



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**VIII SEMINARIO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CPA.**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
EN INGENIER(A) EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

TEMA:

**“CONTROL INTERNO AL CICLO DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN
LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EQUIAGRO”**

AUTOR: DANIELA SUSANA LÓPEZ LÓPEZ

TUTOR: DR. GERMÁN SALAZAR

AMBATO – ECUADOR

2011

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. Germán Salazar, con C.I. # 0601802622 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación sobre el tema “CONTROL INTERNO AL CICLO DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EQUIAGRO” desarrollado por Daniela Susana López López, estudiante del VIII Seminario de Graduación de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, considero que dicho Trabajo de Graduación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, modalidad Seminarios de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por la Comisión de Calificador designado por el H. Consejo Directivo.

Ambato, 04 de Agosto del 2011

EL TUTOR

.....
DR. GERMÁN SALAZAR

AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

Yo, Daniela Susana López López con C.I. # 180407489-4, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Trabajo de Graduación: “Control Interno al ciclo de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa EQUIAGRO”, es original, auténtico y personal, en tal virtud la responsabilidad del contenido de esta Investigación, para efectos legales y académicos son de exclusiva responsabilidad del autor (a) y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Técnica de Ambato; por lo que autorizo a la Biblioteca de la Facultad de Contabilidad y Auditoría para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura y publicación según las Normas de la Universidad.

Ambato, 04 de Agosto de 2011

AUTOR (A)

.....
DANIELA SUSANA LÓPEZ LÓPEZ

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Graduación, sobre el tema: “Control Interno al ciclo de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa EQUIAGRO”, elaborado por Daniela Susana López López, estudiante del VIII Seminario de Graduación, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 14 de Noviembre de 2011

Para constancia firma

.....

DRA. LUCÍA PARRA

.....

DR. LUIS JARAMILLO

.....

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

“Los pequeños actos que se ejecutan son mejores que aquellos grandes que se planean”

George C. Marshall

Durante aproximadamente 5 años mi vida tanto sentimental como estudiantil ha estado muy ligada a mi gran compañero, amigo y esposo quien con tanta paciencia los pequeños actos compartidos han llegado a convertirse en grandes logros. A tí mi querido esposo Oscar López dedico este mi trabajo producto de mis largas ausencias en el hogar y como no dedicarle a mi pequeño angelito Emíly Jhordana a quien no pude dedicarle todo el tiempo como era mi afán pero que ha sido mi gran inspiración.

A mis queridos padres Carlos y Susana, apoyo incondicional y empuje cuando me he sentido derrotada y a mis hermanos Carla y Christian por mantener viva la llama del cariño y el respeto.

AGRADECIMIENTO

“La gratitud es un sentimiento que solo un alma noble puede sentir y expresar”

A Dios: gracias por hacer posible todas mis metas y conseguir mis anhelos prodigándome todos los días de salud y bienestar. Por haberme dado como padres a dos seres ejemplares y responsables que son los gestores y el motor que han impulsado los logros en mi niñez, mi juventud y mi madurez, en mis decisiones de ayer y de hoy, gracias a ellos Sr. Carlos López y Sra. Susana López he podido culminar un escalón más.

A la Universidad Técnica de Ambato, autoridades y maestros que cincelandó y moldeando cada aptitud, en mí han conseguido la formación más sublime del ser humano porque solamente el hombre que sabe puede ayudar sabiamente a sus semejantes

Gracias Dr. Germán Salazar por transmitirnos su sabiduría y orientación en nuestro proyecto de graduación, y a todos quienes han hecho posible de una u otra manera este gran logro.

ÍNDICE GENERAL

A. PÁGINAS PRELIMINARES

Título o portada.....	i
Aprobación por el Tutor.....	ii
Autoría del Trabajo de Graduación.....	iii
Aprobación del Tribunal de Grado.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice general de contenidos.....	vii
Índice general de cuadro y gráficos.....	viii
Resumen Ejecutivo.....	ix

B. TEXTO: INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1. EL PROBLEMA

1.1 Tema.....	3
1.2 Planteamiento del Problema.....	3
1.2.1 Contextualización.....	3
1.2.2 Análisis Crítico.....	6
1.2.3 Prognosis.....	7
1.2.4 Formulación del Problema.....	7
1.2.4.1 Variable Independiente.....	7
1.2.4.2 Variable Dependiente.....	8
1.2.5 Interrogantes	8
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación.....	8
1.3 Justificación del Problema.....	9
1.4 Objetivos.....	9
1.4.1 Objetivos General.....	9

1.4.2	Objetivos Específicos.....	10
-------	----------------------------	----

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes.....	11
2.2	Fundamentación Filosófica.....	12
2.3	Fundamentación Legal.....	14
2.4	Categorías Fundamentales.....	18
2.4.1	Visión dialéctica de conceptualización.....	18
2.4.1.1.	Marco conceptual de la variable independiente.....	18
2.4.1.2.	Marco conceptual de la variable dependiente.....	41
2.4.2	Gráfico de inclusión interrelacionados.....	67
2.4.2.1.	Superordinación conceptual.....	67
2.4.2.2.	Subordinación conceptual.....	68
2.5	Hipótesis.....	69
2.6	Señalamiento de Variables de la hipótesis.....	69

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1	Modalidad Básica de la Investigación.....	70
3.1.1.	Investigación de campo.....	70
3.1.2.	Investigación bibliográfica - documental De Campo.....	71
3.2	Niveles o Tipos de Investigación.....	72
3.2.1.	Tipo de investigación.....	72
3.2.2.	Niveles de investigación.....	73
3.3.	Población y muestra.....	73
3.3.1.	Población.....	73
3.3.2.	Muestra.....	75
3.4.	Operacionalización de las variables.....	78
3.4.1.	Operacionalización de la variable independiente.....	78
3.4.2.	Operacionalización de la variable dependiente.....	79
3.5.	Recolección de información.....	80

3.6. Procesamiento y análisis.....	81
3.6.1. Plan de procesamiento de información.....	82
3.6.2. Plan de análisis e interpretación de los resultados.....	83

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. / 4.2. Análisis e interpretación de los resultados.....	84
4.3. Verificación de la hipótesis.....	98
4.3.1. Planteamiento de la hipótesis.....	98
4.3.2. Nivel de significancia y grado de libertad.....	99
4.3.3. Estadístico de prueba.....	99
4.3.3.1. Tabla de frecuencias.....	100
4.3.3.2. Frecuencias esperadas y observadas.....	101
4.3.3.3. Cálculo de “Chi Cuadrado”.....	102
4.3.4. Regla de decisión.....	103
4.3.5. Conclusión.....	104

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.....	105
5.2. Recomendaciones.....	106

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

6.1. Datos Informativos.....	107
6.2. Antecedentes de la propuesta.....	108
6.3. Justificación.....	109
6.4. Objetivos.....	110
6.4.1. General.....	110
6.4.2. Específicos.....	110

6.5. Análisis de factibilidad.....	110
6.6. Fundamentación científica.....	112
6.7. Metodología modelo operativo.....	122
6.8. Administración.....	143
6.9. Previsión de la evaluación.....	148

C. MATERIALES DE REFERENCIA

1. Bibliografía.....	151
2. Anexos.....	155

ÍNDICE DE TABLAS

TABLAS DE ENCUESTAS APLICADAS A CLIENTES DE LA EMPRESA EQUIAGRO

Tabla N° 1.....	84
Tabla N° 2.....	85
Tabla N° 3.....	86
Tabla N° 4.....	87
Tabla N° 5.....	88
Tabla N° 6.....	89
Tabla N° 7.....	90
Tabla N° 8.....	91
Tabla N° 9.....	92
Tabla N° 10.....	93
Tabla N° 11.....	94
Tabla N° 12.....	95
Tabla N° 13.....	96
Tabla N° 14 Frecuencias observadas.....	100
Tabla N° 15 Frecuencias esperadas	100
Tabla N° 16 Contingencia.....	101

Tabla N° 17 Verificación de la hipótesis.....	102
---	-----

ÍNDICE DE CUADROS

Métodos, metodología y procedimientos de auditoría.....	18
Proceso básico de la auditoría.....	19
Diferencias entre auditoría externa e interna.....	23
Unidades de observación.....	73
Población.....	74
Procedimientos de recolección de información.....	80
Plan de recolección de información.....	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Bases del control interno.....	26
Posicionamiento en margen y rotación.....	57
Satisfacción de clientes.....	84
Servicio que presta la empresa.....	85
Descuentos que ofrece la empresa.....	86
Cancelación plazos establecidos.....	87
Recargo a los precios.....	88
Variedad de productos.....	89
Información financiera.....	90
Tiempo de demora en presentar información financiera.....	91
Decisiones gerenciales.....	92
Participación en el mercado.....	93
Rentabilidad sobre el activo.....	94
Ciclo de vida de la empresa.....	95
Control interno.....	96

RESUMEN EJECUTIVO

El desarrollo del presente proyecto tiene como propuesta diseñar un sistema de control interno para el ciclo de ventas con la finalidad de mejorar la rentabilidad de la empresa Equiagro, con la oportunidad de convertir sus ventajas comparativas en competitivas lo cual pueda incursionarse en mercados a nivel internacional.

