del cuadro 13 grafica 12, se puede evidenciar que el 100% lleva a cabo una facturación de compra de la mercancía recibida, lo que es eficaz para la empresa, porque cumple con los parámetros establecidos en todo registro, el cual debe estar anexado por una factura. En efecto, Castillo (2007), “Una factura es un documento que respalda la realización de una operación económica, que por lo general, se trata de una compraventa” (p 52).

**Cuadro 14.**

**¿Se lleva un registro de entrada de mercancía en la empresa?**

CATEGORIA	F	%
SI	2	67
NO	1	33
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

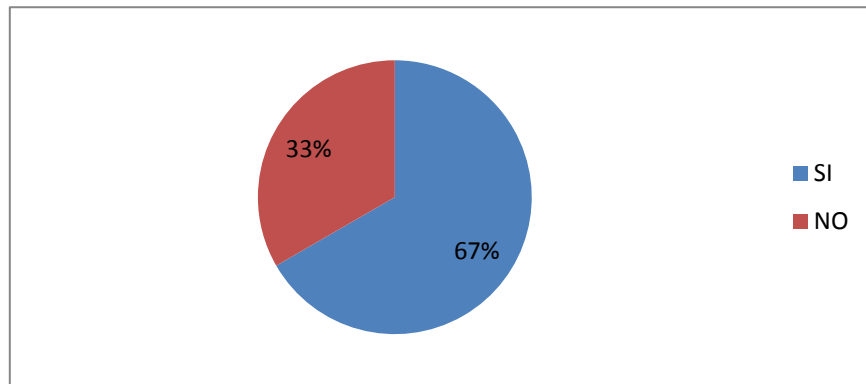
**Grafica 13. Registro de Entrada de Mercancía**

En el cuadro 14 grafico 13 se puede observar el 67% de los encuestados afirmaron que la empresa lleva un registro, mientras que el 33% negaron la existencia de la misma. Se puede confirmar, que la empresa lleva debidamente los registros de entrada de mercancía en cuanto a las compras. Así como, lo define Catacora (2011), “los Inventarios representan las partidas del activo que son generadoras de ingresos para varios tipos de empresas, entre las cuales se encuentran las que tienen una actividad de transformación y las que se dedican a la compra y venta o comercialización (p.148)”.

**Cuadro 15.**

**¿Los pagos de la mercancía se realizan de acuerdo a un presupuesto de ventas y a la fecha estipuladas por los proveedores?**

CATEGORIA	F	%
SI	2	67
NO	1	33
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

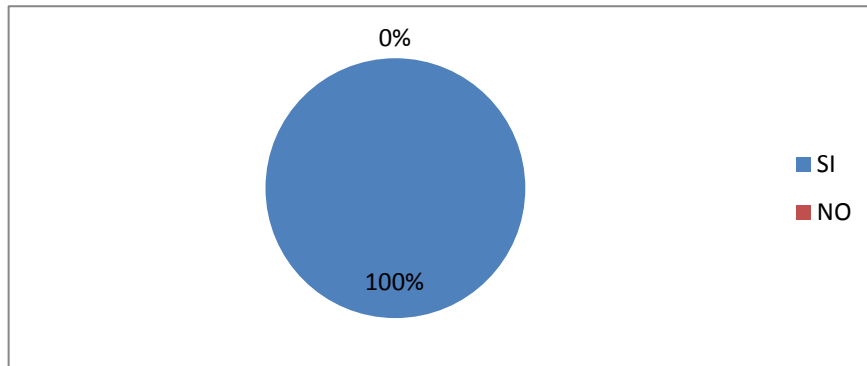
**Grafica 14. Pago**

En el cuadro 15 se puede visualizar que el 67% de los encuestados respondieron que los pagos de la mercancía se realizan de acuerdo a un presupuesto de ventas y a la fecha estipuladas por los proveedores, pero el 33% respondieron negativamente. Para Zannoni (1996), “El pago es el cumplimiento de la prestación que hace el objeto de la obligación, ya se trate de una obligación de hacer y una obligación de dar (p 34)”.