Las interrogantes obtenidas de la investigación dan paso a la implementación del control interno, lo cual es el análisis y seguimiento a la cadena de actividades que se desarrollan en el ciclo de ventas.

Este proyecto se desarrolló en base al método de investigación cuantitativo con el paradigma positivista, utilizando la investigación de campo con cuestionarios, observaciones a la empresa y encuestadas dirigidas a los clientes, como también trabajamos con la investigación bibliográfica – documental donde hemos recurrido a archivos existentes de la empresa lo cual nos permite analizar e interpretar dicha información, los niveles de investigación que utilizamos es el exploratorio que nos permite analizar la situación actual de la empresa conjuntamente con el explicativo donde desarrollamos el comportamiento de las variable.

Para obtener la muestra con la que se trabajo aplicamos el modelo estadístico denominado chi – cuadrado, los resultados de cada pregunta planteada fueron plasmados en una tabla y representados gráficamente con el modelo pastel con sus respectivos porcentajes.

Con los resultados obtenidos de las encuestas planteadas podemos determinar conclusiones y recomendaciones para el mejoramiento de la empresa Equiagro.

Finalmente estudiamos los riesgos que ocurren en el ciclo de ventas e implementamos las actividades de control que se sugieren para un mejor control interno en la empresa y con el objetivo de incrementar la rentabilidad de la misma.

INTRODUCCIÓN

El propósito de este proyecto es diseñar un sistema de control interno mediante el método de evaluación denominado COSO I con la finalidad de mejorar las actividades que se desarrollan en el área de ventas de la empresa Equiagro.

La investigación permitió el estudio de las diferentes falencias existentes en el área de ventas, el propósito de la propuesta es gestionar dichas falencias para brindar un mejor servicio a nuestros clientes y tener un posicionamiento más amplio en el mercado nacional.

Para el desarrollo del proyecto se utilizó varias herramientas lo cual lo detallamos en los siguientes capítulos:

Capítulo I.- Se narra el comportamiento de empresas comerciales a nivel internacional, nacional y dentro de la provincia de Tungurahua, se determinó el problema existente con sus respectivas causas y efectos con lo cual plasmamos nuestros objetivos.

Capítulo II.- En este capítulo observaremos las leyes que se aplican en la empresa Equiagro, nos basamos en la teoría de algunos autores para el desarrollo de las variables planteadas y definir nuestra hipótesis.

Capítulo III.- Utilizamos algunas herramientas como la investigación de campo que se apoya en cuestionarios, observaciones a la empresa y encuestas dirigidas a los clientes de la misma, con la investigación bibliográfica-documental hemos recurrido a archivos existentes de Equiagro para la obtención de información.

Capítulo IV.- Los resultados de las encuestas son plasmados gráficamente en un modelo asignado pastel con sus respectivos porcentajes donde analizamos e interpretamos dichos resultados.

Capítulo V.- Con la investigación que se realizó de la empresa Equiagro se obtuvo conclusiones y recomendaciones para mejorar las actividades que se desarrollan diariamente en el ciclo de ventas.

Capítulo VI.- Este capítulo está estructurado con datos informativos, antecedentes de la propuesta, justificación, objetivos, análisis de factibilidad, fundamentación científica, metodología modelo operativo, administración y previsión de la evaluación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. TEMA

“Control Interno al ciclo de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa EQUIAGRO “

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Contextualización

- **Contexto macro**

La economía de Ecuador es la octava más grande de América Latina después de las de Brasil, México, Argentina, Venezuela, Perú, Chile y Colombia. A principios del siglo XXI Ecuador se distingue por ser uno de los países más intervencionistas y donde la generación de riqueza es una de las más complicadas de Latinoamérica. Según **(MAWYIN Pamela: 2011: Internet)**

En el Ecuador como en los demás países del mundo, las empresas comerciales representan una proporción muy importante dentro del total de los negocios. Tanto en empresas que cotizan como en aquellas que no, se observa un bajo promedio en la aplicación de controles estatales situación que resulta esencial a fin de garantizar las transacciones sean probadas con el nivel que corresponde.

Aunque este tema ha sido poco explorado, algunos estudios hablan del 80%, incluyendo las empresas de los grandes grupos económicos no

realizan estudio de los diferentes procesos y políticas a desarrollar en cada departamento.

En países desarrollados como Estados Unidos desde la creación de negocios han establecido e implementado sin número de políticas y procesos para la ejecución y culminación de todas las actividades a desarrollar en los diferentes departamentos de los mismos.

El ciclo de ventas constituye el motor que mueve a toda empresa comercializadora, porque se generan flujos de efectivo necesarios para la operación de las actividades que lo sostienen, de la eficiencia de su control depende el éxito o fracaso empresarial.

- **Contexto meso**

En la provincia de Tungurahua en la mayor parte de empresas dedicadas a la comercialización conviven con problemas ocasionados por las debilidades del sistema de control interno lo cual propone grandes obstáculos para el cumplimiento de los objetivos.

Las organizaciones comerciales que tienen como objeto social la dotación de maquinaria agroindustrial, comparten un mercado limitado pero también los problemas la mayoría derivados de falta de personal capacitado y la aplicación de controles internos débiles e ineficientes en el proceso de ventas, lo cual ocasiona problemas como pago de comisiones por ventas no realizadas, dificultades en las cobranzas, incremento de cartera vencida y baja rotación de inventarios.

La metodología por utilizar busca hacer un paralelo entre los aspectos teóricos y lo encontrado en la práctica de los casos, frente a lo que hemos denominado punto de quiebre de las empresas unipersonales,

aprovechando la experiencia de este tipo de empresarios cuyos negocios no lo superaron.

- **Contexto micro**

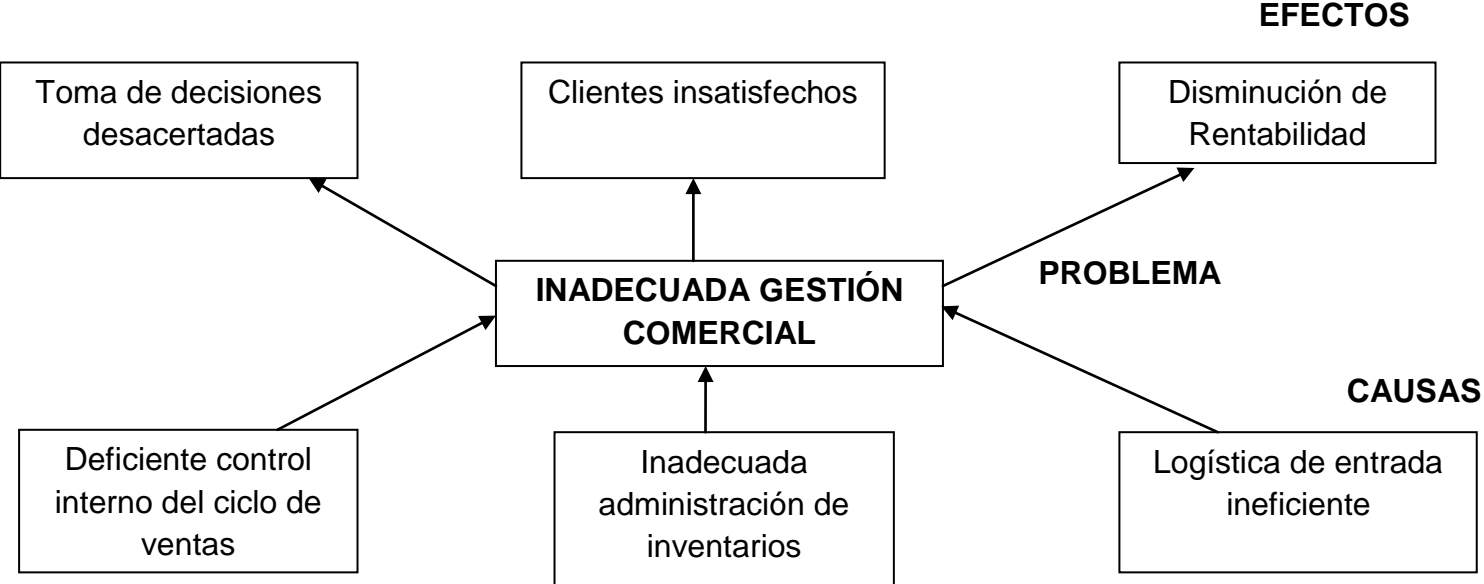
EQUIAGRO es una empresa dedicada a la comercialización de repuestos y maquinaria agroindustrial como también proporciona servicio de mantenimiento técnico autorizado Stihl y Dewalt. Esta empresa se ha posicionado en el mercado gracias a la habilidad de su departamento de marketing. Sin embargo se han incrementado los problemas derivados de la aplicación de políticas y métodos inadecuados de control interno.

Su participación en el mercado comercial es de 12 años, desde el 27 de Abril de 1998, tiene la distribución exclusiva para la ciudad de Ambato. Esta empresa comercial comienza como una aventura, no como un negocio, existe una visión compartida, motivación más allá de lo económico y sobre todo sólido y dispuesto a cualquier sacrificio con tal de realizar su sueño, así crece a buen ritmo durante sus etapas iniciales de desarrollo, pues su compromiso y flexibilidad son su ventaja competitiva frente a otras empresas.

Las oportunidades de crecimiento son interesantes, por la tendencia mundial de volver la atención a la producción agrícola como fuente de desarrollo sustentable y sostenible. Si la empresa desea incrementar su participación en el mercado primero debe fortalecer sus sistema de control interno en el ciclo de ventas porque de lo contrario problemas como el de cartera vencida, devoluciones de productos, ejecución de garantías entre otros se profundizaran.

1.2.2. Análisis Crítico

ÁRBOL DE PROBLEMAS



Relación Causa – Efecto

En la empresa EQUIAGRO se ha detectado que existe una inadecuada gestión comercial por parte de los empleados por lo que los clientes no están totalmente satisfechos lo cual daría facilidad a que la competencia se posesione por encima de nosotros, otra causa es la logística de entrada ineficiente lo cual interrumpe las actividades de reparaciones y desperdicio del tiempo de trabajo por ende nuestra rentabilidad va disminuyendo y la toma de decisiones son desacertadas por lo que no existe un sistema de control interno implantado donde podemos seguir y cumplir los procesos y políticas que nos ayuden a desarrollarnos en el mercado.

1.2.3. Prognosis

Si la administración de la empresa no se preocupa por realizar un eficiente control interno no podrá aprovechar la oportunidad de incrementar los beneficios de un mercado en permanente crecimiento al contrario se incrementarían las ventas pero se incrementarían las necesidades de capital de trabajo, se recurriría a financiamiento con el consiguiente deterioro de la estructura financiera.

1.2.4. Formulación del problema

¿Es la inadecuada gestión comercial ocasionada por el deficiente control interno del ciclo de ventas lo que provoca a una disminución en la rentabilidad de la empresa EQUIAGRO en el ejercicio económico 2010?

1.2.4.1. Variable Independiente

Deficiente control interno en el ciclo de ventas

1.2.4.2. Variable Dependiente

Disminución en la rentabilidad

1.2.5. Interrogantes

- ✚ ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del control interno en el ciclo de ventas?
- ✚ ¿Por qué existe una disminución en la rentabilidad de la compañía?
- ✚ ¿Que herramientas se deben utilizar para robustecer el control?

1.2.6. Delimitación del objeto de investigación

Campo: Auditoría

Área: Auditoria Financiera

Aspecto: Control interno del ciclo de ventas

Tiempo del problema: año 2010.

Tiempo de la investigación: período Enero-Julio 2011

Espacial: Este proyecto de investigación se realizará en la empresa Equiagro que se encuentra ubicada en la provincia de Tungurahua de la ciudad de Ambato en la Avenida Bolivariana 603 y Baltra.

1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Con la elaboración de este proyecto ayudaré a la empresa EQUIAGRO a que ejecuten de buena manera el proceso de ventas para brindar una excelente atención al cliente y por ende aumentar la rentabilidad, la importancia de tener un buen sistema de control interno en la empresa, se ha incrementado en los últimos años, esto debido a lo práctico que resulta al medir la eficiencia y la productividad al momento de implantarlos; en especial si se centra en las actividades básicas que esta realiza, pues de ello dependen para mantenerse en el mercado. Es bueno resaltar, que la empresa que aplique controles internos en sus operaciones, conducirá a conocer la situación real de la misma, es por eso, la importancia de tener una planificación que sea capaz de verificar que los controles se cumplan para darle una mejor visión sobre su gestión.

La empresa EQUIAGRO no debe quedarse rezagada en este aspecto, por lo que debe integrar un sistema de control interno para el desarrollo eficaz de las actividades diarias del personal, ya que de estos factores depende que la toma de decisiones sea acertada y confiable y por ende lograr resultados óptimos para la obtención de metas y objetivos de la misma.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. General

Analizar el grado de eficiencia del control interno en el ciclo de ventas y su relación con la disminución en la rentabilidad de la empresa EQUIAGRO con la finalidad de mantener un punto de equilibrio en las utilidades.

1.4.2. Específicos

- ✚ Determinar el impacto del control interno en el ciclo de ventas para delinear las estrategias que permitan sustentar la investigación.
- ✚ Evaluar la tendencia de la rentabilidad para relacionarlos con sus componentes y con la eficiencia del control interno.
- ✚ Proponer la implementación de un sistema control interno en el área de ventas con la finalidad de mejorar la rentabilidad de la empresa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

En todos los campos del conocimiento, existen investigaciones previas, para cumplir con el objetivo relacionado con el tema de estudio, hemos extractado algunas ideas que permiten sustentar los aspectos teóricos y conceptuales, entre las se pueden mencionar:

Según **ALVARADO VILLATORO Pedro Augusto (2005)** en su tesis de **Control Interno en una empresa comercial, Guatemala** El desarrollo económico ha permitido el establecimiento de grandes negocios, y el resultado ha sido una complejidad tanto en la administración como en la organización de la empresa. En épocas anteriores el comerciante no tuvo este tipo de problemas, el mismo atendía la compra, la custodia y venta de mercaderías, y en ocasiones utilizaba un ayudante para realizar esas tareas, el vigilaba en su totalidad las transacciones, y si existía un error estaba en condiciones de saber de donde proviene y lo arregla.

Los negocios provienen de la necesidad de las personas y por lo tanto no necesitaban de la promoción para la venta y organización, porque la competencia era mínima o en algunos casos no existía; la administración en consecuencia se encontraba en la misma circunstancia no tenía los conocimientos amplios para administrar el trabajo y las operaciones de la empresa como en la actualidad.

Según **CARVAJAL Piedad (2005:151)** en su tesis **Sistema de Control Interno como herramienta para fortalecer la Gestión Administrativa Operacional de DEMACO Cía. Ltda.** Señala que: “Si se cuenta con un sistema eficiente y eficaz material de información, podrá monitorearse y

adoptarse las medidas necesarias o corregir los desvíos propios de la empresa y las actividades de la empresa.

Según **DEL POZO ARTEAGA, Patricia Alexandra (2008:5)** en su tesis **auditoría del rubro ventas, cuentas por cobrar y efectivo para una empresa industrial del sector alimenticio al 30 de septiembre del 2008 ubicada en la ciudad de Guayaquil**. Concluye con que el cliente que desea obtener un cupo de crédito con la compañía es analizado por el comité (Gerente General, Gerente de Ventas y la Jefa de Crédito) los cuales crean una carpeta con la información del cliente. En nuestra revisión observamos que para un cliente no se había aperturado la correspondiente carpeta consecuentemente la información básica que se requiere no se había obtenido, lo cual se considera necesario que se debe de cumplir con la política de crédito implantada por la compañía con la finalidad de disminuir el riesgo de recuperabilidad de la cuenta.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Teniendo en cuenta que el método de investigación es cuantitativo, el paradigma de investigación que rige la misma es positivista.

Para **Kolakowski (2011: Internet)**.- El positivismo es un conjunto de reglamentaciones que rigen el saber humano y que tiende a reservar el nombre de “ciencia” a las operaciones observables en la evolución de las ciencias modernas de la naturaleza. Durante su historia, dice este autor, el positivismo ha dirigido en particular sus críticas contra los desarrollos metafísicos de toda clase, por tanto, contra la reflexión que no puede fundar enteramente sus resultados sobre datos empíricos, o que formula sus juicios de modo que los datos empíricos no puedan nunca refutarlos.

De acuerdo con **ZÚÑIGA, DOBLES Y GARCÍA (2011: Internet)**.- la teoría de la ciencia que sostiene el positivismo se caracteriza por afirmar que el

único conocimiento verdadero es aquel que es producido por la ciencia, particularmente con el empleo de su método. En consecuencia, el positivismo asume que sólo las ciencias empíricas son fuente aceptable de conocimiento.