**Cuadro 16.**

**¿Los proveedores presentan un presupuesto de venta con facilidad de pago a la empresa?**

CATEGORIA	F	%
SI	3	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

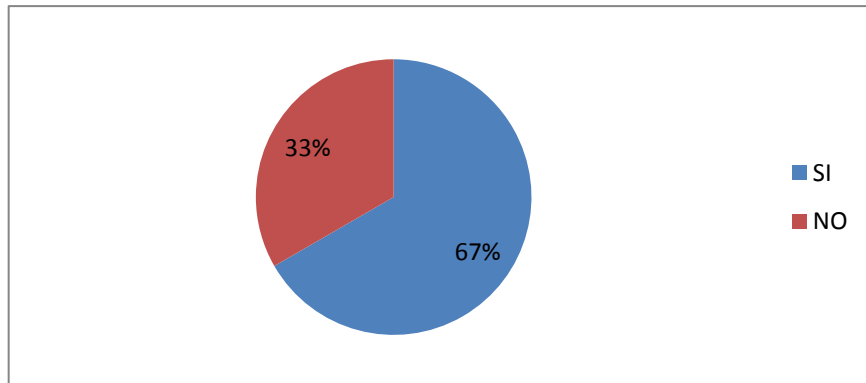
**Grafica 15. Pago**

En el cuadro 16 grafico 15 se observa que el 100% de los encuestados afirmaron que los proveedores presentan un presupuesto de venta con facilidad de pago. En ese mismo contexto, los proveedores le permiten a la empresa al momento de surtir sus estantes de mercancía, la cancelación de la misma en cuotas flexibles, para que de esta manera, el cliente aumente el volumen de ventas.

**Cuadro 17.**

**¿Existe un responsable encargado de llevar el presupuesto de venta y de supervisar los pagos a los proveedores?**

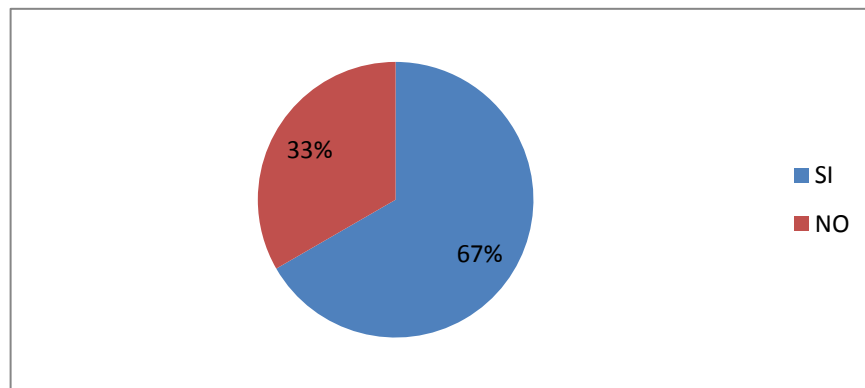
CATEGORIA	F	%
SI	2	67
NO	1	33
TOTAL	3	100

**Grafica 16. Pago**

En la gráfica 16 el 67% de los encuestados respondieron que existe un responsable de llevar los presupuestos de venta y los pagos de los proveedores y el 33% respondieron negativamente, siendo algo positivo para la empresa, debido a que, cumple cabalmente con lo antes mencionado, lo cual garantiza la calidad y seguridad de los productos, así mismo satisfacción de los clientes y éxito al tener una persona responsable al seguimiento de los mismos.

**Cuadro 18.****¿Existe un presupuesto de venta en la empresa?**

CATEGORIA	F	%
SI	2	67
NO	1	33
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

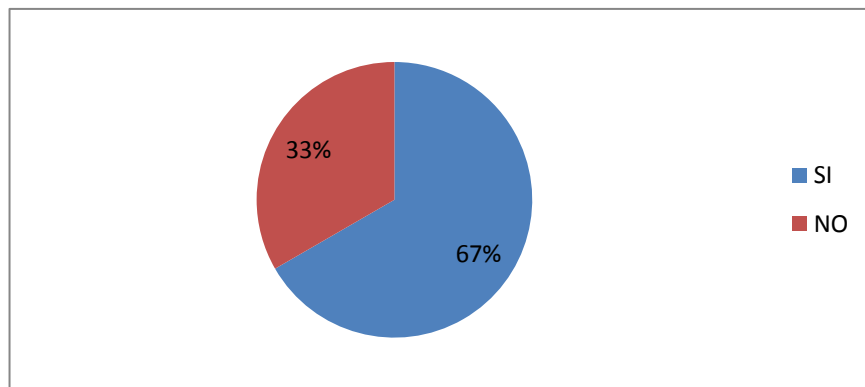
**Grafica 17. Presupuesto de Venta**

En el cuadro 18 grafica 17 el 67% responden que existe un presupuesto de venta en la empresa, mientras que el 33% expresaron negativamente. En líneas generales, se puede decir, que si se proporciona, presupuestos a los diferentes compradores. Tal como lo dice, Burbano (2005), “el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un período con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlas, de igual forma, este autor indica que es una estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado (p 25)”.