Otra de las características relevantes del positivismo tiene que ver con su posición epistemológica central. En efecto, el positivismo supone que la realidad está dada y que puede ser conocida de manera absoluta por el sujeto cognoscente, y que por tanto, de lo único que había que preocuparse, indican **ZÚÑIGA, DOBLES Y GARCÍA (2011: Internet)**.- era de encontrar el método adecuado y válido para “descubrir” esa realidad. En particular, asume la existencia de un método específico para conocer esa realidad y propone el uso de dicho método como garantía de verdad y legitimidad para el conocimiento. Por tanto, la ciencia positivista se cimienta sobre el supuesto de que el sujeto tiene una posibilidad absoluta de conocer la realidad mediante un método específico.

De acuerdo con **ZÚÑIGA, DOBLES Y GARCÍA (2011: Internet)**.- el positivismo se caracteriza por postular lo siguiente:

1. El sujeto descubre el conocimiento.
2. El sujeto tiene acceso a la realidad mediante los sentidos, la razón y los instrumentos que utilice.
3. El conocimiento válido es el científico.
4. Hay una realidad accesible al sujeto mediante la experiencia. El positivismo supone la existencia independiente de la realidad con respecto al ser humano que la conoce.
5. Lo que es dado a los sentidos puede ser considerado como real.

6. La verdad es una correspondencia entre lo que el ser humano conoce y la realidad que descubre.

7. El método de la ciencia es el único válido.

8. El método de la ciencia es descriptivo.

Esto significa, que la ciencia describe los hechos y muestra las relaciones constantes entre los hechos, que se expresan mediante leyes y permiten la previsión de los hechos.

9. Sujeto y objeto de conocimiento son independientes: se plantea como principio la neutralidad valorativa. Esto es: que el investigador se ubique en una posición neutral con respecto a las consecuencias de sus investigaciones.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Los negocios se desenvuelven dentro de un complejo entramado legal, en el Ecuador se han emitido muchas normas legales y reglamentarias que deben ser observadas como parte de un proceso investigativo, para orientar el desarrollo de la metodología dentro del respeto a las normas jurídicas, las disposiciones mas importantes relacionadas con el tema de estudio se incluyen a continuación.

LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales que realicen actividades empresariales en el Ecuador y que operen con un capital propio que al 1 de enero de cada ejercicio impositivo, supere

los veinte y cuatro mil dólares (24.000 USD) o cuyos ingresos brutos anuales del ejercicio inmediato anterior sean superiores a los cuarenta mil dólares (40.000 USD) incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

Art. 20.- Principios generales.- La contabilidad se llevará por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, tomando en consideración los principios contables de general aceptación, para registrar el movimiento económico y determinar el estado de situación financiera y los resultados imputables al respectivo ejercicio impositivo.

En el reglamento se determinarán los requisitos a los que se sujetarán los libros y demás registros contables y la forma de establecer el mantenimiento y confección de otros registros y libros auxiliares, con el objeto de garantizar el mejor cumplimiento y verificación de las obligaciones tributarias.

Art. 21.- Estados financieros.- Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para su presentación a la Superintendencia de Compañías y a la Superintendencia de Bancos y Seguros, según el caso.

Las entidades financieras así como las entidades y organismos del sector público que, para cualquier trámite, requieran conocer sobre la situación

financiera de las empresas, exigirán la presentación de los mismos estados financieros que sirvieron para fines tributarios.

Es objetivo de la **NIC 1 Presentación de los Estados Financieros**. Prescribir las bases de presentación de los estados financieros de propósito general, para asegurar que se pueda hacer comparaciones con los estados financieros de diferentes períodos de la misma empresa, así como con estados financieros de otras empresas.

Para cumplir con este objetivo se han establecido:

- Consideraciones generales para la presentación de los estados financieros
- Orientación para su estructura, y requerimientos mínimos para el contenido

ALCANCE:

Esta norma se aplica a:

1. Todos los estados financieros de propósito general, que son aquellos que suministran información básica, no específica, a los usuarios.
2. Estados financieros de una empresa individual y estados financieros consolidados para un grupo de empresas.
3. Todos los tipos de empresas incluyendo bancos y compañías de seguros.
4. Empresas con fines de lucro, pero las entidades sin fines de lucro que procuren aplicar esta norma, necesitarán cambiar las

descripciones de ciertas partidas y presentar componentes adicionales en los estados financieros.

5. Esta norma no se aplica a información financiera interina condensada.

El objetivo de esta Norma consiste en establecer las bases para la presentación de los estados financieros con propósitos de información general, a fin de asegurar que los mismos sean comparables, tanto con los estados financieros de la misma entidad correspondientes a periodos anteriores, como con los de otras entidades diferentes.

Para alcanzar dicho objetivo, esta Norma establece, en primer lugar, requisitos generales para la presentación de los estados financieros y, a continuación, ofrece directrices para determinar su estructura, a la vez que fija los requisitos mínimos sobre su contenido.

Los estados financieros reflejarán razonablemente, la situación, el desempeño financiero y los flujos de efectivo de la entidad. En la práctica totalidad de los casos, la presentación razonable se alcanzará cumpliendo con las NIIF aplicables.

Toda entidad cuyos estados financieros cumplan las NIIF efectuará, en las notas, una declaración, explícita y sin reservas, de dicho cumplimiento. En los estados financieros no se declarará que se cumplen las NIIF a menos que aquellos cumplan con todos los requisitos de éstas.

Al elaborar los estados financieros, la gerencia evaluará la capacidad que tiene la entidad para continuar en funcionamiento.

Los estados financieros se elaborarán bajo la hipótesis de negocio en marcha, a menos que la gerencia pretenda liquidar la entidad o cesar en

su actividad, o bien no exista otra alternativa más realista que proceder de una de estas formas.

Cuando la gerencia, al realizar esta evaluación, sea consciente de la existencia de incertidumbres importantes, relativas a eventos o condiciones que puedan aportar dudas significativas sobre la posibilidad de que la entidad siga funcionando normalmente, procederá a revelarlas en los estados financieros.

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

2.4.1. Visión dialéctica de conceptualización

2.4.1.1. Marco conceptual de la variable independiente

AUDITORÍA

Según **MANTILLA Samuel Alberto (2009: 21-24)**.- Deduce que la auditoría es un método que busca acercar una materia sujeto a un objeto, en función a un objeto superior de control.

Los estándares internacionales la definen como un proceso estructurado que tiene como objetivo permitirle al auditor expresar una opinión respecto de si los estados financieros están preparados, en todos los aspectos materiales, de acuerdo con la estructura aplicable de información financiera.

Se usa formas apropiadas de tecnología y se adhiere a una metodología la cual cumple con todos los estándares técnicos relevantes tales como los estándares internacionales de auditoría, los estándares internacionales de control de calidad, los estándares internacionales de información financiera.

CUADRO N.- 1

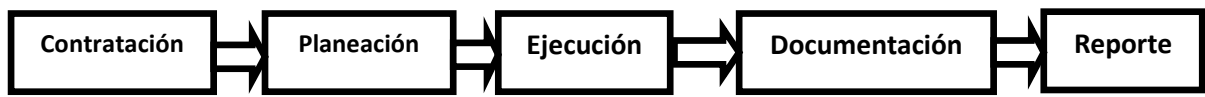
Métodos, metodologías y procedimientos de auditoría

<u>Métodos de Auditoría</u>	Confianza Privada	Fe Pública	Interés Público
<u>Metodologías de auditoría</u>	Revisión	Atestación Auditoría independiente Acuerdos Compilaciones Revisiones	Aseguramiento
<u>Procedimientos de auditoría</u>	Comprobación Verificación Examen al 100%	Análisis Pruebas Muestreo (Estadístico y no estadístico)	Administración de riesgos De negocio Estratégicos Operacionales

Fuente: MANTILLA Samuel Alberto (2009: 23)

En conclusión la auditoría no consiste únicamente en dar una opinión, sino también debe ser respaldada por un proceso estructurado que debe ser debidamente documentado.

CUADRO N.- 2
Proceso Básico de la Auditoría



<p>Aceptación y continua - ción del cliente</p>	<p>Estrategia general de auditoría: Umbral de materialidad</p>	<p>Valoración del riesgo</p> <p><u>Prioridad:</u> importancia y materialidad</p> <p><u>Procedimien tos</u></p> <p>Indagación; analíticos; observación; otros</p>	<p>Documentación del trabajo</p>	<p>Comunica - ción con quienes tienen a cargo el gobierno de la entidad</p>
<p>Contrato escrito</p>	<p>Discusión equipo auditoría</p>	<p>Respuesta al riesgo Plan detallado de auditoría: Pruebas de controles; Procedimient os sustantivos; Extensión de</p>	<p>Representacio nes de la administración</p>	<p>Reporte de auditoría</p>
	<p>Identifica ción y captura riesgos: de auditoría; de negocios; de fraude; de declaración equivocada</p>	<p>Evaluación evidencia</p>	<p>Documentación de la evidencia obtenida y de las conclusiones alcanzadas</p>	<p>Modifica ción del reporte</p>

Fuente: MANTILLA Samuel Alberto (2009: 24)

AUDITORÍA FINANCIERA

Según **CEPEDA Gustavo (2006:185- 187)** define a la auditoría financiera como un examen objetivo, sistemático, profesional e independiente, efectuado de acuerdo con normas e auditoría generalmente aceptadas, tomando como base los estados financieros básicos, tales como: balance general, estado de resultados, estado de flujo de efectivo, estado de utilidades retenidas o déficit acumulado y cuotas a los estados financieros.

Su objetivo es evaluar y verificar las operaciones que han dado lugar a los estados mencionados anteriormente con el fin de emitir una opinión o dictamen sobre si presentan razonablemente la situación financiera de las entidades, los resultados de sus operaciones y los cambios en su situación financiera; todo esto debe tener concordancia con sus respectivos principios y normas de contabilidad generalmente aceptadas o con las disposiciones legales vigentes aplicables para cada caso y asegurándose de que dichos estados hayan sido preparados en forma consistente de un periodo al otro.

Objetivos de la Auditoría Financiera

- ✚ Presentar un dictamen u opinión con respecto a la razonabilidad del contenido y presentación de los estados financieros realizados por la empresa auditada.

- ✚ Evaluar los controles internos establecidos por la empresa examinada, como base para determinar el nivel de confianza a depositar en él y de acuerdo con esto fijar la naturaleza, extensión y oportunidad de los procedimientos de auditoría.

- ✚ Evaluar el cumplimiento de las disposiciones legales aplicables a cada entidad en particular.
- ✚ Formular recomendaciones para mejorar los controles internos de la administración, y cualquier aspecto que ayude a la obtención de una mayor eficiencia en la gestión financiera y económica.

Características

Es un examen que se practica generalmente con posterioridad a la ejecución y el registro de las operaciones; sin embargo, su valor disminuye en forma directa en proporción a cualquier demora indebida entre la ejecución y el correspondiente examen de las operaciones. A pesar de ser posterior la auditoría debe ser oportuna para que durante el transcurso de las actividades y antes de que se formulen los estados financieros se practiquen visitas internas con el fin de efectuar pruebas preliminares destinadas a adelantar pruebas, lo cual será de gran utilidad para la emisión del informe final de auditoría.

Comprende la revisión y verificación, bajo la base de pruebas selectivas, de las transacciones, documentos, comprobantes, registros, libros e informes, incluyendo la inspección física de activos y la obtención de evidencia comprobatoria de persona ajenas a la empresa auditada, además de la evaluación de los sistemas y procedimientos de orden contable y financiero.

Es un examen objetivo; por tanto, se requiere un alto grado de independencia mental y funcional del personal encargado de practicarla en relación con las actividades y empleados de la organización auditada.

Es un examen altamente profesional que exige, sólidos conocimientos de contabilidad, auditoría y disciplina por parte del personal responsable de su ejecución, respaldados por una capacitación a nivel universitario.

Requiere amplitud de criterio tanto como para analizar, interpretar y dictaminar el desarrollo y registro de las operaciones, como para la observación de los procedimientos, normas y principios contables.

Supone la aplicación de técnicas y procedimientos diseñados y establecidos para cada rubro de los estados financieros que han de examinarse.

Fases de la Auditoría Financiera

El proceso de auditoría financiera comprende las siguientes fases:

- ✚ Origen y planeación del examen.
- ✚ Formulación del programa.
- ✚ Trabajo de campo.
- ✚ Formulación del informe final
- ✚ Seguimiento de las recomendaciones.

Clasificación de la Auditoría Financiera

Según **MORENO, Alonso (2008:32)**.- Expone que la auditoría financiera se clasifica de la siguiente manera:

a) La independencia de la persona que la efectúa.

- **Auditoría interna.-** Existe cuando el auditor tiene una relación de dependencia con la empresa que lo contrata, la revisión se centra sobre el grado de cumplimiento del control interno de la entidad.
- **Auditoría externa.-** Existe cuando el auditor es una persona independiente que cumple los requisitos establecidos en la ley, el trabajo se centra sobre la razonabilidad de los documentos contables.

CUADRO N.- 3

Diferencias entre Auditoría Externa e Interna

	Auditoría Externa	Auditoría Interna
SUJETO	Profesional independiente	Empleado
OBJETIVO	Examen estados financieros	Control operaciones y gestión
INFORME	Dictamen público	Recomendaciones privadas
USO INFORME	Empresa y público en general	Restringido a empresas
GRADO INDEPENDENCIA	Total	Limitada
RESPONSABILIDAD	Profesional, civil y penal	Laboral
CONTINUIDAD TRABAJO	Periódico	Continuo
INTENSIDAD	Menor	Mayor

Fuente: MORENO, Alonso (2008: 33)

b) Según el trabajo encomendado

- **Auditoría de cuentas.-** Financiera y de cumplimiento de la legalidad, y con información dirigida a terceros que se relacionan con la empresa.
- **Auditoría operativa o de gestión.-** Trata de evaluar el modo de operar de la empresa en términos de eficiencia, eficacia y economía. Esta auditoría es el servicio que presta el auditor, externo o interno, con la finalidad básica de determinar si el control interno operante es el mejor que se puede conseguir, para asegurar que las diferentes transacciones se están realizando de la forma más ventajosa posible.

c) Según el alcance pretendido con el trabajo de revisión

- **Auditorías parciales.-** Restringidas a determinadas áreas de la empresa: tesorería, stocks, gestión de cobros, fiscal, entre otros, suelen denominarse técnicamente como “revisión limitada” o “encargo de procedimientos acordados”.
- **Auditoría completa.-** Se habla de esta auditoría cuando el alcance se extiende a la totalidad de las operaciones de la entidad.

d) Según el origen del encargo

- **Auditoría obligatoria, legal o estatutaria.-** Su causa viene determinada por una disposición legal.
- **Auditoría voluntaria.-** Se produce cuando la entidad realiza el encargo voluntariamente, en este caso el informe de auditoría no tiene porque ser depositado en el registro mercantil.

CONTROL INTERNO

Según **ESTUPIÑÁN GAITÁN, Roberto (2006: 1-2)**.- Indica que el control interno es un proceso realizado por el Consejo de Administración, la Dirección y el personal de una entidad, planteado para proporcionar una razonable seguridad con miras a la realización de objetivos en:

Efectividad y eficiencia de las operaciones.- Respalda a los objetivos básicos de la empresa, incluyendo metas de desempeño rentabilidad y salvaguardia de recursos.

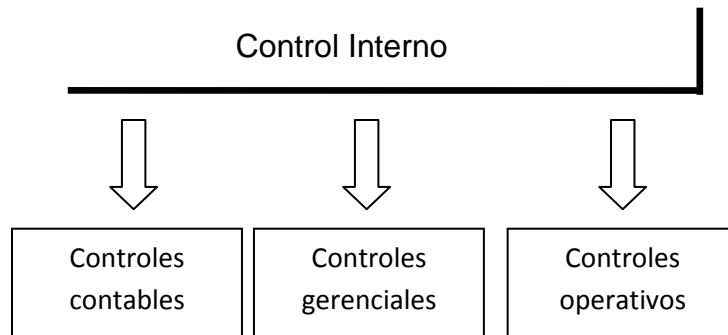
Confiabledad de la Información Financiera.- Se relaciona con la preparación y publicación de estados financieros dignos de confianza, incluyendo estados financieros intermedios y resumidos e información financiera derivada de estados como: ganancias por distribución, reportadas públicamente.

Acatamiento de las leyes y regulaciones aplicables.- Se encarga del cumplimiento de las leyes y regulaciones a que la empresa está sujeta.

El control interno comprende el plan de organización y todos los métodos y medidas coordinadas adoptadas dentro de una empresa para salvaguardar sus bienes, comprobar la exactitud y veracidad de los datos contables.

Según **MORENO, Alonso (2008:19)** indica que el control interno se apoya en los controles contables, gerenciales y operativos.

GRÁFICO N.- 1
BASES DEL CONTROL INTERNO



Fuente: MORENO, Alonso (2008: 19)

Importancia del control

Al publicar el informe COSO (Control Interno – Estructura Integrada) han sugerido la atención hacia el mejoramiento del control interno, lo cual fue derivado de la presión pública para un mejor manejo de los recursos tanto públicos como privados en cualquier tipo de empresas para evitar crisis financieras o fraudes. Según **ESTUPIÑÁN GAITÁN, Roberto (2006: 2-10)**

El control interno tiene dos modelos:

1. Modelo COSO: Se entiende que el control interno se encuentra sobre las personas y, en consecuencia, en cualquier parte de los sistemas, procesos o actividades y no en forma separada.