**Cuadro 19.**

**¿Se comparan los presupuestos de venta con la ejecución de los mismos?**

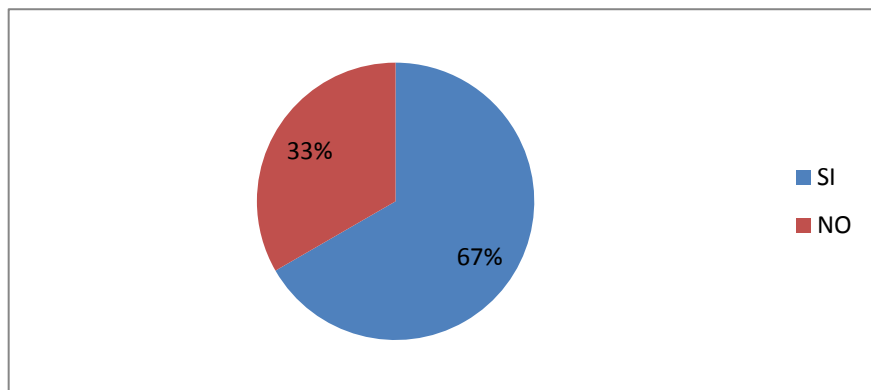
CATEGORIA	F	%
SI	2	67
NO	1	33
TOTAL	3	100

**Grafica 18. Presupuesto de Venta**

En el cuadro 19 grafica 18 los resultados arrojados por el personal entrevistado el 67% manifestaron que se comparan los presupuestos de venta con la ejecución de los mismos y el 33% respondieron que no. A partir de esto, efectivamente tal como se manifiesta, los presupuestos son comparados con su ejecución, lo que permite modificar donde existan fallas en cuanto a la planificación.

**Cuadro 20.****¿La empresa presenta una lista de pedidos de clientes antes de realizar la venta?**

CATEGORIA	F	%
SI	2	67
NO	1	33
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

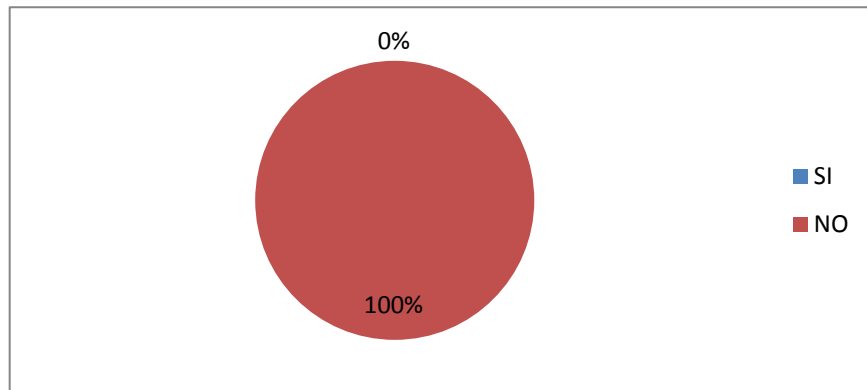
**Grafica 19. Pedidos de clientes**

Como se observa en la gráfica 19 el 67% de los encuestados señalan que la empresa presenta una lista de pedidos de clientes antes de realizar la venta y un 33% manifestaron negativamente. Es conveniente acotar, que se toman en cuenta, las sugerencias de pedidos de productos por parte del cliente. En efecto, Polimeni (1994) dice que: “es una solicitud escrita, porque usualmente se envía para informar al departamento de venta acerca de una necesidad de materiales o suministros (p.76)”.



**Cuadro 21.****¿La facturación de pedidos que utiliza la empresa es automatizada?**

CATEGORIA	F	%
SI	0	0
NO	3	100
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