El propósito del control interno en cuanto a asegurar razonablemente el cumplimiento de objetivos de tipo operacional, financiero y normativo, se comprende mejor cuando se analiza los cinco componentes de este modelo y sus factores, ya que existe una relación directa entre los objetivos de la organización y los componentes.

La estructura del control interno con el modelo COSO tiene los siguientes componentes:

✓ **Ambiente de Control.-** Este componente es fundamental porque facilita disciplina y estructura, este elemento se establece en función de la integridad y competencia del personal de una entidad; los valores éticos son un elemento esencial que afecta a otros componentes del control. Entre sus factores se incluye la filosofía de la administración, la atención y guía proporcionados por el consejo de la administración, el estilo operativo, así como la manera en que la gerencia confiere autoridad y asigna responsabilidades, organiza y desarrolla a su personal.

Factores del Ambiente de Control

Para evaluar el control interno debemos tomar en cuenta los factores del ambiente de control y así determinar un ambiente de control positivo.

Integridad y valores éticos.- Implementación de códigos de conducta y políticas para un negocio aceptable esperando un comportamiento ético y moral para obtener mejores relaciones con los empleados, proveedores, clientes, inversionistas, acreedores, aseguradores, competidores, auditores entre otros.

Compromiso por la competencia.- Investiga el conocimiento y habilidades necesarias para desempeñar convenientemente los trabajos, descripciones formales e informales de tareas que comprometan trabajos particulares.

Consejo de directores o comité de auditoría.- Suficiencia y oportunidad que proporciona información al comité de miembros, que permita monitorear los objetivos y estrategias de la administración, la posición financiera y los resultados de operación de la entidad.

Frecuencia y oportunidad de las reuniones y que sean apoyadas por el director financiero y/o ejecutivos de contabilidad.

Filosofía y estilo de operación de la administración.- Actitudes y acciones hacia la información financiera, incluyendo disputas sobre aplicación de acuerdo contables.

Estructura organizacional.- Claridad en definir las responsabilidades claves de los administradores, y su entendimiento de las responsabilidades, claridad en el conocimiento y experiencia de los administradores.

Valoración de autoridad y responsabilidad.- Asignación de responsabilidades y delegación de autoridad para el cumplimiento de metas y objetivos de la organización, las funciones de operación y requerimientos regulares, incluyendo responsabilidad de información y autorizaciones para cambios.

Políticas y prácticas de recursos humanos.- Si el chequeo de la experiencia de los candidatos a empleados es adecuado en relación con las acciones o actividades principales consideradas como inaceptables por la entidad.

Según **WHITTINGTON, O. Ray (2005:379).**- “El ambiente de control es importante para ejercer un control interno efectivo sobre ellos y las cuentas por cobrar, además de una eficaz función de auditoría, es muy importante un comité de auditoría del consejo de administración que vigile lo que los ejecutivos opinan de los principios y estimaciones del reconocimiento de ingresos.

El reconocimiento objetivo de los ingresos tal vez requiera complejos principios de contabilidad, estimaciones y cálculos, por eso los directivos

deben comprometerse con la competencia, sobre todo en su relación con el personal clave de finanzas y de contabilidad”.

Se requiere mayor control cuando identifican las destrezas y la capacitación para desempeñar las funciones claves y cuando implementan procedimientos que garantizan que las realice un personal competente.

Respecto a las políticas y prácticas de recursos humanos del cliente, los directivos deberán verificar los antecedentes de los candidatos y obtener pólizas de seguro de fidelidad de los que ocupan puestos de confianza. El control interno mejora también cuando a quienes llevan los registros contables o manejan efectivo se les pide que tomen sus vacaciones y cuando se rotan periódicamente sus obligaciones.

✓ **Evaluación de riesgos.-** Es la identificación y análisis de los riesgos que se relacionan con el logro de los objetivos; la administración debe cuantificar su magnitud, proyectar su probabilidad y sus posibles consecuencias.

En la dinámica actual de los negocios, se debe prestar atención a:

- Los avances tecnológicos.
- Los cambios en los ambientes operativos.
- Las nuevas líneas de negocios.
- La reestructura corporativa.
- La expansión o adquisición extranjera.
- El personal nuevo.
- El rápido crecimiento.

Según **WHITTINGTON, O. Ray (2005:379).**- la evaluación del riesgo en el ciclo de ingresos los ejecutivos deberían diseñar un proceso formal para monitorear los factores externos: cambios de la condición

económica, demanda de los clientes y regulaciones que pueden efectuar al cumplimiento de los objetivos de venta de la empresa. Además deberían evaluar los efectos de factores internos como las modificaciones de los principios contables, la introducción de nuevos productos y servicios, el uso de otros tipos de transacciones de venta, son factores que pueden crear nuevos riesgos pues indican la necesidad de implementar nuevas clases de control para evitar errores en los ingresos.

✓ **Actividades de control.-** Son políticas y procedimientos que ayudan a garantizar que se lleve a cabo la administración y las acciones sean tomadas para direccionar el riesgo y ejecución de los objetivos de la organización. Las actividades de control ocurren por toda la organización, a todos los niveles y en todas las funciones, esto incluye un rango de actividades como: aprobaciones, autorizaciones, verificaciones, reconciliaciones, revisiones de desempeño de operaciones, seguridad de activos y segregación de funciones.

Las actividades de control se clasifican en:

- Controles preventivos.
- Controles detectivos.
- Controles correctivos.
- Controles manuales o de usuario.
- Controles de cómputo o de tecnología de información.
- Controles administrativos.

✓ **Información y comunicaciones.-** Todo el personal debe recibir un claro mensaje de la alta dirección y saber que las responsabilidades del control deben ser tomadas con seriedad.

La información debe ser identificada, capturada y comunicada en forma y estructuras de tiempo lo cual facilite a la gente cumplir con sus

responsabilidades, también es necesario tener una comunicación útil con la parte exterior como: clientes, proveedores, entidades gubernamentales y accionistas.

✓ **Monitoreo.-** Todos los controles internos deben ser monitoreados frecuentemente para asegurarse de que el proceso se encuentra operando como se planeó y comprobar que son efectivos ante los cambios de las situaciones que les dieron origen. _Las actividades de monitoreo constante puede ser implantadas en los propios procesos del negocio o a través de evaluaciones separadas de la operación, esto es, mediante auditoría interna o externa.

El alcance y a frecuencia del monitoreo depende de los riesgo que se pretenden cubrir. Los controles que hacen que la ejecución sea lenta, son evitados, lo cual puede ser más perjudicial que no tener controles, debido al falso sentido de seguridad. Los controles son efectivos cuando en los procedimientos no se les recuerda continuamente de su existencia.

Según **WHITTINGTON, O. Ray (2005:379).**- Los métodos con que se vigilan los ingresos y las transacciones de recepción de efectivo pueden incluir el proceso de obtener retroalimentación formal por parte de los clientes respecto a la veracidad de las facturas, además, al mejor el control interno conviene tener en cuenta los organismos reguladores.

Los auditores internos participan en el proceso de monitoreo, en sus actividades pueden encargarse de enviar periódicamente a los clientes los estados mensuales o confirmaciones e investigar las discrepancias, también revisan exhaustivamente los informes de embarque, las facturas, los ingresos en efectivo, los memorandos de crédito y los análisis de antigüedad de saldos de las cuentas por cobrar para determinar si las actividades de control establecidas se realizan en forma constante.

2. Modelo COCO: Este modelo es producto de una profunda revisión del Comité de Criterios de Canadá sobre el reporte COSO cuyo propósito fue realizar el planteamiento de un modelo más sencillo y comprensible, ante las dificultades que en la aplicación del COSO enfrentaron algunas entidades.

El cambio importante que plantea este modelo consiste en que en lugar de conceptualizar el proceso de control como una pirámide de componentes y elementos interrelacionados, proporcione un marco de referencia que el personal en toda la entidad pueda usar para diseñar, desarrollar, transformar o evaluar el control.

Es evidente que los auditores internos necesitan de nuevas y diferentes técnicas y habilidades de evaluación, especialmente de un cambio en la conceptualización del proceso de control y la actitud mental para lograr ser más útiles a las entidades.

Propósitos del modelo COCO

Este modelo facilita bases consistentes para dichos requerimientos regulares, de tal manera que permita a las autoridades cumplir sus objetivos, sin que con ello se establezcan requerimientos excesivos que pudieran atender contra la eficiencia de la gestión. Su propósito es desarrollar orientaciones o guías generales para el diseño, evaluación y reportes sobre los sistemas de control dentro de la organización incluyendo asuntos gubernamentales en el sector público y privado.

CONTROL INTERNO: Según **LEÓN LEFCOVICH Mauricio (2011: Internet)**.- “Es una función que tiene por objeto salvaguardar y preservar los bienes de la empresa, evitar desembolsos indebidos de fondos y ofrecer la seguridad de que no se contraerán obligaciones sin autorización”.