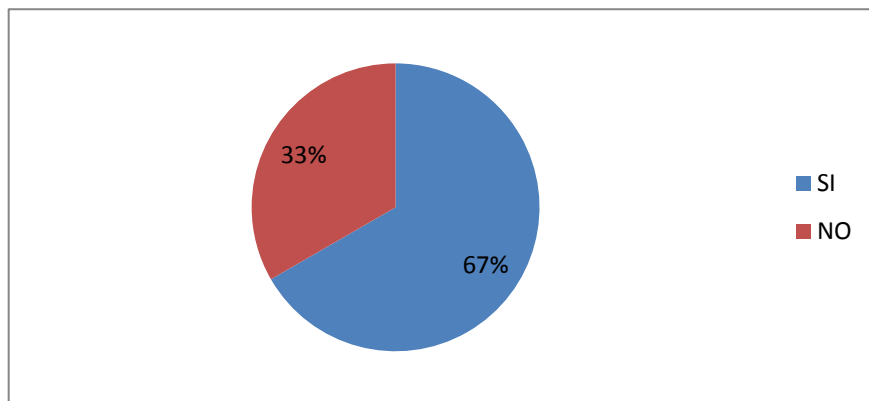
**Grafica 20. Facturación de Pedidos**

En el cuadro 21 grafica 20 el 100% de los entrevistados han negado que se lleva la facturación de pedidos automatizada. Es conveniente acotar, que la empresa lleva una facturación de forma manual y se debería implementar de la forma antes mencionada. Es necesario resaltar que Polimeni (1994) manifiesta que: “es la requisición de venta está correctamente elaborada, el departamento de venta emitirá una orden de venta que es una solicitud escrita a un proveedor, por determinados artículos a un precio convenido. La solicitud especifica los términos de pago y de entrega (p.76)”.

**Cuadro 22.**

**¿Se lleva un registro de salidas de mercancía en la empresa?**

CATEGORIA	F	%
SI	2	67
NO	1	33
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

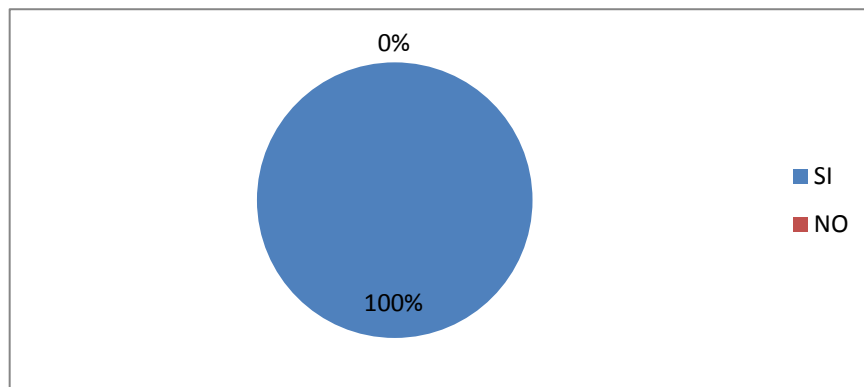


**Grafica 21. Registro de Salidas de Mercancía**

En el cuadro 22 y gráfica 21 se observa que el 67% de los encuestados afirmaron que la empresa lleva un registro de salida de la mercancía, mientras que el 33% negaron la existencia de la misma. Aunque el método de inventario utilizado para la salida de mercancía no es el idóneo, podemos decir, que si llevan los registros como lo establece el código de comercio.

**Cuadro 23.****¿Existen promociones de descuentos – rebajas en la empresa?**

CATEGORIA	F	%
SI	3	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

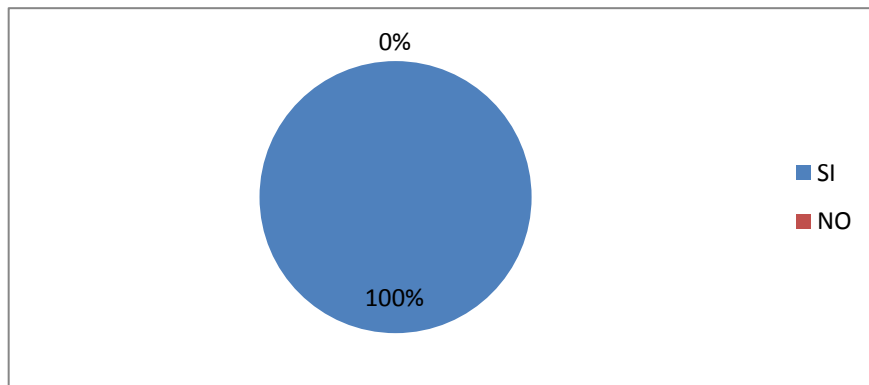
**Grafica 22. Descuentos – Rebajas**

En el cuadro 23 gráfica 22 se evidencia que el 100% de los entrevistados manifestaron que existen promociones de descuentos – rebajas en la empresa. Partiendo de esto, que se realizan diversos descuentos de los productos como técnica, para que así la misma, surja de forma rápida. Tal como lo establece, Kotler (2000), son descuentos o rebajas de ventas el cual consiste en la realización de incentivos a corto plazo para fomentar la venta de un producto. Dichos incentivos pueden llevarse a cabo de distintas formas: descuentos, ofertas, cupones, regalos, etc. Sin embargo, pese a que se trata de una técnica muy usada, son pocas las empresas que logran realizar una promoción verdaderamente exitosa (p. 24).

**Cuadro 24.**

**¿Tiene la empresa un funcionario que autoriza los descuentos –rebajas en la empresa?**

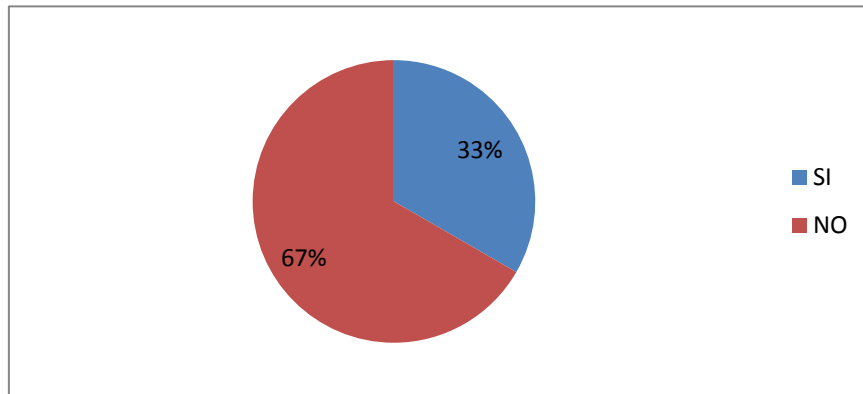
CATEGORIA	F	%
SI	3	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

**Grafica 23. Descuentos – Rebajas**

En el cuadro 24 grafica 23 los resultados arrojados por el personal entrevistado el 100% afirmaron que la empresa tiene un funcionario que autoriza los descuentos –rebajas en la empresa. En definitiva, el gerente de la empresa es quien autoriza los diferentes descuentos y rebajas de los productos, con el fin, de movilizar la misma. Como técnica, en búsqueda de la fluidez en la mercancía.

**Cuadro 25.****¿Publicita la empresa los descuentos – rebajas que promociona?**

CATEGORIA	F	%
SI	1	33
NO	2	67
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

**Grafica 24. Descuentos – Rebajas**

En la gráfica 24 se observa el 67% de los encuestados dijeron que no se realizan publicidad de los diferentes descuentos – rebajas que promocionan, mientras que el 33% expresaron que sí. Por lo que, la empresa no gestiona, la publicidad como estrategia, que le permitan, llevar a la diversidad de sus clientes estos descuentos, por consiguiente, genera que los mismos no se encuentren informados de estas promociones.

## **Capítulo V**

### **Conclusiones y Recomendaciones**

En dicho capítulo se presentan las conclusiones tomando en cuenta los objetivos planteados en la investigación dando repuestas a las interrogantes y el análisis de las variables en estudio; así como el resultado del instrumento aplicado en la empresa VICTORY BODEGÓN, C.A, según Ulate y Vargas (2014), en este apartado se ofrece la síntesis de los resultados que son verdaderamente relevantes de la investigación, en este caso, lo que permite evidenciar si lo rechaza o aprueba la hipótesis u objeto de estudio.

Partiendo desde esta perspectiva, la misma nos permite saber cuáles son las debilidades y fortalezas que presenta la empresa y de esta manera poder solventarlas. Dentro de este orden de ideas, tomando en cuenta las conclusiones y los resultados obtenidos del instrumento aplicado es importante plantear unas recomendaciones sobre los objetivos estudiados en el presente trabajo, como expone Ulate y Vargas (2014), están orientadas a la posibilidad de ofrecer soluciones que resulten innovadoras y que sean efectivas según los resultados obtenidos. En efecto, las recomendaciones como se plantea anteriormente, nos permiten solventar a través de alternativas de mejoras aquellas debilidades que se presenten en la empresa, utilizando alternativas de mejoras que favorezcan el bienestar de la misma.

#### **Conclusiones**

En el objetivo específico número uno, referente a diagnosticar la situación actual del sistema de gestión para las compras y ventas en la empresa VICTORY BODEGON C.A.,

ubicada en el municipio Barinas, se puede manifestar, que los objetivos y metas planteadas en dicha empresa no se cumplen adecuadamente, que los empleados no tienen definido cuales son las prioridades que se deben aplicar para el buen desempeño de la misma; en cuanto a las funciones del personal que labora en dicha empresa, no se encuentran distribuidas de forma adecuada. Seguidamente, no se analiza el rendimiento del personal, para saber cuáles son sus debilidades y fortalezas; cabe destacar, que no se lleva una planificación acorde a las necesidades de la empresa. En cuanto al recurso humano de la empresa (empleados), no se incentivan, ni se capacitan para la mejora de la misma. Las relaciones interpersonales entre el gerente y sus empleados no se llevan de una manera acorde, debido a que, existe mucho conflicto al momento de comunicarse.