Una segunda definición definiría al control interno como “el sistema conformado por un conjunto de procedimientos (reglamentaciones y actividades) que interrelacionadas entre sí, tienen por objetivo proteger los activos de la organización.

Entre los objetivos del control interno tenemos

1. Proteger los activos de la organización evitando pérdidas por fraudes o negligencias.
2. Asegurar la exactitud y veracidad de los datos contables y extracontables, los cuales son utilizados por la dirección para la toma de decisiones.
3. Promover la eficiencia de la explotación.
4. Estimular el seguimiento de las prácticas ordenadas por la gerencia.
5. Promover y evaluar la seguridad, la calidad y la mejora continua.

Entre los elementos de un buen sistema de control interno se tiene:

1. Un plan de organización que proporcione una apropiada distribución funcional de la autoridad y la responsabilidad.
2. Un plan de autorizaciones, registros contables y procedimientos adecuados para proporcionar un buen control contables sobre el activo y el pasivo, los ingresos y los gastos.
3. Unos procedimientos eficaces con los que llevar a cabo el plan proyectado.
4. Un personal debidamente instruido sobre sus derechos y obligaciones, que han de estar en proporción con sus responsabilidades.

La Auditoría Interna forma parte del Control Interno, y tiene como uno de sus objetivos fundamentales el perfeccionamiento y protección de dicho control interno.

Según **KELL, Walter G y otros Auditoría Moderna (2008:123)**.- dos subdivisiones de control interno son reconocidos en auditoria: el administrativo y el contable.

El control administrativo incluye, pero no se limita, al plan de organización y procedimientos y registros que conciernen procesos de decisión que conducen a la autorización de transacciones por parte de los administradores y representan el punto de partida para establecer el control contable sobre las transacciones.

El control contable comprende el plan de organizaciones y los procedimientos y registros que se relacionan con la salvaguardia de activos y confiabilidad de los registros financieros y por lo tanto están diseñados para proporcionar seguridad razonable.

Entorno de control interno contable

Cada sistema de control interno contable opera dentro de un conjunto de condiciones, un buen entorno de control interno complementa procedimientos prescritos de control interno de una compañía incluye tantos factores externos como internos.

- Liderazgo de la administración
- Estructura organizacional
- Presupuestos y reportes internos.
- Auditoria interna.
- Personal.
- Practicas apropiadas.

- Circunstancias de la compañía.

Principios del control interno contable

Para alcanzar los objetivos del control interno contable, un sistema deberá tener ciertas características esenciales.

- Separación de funciones.
- Procedimientos de autorización.
- Procedimientos de documentación.
- Registros y procedimientos contables.
- Controles físicos.
- Verificación interna independiente.

Los cinco componentes del control interno

Según **PÉREZ SOLORZANO Pedro Manuel (2011: Internet)** Dentro del marco integrado se identifican cinco elementos de control interno que se relacionan entre sí y son inherentes al estilo de gestión de la empresa.

Los mismos son:

- Ambiente de Control.
- Evaluación de Riesgos.
- Actividades de Control.
- Información y Comunicación.
- Supervisión o Monitoreo.

Importancia de los componentes:

La importancia de la existencia de los componentes del método COSO es fundamental, el equipo multidisciplinario que elaboró el informe COSO no los hubiera analizado y expuesto tan exquisitamente, en dicho informe

como los componentes del control interno. Tampoco aparecieran en la Resolución No. 297-2003 del MFP como aspectos a desarrollar dentro del Sistema de Control Interno (SCI).

Vamos a hacer un análisis de la importancia de los cinco componentes mirándolos desde el punto de vista de los objetivos organizacionales y la interrelación que existe entre ambos. La definición, establecimiento y aplicación de los objetivos organizacionales es el requisito primario para poder introducir en la organización un SCI.

Existe un proverbio del Corán muy ilustrativo que vamos a tener en cuenta en nuestro análisis, el cual citamos: “Si no sabes a donde ir, no hay camino que te lleve”.

Partiremos del proverbio anterior para ilustrar la relación entre objetivos organizacionales y componentes de control interno.

CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR

Según **WHITTINGTON, O. Ray (2005:377)**.- Las cuentas por cobrar incluyen no solo las reclamaciones contra los clientes provenientes de la venta de bienes o servicios, sino también de préstamos a funcionarios o empleados, préstamos a subsidiarias, reclamaciones contra otras compañías, reclamación de reembolso de impuestos y anticipos a proveedores.

Los documentos por cobrar son promesas escritas de pagar ciertas cantidades en fechas futuras, casi siempre sirven para manejar transacciones de montos sustanciales; los utilizan constantemente empresas industriales y comerciales.

Un documento o contrato de pago en abonos se utiliza en intercambio que otorga la posesión de productos al cliente, pero permite al vendedor

conservar un derecho prendario sobre ellos hasta que reciba el último pago. Los contratos de pago en abonos se usan mucho en la venta de maquinaria industrial, de equipos agrícolas y automóviles.

Objetivo del auditor al auditar las cuentas por cobrar y los ingresos

- 1.- Examinar los riesgos inherentes, entre ellos los de fraude.
- 2.- Examinar el control interno de las cuentas por cobrar y de los ingresos.
- 3.- Confirmar la existencia de cuentas por cobrar y la ocurrencia de las transacciones de ingresos.
- 4.- Comprobar la integridad de las transacciones de las cuentas por cobrar y de los ingresos.
- 5.- Determinar si el cliente tiene derecho sobre las cuentas por cobrar registradas.

VENTAS

Según **ZAPATA, Pedro (2005)** “La venta es una transacción mercantil por medio de la cual ciertos bienes (mercadería) se traspasa a la propiedad de otro, recibiendo a cambio una promesa de pago posterior o el equivalente en dinero, o la combinación de estos.”

La cuenta ventas es un rubro de resultados que denota rendimiento o beneficio. La denominación es común, sea cual fuese el sistema de control contable que se utilice, aunque el tratamiento, en ciertas circunstancias, difiere levemente.

Las ventas de mercadería se pueden clasificar de la siguiente manera:

Por su cuantía: al por menor (detal o menudeo), al por mayor (mayoreo).
Por las condiciones: de contado o en efectivo, a crédito o a plazos.

Según **WHITTINGTON, O. Ray (2005:380).**- El ciclo de ingresos para muchas empresas la fuente primaria de ingresos es la venta de bienes y servicios a crédito, puede resultar costoso los controles ineficaces de esas ventas y de las cuentas por cobrar.

Las grandes pérdidas por créditos son casi inevitables, cuando el control de las actividades sobre las ventas a cuenta es inadecuado. Las facturas pueden contener errores de precio y de importes; cuando no se controlan mediante numerosos seriales, algunos se pierden o nunca se registran como cuentas por cobrar. El control interno se fortalece dividiendo las funciones de modo que diferentes departamentos o individuos se encarguen de:

- 1.- Preparar la orden de compra.
- 2.- Aprobar el crédito.
- 3.- Enviar la mercadería de la bodega.
- 4.- Embarcarla.
- 5.- Facturar.
- 6.- Verificar las facturas.
- 7.- Mantener las cuentas de control.
- 8.- Llevar los mayores del cliente.
- 9.- Aprobar las devoluciones y los descuentos.
- 10.- Autorizar la cancelación de cuentas incobrables.

Control interno de los documentos por cobrar

El custodio de los documentos no tenga acceso al efectivo ni a los registros generales de contabilidad.

El funcionario responsable, que no guarde las notas, autorice la aceptación y la renovación de los documentos.

La cancelación de los documentos no cobrados deberán aprobarla por escrito los funcionarios responsables y se adoptarán métodos eficaces para darles seguimiento. Algunas veces la sustracción de los ingresos en efectivo se oculta no asentando la recepción de un pago parcial en un documento por cobrar. Para un control satisfactorio del registro de esta clase de pagos se requiere que el sistema contable registre y actualice la fecha y el importe del pago, así como el saldo nuevo.

Si la aceptación de un documento por cobrar recibido de un cliente requiere la aprobación escrita de un funcionario, disminuye considerablemente la probabilidad de que se falsifique documentos para cancelar un robo.

En muchas entidades el control interno se fortalece preparando informes mensuales donde se resumen las transacciones con documentos por cobrar realizadas durante el mes y los detalles de los que poseen al final del periodo en que se presentan los informes.

Documentos de auditoría para las cuentas por cobrar y los ingresos

- Análisis e antigüedad de saldos de las cuentas comerciales por cobrar.
- Análisis de otras cuentas por cobrar.
- Análisis de documentos por cobrar y del interés correspondiente.
- Análisis de la estimación para cuentas y documentos incobrables.
- Análisis comparativo de ingresos por mes, por producto o territorio relacionando los ingresos pronosticados con los reales.