Desde otro punto de vista, en el objetivo específico número dos se refieren a lo siguiente: identificar los procesos se llevan en un sistema de gestión para la compra y venta en la empresa VIC-TORY BODEGON C.A., ubicada en el municipio Barinas. Se puede evidenciar, que se lleva un registro de entrada y salida al momento de realizar el inventario de la empresa, pero el procedimiento que se está implementando no es el más factible. En relación con el presupuesto de compra y venta, se puede notar, que se realiza una lista sencilla de los productos que necesita la empresa; y a su vez, se compara la misma con los precios que muestran los proveedores de los diversos artículos, al momento de la facturación no se realiza de manera automatizada, ya que la misma se lleva de forma manual, al efectuar los pago se realizan en las fechas correspondientes a las compras de contado, las promociones de los artículos se realizan de manera verbal, porque la empresa no cuenta con recursos económicos para realizar publicidades de la misma.

Por consiguiente, en el presente objetivo específico número tres el cual dice examinar el sistema de gestión para la compra y venta en la empresa VIC-TORY BODEGON C.A., ubicada en el municipio Barinas. Aunado a esto, el sistema de gestión de la empresa se refleja de forma deficiente debido a que los objetivos y las metas no están siendo cumplidos cabalmente, porque no se implementa una planificación adecuada; partiendo de estrategias innovadoras lo cual ha llevado a generar irregularidades, que impiden el crecimiento de la empresa

### **Recomendaciones**

- ✓ Capacitar a los empleados en cuanto a diferentes estrategias innovadoras para el buen desempeño de la empresa.
- ✓ Realizar una reunión semanalmente con los empleados para escuchar propuestas de sus ideas para el mejoramiento de la empresa.
- ✓ Planificar trimestralmente estrategias que se pueden implementar en la empresa, el gerente en conjunto con sus empleados.
- ✓ Distribuir las tareas o funciones del personal de acuerdo a su capacidad y desempeño en la empresa.
- ✓ Dar incentivo al personal de acuerdo a su desempeño.
- ✓ Informar a los empleados sobre los objetivos y metas de la empresa.
- ✓ Mejorar las relaciones interpersonales entre el gerente y sus empleados.
- ✓ Llevar el proceso de facturación de forma automatizada.
- ✓ Gestionar recursos para la publicidad de la empresa.



## Referencias

- Brito, José. (2014). Contabilidad básica. Ediciones Centro de Contadores, Valencia Venezuela.
- Chiavenato (2006). Introducción a la Teoría General de la Administración, 7° Edición. Editorial McGraw-Hill Interamericana.
- Código de Comercio (1955) Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N°475 (Extraordinario), Diciembre 21,1955.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999).Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N°36.860 (Extraordinario), Diciembre 30, 1999.
- Díaz. A. (1999). Gerencia de Inventario. Editorial IESA. Caracas-Venezuela
- Díaz, A. (2003). Tutorial para la Asignatura Costos y Presupuestos. Fondo Editorial FCA.1era Edición. México.
- Díaz, N.; Mejias I.; Flores J.; Nasser A. & Hurtado M. (2012).Normas para la elaboración y presentación del trabajo de aplicación para las carreras licenciatura en administración y licenciatura en contaduría pública del programa ciencias sociales de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora” (UNELLEZ).Barinas. Venezuela.
- Pacheco, C. (2006). Presupuestos un enfoque gerencial. Editorial IMCP (Instituto Mexicano De Contadores Públicos), México, 2006.
- Robbins & Coulter (2005). Administración. 8° Edición. Editorial PEARSON EDUCACIÓN, México, 2005.
- Rodríguez, J. (2002). Administración de Pequeñas y Mediana Empresas. México: Ed. Thomson.

- Ruiz, M. (2012). *Dinámica y Aplicación de Métodos y Técnicas de Investigación*. Editorial Biosfera. Caracas-Venezuela, II Tomo, 268 págs.
- Parra, E. D. & Madero, M. D. (2005). *Estrategias de Ventas y Negociación*. Editorial Panorama.

## Anexos

## Anexo A

## Instrumento de recolección de datos

No	ITEMS	SI	NO
<b>Variable:</b> Sistema de Gestion <b>Dimensión:</b> Componentes <b>Indicador:</b> Estrategia Organizacional			
1	¿Utiliza la empresa estrategia organizacional de compra – venta para el buen desempeño de la misma?	0	3
<b>Variable:</b> Sistema de Gestion <b>Dimensión:</b> Componentes <b>Indicador:</b> Planificacion			
2	¿La organización realiza la planificación de compra – venta basada en los objetivos de la empresa?	1	2
<b>Variable:</b> : Sistema de Gestion <b>Dimensión:</b> Componentes <b>Indicador:</b> Procedimientos			
3	¿Existe algún procedimiento de gestión que permita un manejo adecuado de las áreas de compra y venta de la empresa?	0	3
<b>Variable:</b> : Sistema de Gestion <b>Dimensión:</b> Componentes <b>Indicador:</b> Recurso Humano			
4	¿Se implementa diferentes incentivos para el recurso humano de la empresa?	0	3
5	¿En la empresa el recurso humano tiene claro la segregación de funciones?	0	3
<b>Variable:</b> : Sistema de Gestion <b>Dimensión:</b> Componentes <b>Indicador:</b> Sistema de Informacion.			
6	¿Cuenta la empresa con un sistema de información referente a las compras?	1	2
7	¿Cuenta la empresa con un sistema de información referente a las ventas?	1	2

8	¿El sistema de información de inventario del estado resultado es periódico?	3	0
<b>Variable:</b> Procesos Administrativos <b>Dimensión:</b> Compras <b>Indicador:</b> Presupuesto de Proveedores			
9	¿Existe un presupuesto de compras en la empresa?	2	1
10	¿Se comparan los presupuestos de proveedores con la ejecución de los mismos?	2	1
<b>Variable:</b> Procesos Administrativos <b>Dimensión:</b> Compras <b>Indicador:</b> Pedidos a Proveedores			
11	¿La empresa exige un presupuesto de los diferentes pedidos a proveedores antes de realizar la compra?	2	1
<b>Variable:</b> Procesos Administrativos <b>Dimensión:</b> Compras <b>Indicador:</b> Facturas de compras			
12	¿Se lleva a cabo una facturación de compra de la mercancía recibida?	3	0
<b>Variable:</b> Procesos Administrativos <b>Dimensión:</b> Compras <b>Indicador:</b> Registro de Entrada de Mercancia			
13	¿Se lleva un registro de entrada de mercancía en la empresa?	2	1
<b>Variable:</b> Procesos Administrativos <b>Dimensión:</b> Compras <b>Indicador:</b> Pagos			
14	¿Los pagos de la mercancía se realizan de acuerdo a un presupuesto de ventas y a la fecha estipuladas por los proveedores?	2	1
15	¿Los proveedores presentan un presupuesto de venta con facilidad de pago a la empresa?	3	0
16	¿Existe un responsable encargado de llevar el presupuesto de venta y de supervisar los pagos a los	2	1

	proveedores?		
<b>Variable:</b> Procesos Administrativos <b>Dimensión:</b> Ventas <b>Indicador:</b> Presupuesto de Venta			
17	¿Existe un presupuesto de venta en la empresa?	<b>2</b>	<b>1</b>
18	¿Se comparan los presupuestos de venta con la ejecución de los mismos?	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Variable:</b> Procesos Administrativos <b>Dimensión:</b> Ventas <b>Indicador:</b> Pedidos de Clientes			
19	¿La empresa presenta una lista de pedidos de clientes antes de realizar la venta?	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Variable:</b> Procesos Administrativos <b>Dimensión:</b> Ventas <b>Indicador:</b> Facturación de Pedidos			
20	¿La facturación de pedidos que utiliza la empresa es automatizada?	<b>0</b>	<b>3</b>
<b>Variable:</b> Procesos Administrativos <b>Dimensión:</b> Ventas <b>Indicador:</b> Registro de salida de mercancía			
21	¿Se lleva un registro de salidas de mercancía en la empresa?	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Variable:</b> Procesos Administrativos <b>Dimensión:</b> Ventas <b>Indicador:</b> Descuentos – Rebajas			
22	¿Existen promociones de descuentos – rebajas en la empresa?	<b>3</b>	<b>0</b>
23	¿Tiene la empresa un funcionario que autoriza los descuentos –rebajas en la empresa?	<b>3</b>	<b>0</b>
24	¿Publicita la empresa los descuentos – rebajas que promociona?	<b>1</b>	<b>2</b>

**Anexos B**

**Validación del instrumento**



**UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL**

**DE LOS LLANOS OCCIDENTALES**

**“EZEQUIEL ZAMORA”**

**VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL**

**PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONOMICAS**

**SUBPROGRAMA CONTADURÍA**

**Carta de Validación**

Yo, **Tahiz E. Guerrero G.**, Titular de la Cedula de Identidad Nro. **V.- 12.207.754**, por medio de la presente certifico que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Aplicación titulado **SISTEMA DE GESTION PARA LA OPTIMIZACION DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN LA EMPRESA VIC-TORY BODEGON C.A.**, presentado por las Bachilleres: **Barrios Yulitza**, y **Colmenares Adriana**, titulares de la Cédulas de Identidad N° **V-27.986.157** y **V-24.206.038**, para optar al Título de Licenciatura en Contaduría Pública, el cual apruebo en calidad de validador.

En Barinas a los 23 días del mes Mayo de 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tahiz E. Guerrero G.', written over a light-colored rectangular background.

**Firma**

**V.- 12.207.754**



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL

DE LOS LLANOS OCCIDENTALES

“EZEQUIEL ZAMORA”

VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS

SUBPROGRAMA CONTADURÍA

Nombre y Apellido: Tahiz E. Guerrero G.

C.I. V.- 12.207.754

Profesión: Contador Público

Fecha de Validación: 29/05/22

	Pertinencia		Coherencia		Claridad		Recomendación		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	Aceptar	Modificar	Eliminar
1	✓		✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		✓		
5	✓		✓		✓		✓		
6	✓		✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		✓		
8	✓		✓		✓		✓		
9	✓		✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		✓		
11	✓		✓		✓		✓		

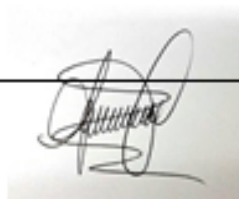
Observaciones: \_\_\_\_\_

Firma

12	✓		✓		✓		✓		
13	✓		✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		✓		
15	✓		✓		✓		✓		
16	✓		✓		✓		✓		
17	✓		✓		✓		✓		
18	✓		✓		✓		✓		

Observaciones: \_\_\_\_\_

Firma

A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized name, is written over a horizontal line. The signature is contained within a rectangular box.





**UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL**

**DE LOS LLANOS OCCIDENTALES**

**“EZEQUIEL ZAMORA”**

**VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL**

**PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONOMICAS**

**SUBPROGRAMA CONTADURIA**

**Carta de Validación**

Yo, Mildred Paredes, Titular de la Cédula de Identidad Nro. V- 11.709.327, por medio de la presente certifico que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Aplicación titulado **SISTEMA DE GESTION PARA LA OPTIMIZACION DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN LA EMPRESA VICTORY BODEGON C.A.**, presentado por las Bachilleres: Barrios **Yulitza**, y Colmenares **Adriana**, titulares de la Cédulas de Identidad N° V-27.986.157 y V-24.206.038, para optar al Título de Licenciatura en Contaduría Pública, el cual apruebo en calidad de validador.

En Barinas a los 23 días del mes Mayo de 2022.

A rectangular stamp containing a handwritten signature in black ink. Below the signature, the identification number V-11709327 is printed in a smaller font.

**Firma**

**V-11709327**

---



## UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL

## DE LOS LLANOS OCCIDENTALES

## "EZEQUIEL ZAMORA"

## VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

## PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS

## SUBPROGRAMA CONTADURÍA

Nombre y Apellido: Mildred Paredes

C.I. V- 11709327

Profesión: MSc. Ciencias de la Educación Mención

Docencia Universitaria. Fecha de Validación: 08-06-2022

N	Pertinencia		Coherencia		Claridad		Recomendación		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	Aceptar	Modificar	Eliminar
1	X		X		X		X		
2	X		X		X		X		
3	X		X		X		X		
4	X		X		X		X		
5	X		X		X		X		
6	X		X		X		X		
7	X		X		X		X		
8	X		X		X		X		
9	X		X		X		X		
10	X		X		X		X		
11	X		X		X		X		

12	X		X		X		X		
13	X		X		X		X		
14	X		X		X		X		
15	X		X		X		X		
16	X		X		X		X		
17	X		X		X		X		
18	X		X		X		X		

Observaciones: Apto para aplicar

Firma



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL

DE LOS LLANOS OCCIDENTALES

"EZEQUIEL ZAMORA"

VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS

SUBPROGRAMA CONTADURÍA

Carta de Validación

Yo, **Aristides Antonio Gil Rodríguez**, Titular de la Cedula de Identidad Nro. **V-12.206.977**, por medio de la presente certifico que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Aplicación titulado **SISTEMA DE GESTION PARA LA OPTIMIZACION DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN LA EMPRESA VIC-TORY BODEGON C.A.**, presentado por las Bachilleres: **Barrios Yulitza**, y **Colmenares Adriana**, titulares de la Cédulas de Identidad N° **V-27.986.157** y **V-24.206.038**, para optar al Título de Licenciatura en Contaduría Pública, el cual apruebo en calidad de validador.

En Barinas a los 23 días del mes mayo de 2022

V-12.206.977