2.4.1.2. Marco conceptual de la variable dependiente

INDICADORES

Según **BENJAMÍN, Franklin Enrique (2006: 147)**.- “Los indicadores son estadística simple o compuesta que refleja algún rasgo importante de un sistema dentro de un contexto de interpretación. Es una relación cuantitativa entre dos cantidades que corresponden a un mismo proceso o procesos diferentes, por si solos no son relevantes, pues solo adquieren importancia cuando se les compara con otros de la misma naturaleza”.

Un indicador pretende caracterizar el éxito o la eficacia de un sistema, programa u organización, pues sirve como una medida aproximada de algún componente o de la relación entre componentes. Un sistema de indicadores permite hacer comparaciones, elaborar juicios, analizar tendencias y predecir cambios, esto puede medir el desempeño de un individuo, de un sistema y sus niveles, de una organización, el comportamiento de un contexto, el costo y la calidad de los insumos, la eficacia de los procesos, la relevancia de los bienes y servicios producidos en relación con necesidades específicas.

Características que debe reunir un indicador

- ✓ Ser relevante o útil para la toma de decisiones.
- ✓ Susceptible de medición.
- ✓ Conducir fácilmente información de una parte a otra.
- ✓ Altamente discriminativo.
- ✓ Verificable.
- ✓ Libre de sesgo estadístico o personal.
- ✓ Aceptado por la organización.
- ✓ Justificable en relación con su costo-beneficio.
- ✓ Fácil de interpretar.

- ✓ Que pueda utilizarse con otros indicadores.
- ✓ Precisión matemática en los indicadores cuantitativos.
- ✓ Precisión conceptual en los indicadores cualitativos.

Aspectos que se deben considerar en la formulación de los indicadores

1. Definir el objetivo que se pretende alcanzar.
2. En su formulación se deben considerar acciones para llevar a cabo su instrumentación por el personal normativo y operativo, con base en los factores que faciliten su operación.
3. Deben enfocarse preferentemente en la medición de resultados y no en la descripción de procesos o actividades intermedias.
4. Deben ser acordados mediante un proceso participativo en que las personas que intervienen son tanto sujetos como objetivos de evaluación, a fin de mejorar conjuntamente la gestión organizacional.
5. Deben estar formulados mediante el método deductivo, implementados por el método inductivo y validado a través del establecimiento de estándares de comportamiento de las partes del proceso que se pretende medir.
6. Se recomienda designar a un responsable, encargado de validarlos, verificarlos y aplicar acciones inmediatas para evitar una desviación negativa, así como de preparar la síntesis de información de los mismos.

Niveles de aplicación

- Estratégicos.
- De gestión.
- De servicio

Indicadores estratégicos.- Permiten identificar la contribución o aportación al logro de los objetivos estratégicos en relación con la misión de la entidad.

Miden el cumplimiento de los objetivos en base: actividades, programas especiales, procesos estratégicos, proyectos organizacionales y de inversión.

Indicadores de gestión.- Informan sobre procesos y funciones clave, se usa en el proceso administrativo para: controlar la operación, prevenir e identificar desviaciones que impidan el cumplimiento de los objetivos estratégicos, determinar costos unitarios por áreas, programas, unidades de negocio y centros de control, verificar el logro de las metas e identificar desviaciones.

Indicadores de servicios.- Miden la calidad con que se generan productos y/o servicios en función de estándares y satisfacción de clientes y proveedores. Se emplea para: implementaciones de mejora, mejora la calidad de la atención a clientes; esto también permite identificar indicadores de desempeño o cumplimiento de los estándares de servicio, indicadores de satisfacción o calidad que percibe el cliente sobre el producto o servicio recibido.

Para que los indicadores puedan evaluar la medición de las acciones deben posibilitar la medición de:

Efecto

- Mide el cumplimiento de los objetivos y metas.
- Cuantifica valores y efectos en clientes.

- Mide el desempeño de los procesos.

Cobertura

- Informa sobre el alcance de las acciones.

Eficiencia

- Mide costos unitarios y productividad.
- Cuantifica la optimización de recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos para obtener productos y/o servicios al menor costo y en el menor tiempo.

Calidad

- Mide el grado en que los productos y servicios satisfacen las necesidades y cumplen con las expectativas de los clientes.
- Cuantifica la satisfacción del cliente.

INDICADORES DE GESTIÓN

Para estar en posibilidad de obtener la mayor y mejor información, a cada etapa del proceso se le asigna indicadores cualitativos, que son los que dan razón de ser a la organización, e indicadores cuantitativos, que son los que traducen en hechos el objeto de la organización.

El manejo de estos indicadores en forma simultánea, obedece al propósito de que el auditor tenga una visión global y completa de la organización, mediante la vinculación de la esencia con las acciones y el comportamiento con los resultados.

Esta división convencional se basa en la idea de evaluar al proceso en sí mismo, y de obtener información adicional de los factores que influyen en su ejecución, toda vez que el conjunto de etapas y elementos permiten

respaldar las recomendaciones que se pueden formular y, sobre todo, seguir una secuencia ordenada.

INDICADORES FINANCIEROS

Estos indicadores tradicionalmente las entidades usan para apoyar la evaluación cuantitativa de los hallazgos que se obtienen durante una auditoría, y que sirven para determinar las relaciones y tendencias de los hechos.

Clasificación:

- ✓ Rentabilidad
- ✓ Liquidez
- ✓ Financiamiento
- ✓ Ventas
- ✓ Producción
- ✓ Abastecimiento
- ✓ Fuerza Laboral

Rentabilidad

$$\text{Rendimiento del capital contable} = \frac{\text{Utilidad Neta} \times 100}{\text{Capital contable}}$$

$$\text{Rendimiento del capital social} = \frac{\text{Utilidad Neta} \times 100}{\text{Capital social}}$$

$$\text{Rendimiento del activo total} = \frac{\text{Utilidad neta} + \text{intereses pagados}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Rendimiento de ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta} \times 100}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Grado de seguridad de los acreedores} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Pasivo total}}$$

$$\text{Costo de ventas} = \frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{Rendimiento de la inversión total} = \frac{\text{Utilidad real} \times \text{Período}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Eficiencia de operación} = \frac{\text{Utilidad obtenida}}{\text{Utilidad estimada}}$$

$$\text{Utilidad presupuestada} = \frac{\text{Utilidad presupuestada}}{\text{Costo y gastos presupuestados}}$$

LIQUIDEZ

$$\text{Movilidad del activo circulante} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activo Circulante} - \text{Pasivo Circulante}$$

$$\text{Liquidez en relación con la estructura} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo fijo}}$$

FINANCIAMIENTO

$$\text{Grado de obligación} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Grado de independencia financiera} = \frac{\text{Capital contable}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Inversión en activo fijo} = \frac{\text{Capital contable}}{\text{Activo fijo}}$$

$$\text{Dependencia de los bancos} = \frac{\text{Créditos bancarios}}{\text{Capital contable}}$$

$$\text{Grado de autofinanciamiento} = \frac{\text{Reservas de capital}}{\text{Capital social}}$$

$$\text{Tasa de inversión corriente} = \frac{\text{Inversión corriente}}{\text{Valor de los productos y/o servicios}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Capital contable}}$$

$$\text{Estructura del activo} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Activo fijo}}$$

VENTAS

$$\text{Velocidad de rotación del activo} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Aceptación de los productos} = \frac{\text{Ventas totales}}{\text{Devoluciones}}$$

$$\text{Ventas netas por hombre empleado} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Número total de empleados}}$$

$$\text{Clientes estratégicos} = \frac{\text{Clientes estratégicos}}{\text{Cuentas totales}}$$

$$\text{Rotación de inventarios} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Costo de los inventarios}}$$

$$\text{Movilidad de los inventarios} = \frac{\text{Inventarios}}{\text{Capital contable}}$$

$$\text{Cumplimiento del programa de ventas} = \frac{\text{Volumen real}}{\text{Volumen programado}}$$

$$\text{Rotación de cuentas por cobra} = \frac{\text{Valor de las ventas}}{\text{Costo de ventas}} \times \text{Período}$$

$$\text{Políticas de crédito} = \frac{\text{Cuentas incobrables}}{\text{Volumen de créditos concedidos}}$$

$$\text{Costos de distribución y venta} = \frac{\text{Gastos de venta y distribución}}{\text{Costo de lo vendido}} \times 100$$

$$\text{Costos de investigación de mercado} = \frac{\text{Costo de la investigación de mercado}}{\text{Ventas netas}} \times 100$$

$$\text{Costos de publicación y promoción} = \frac{\text{Costos de publicación y promoción de ventas}}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{Ubicación de la fábrica} = \frac{\text{Total de gastos de transporte}}{\text{Costo de lo vendido}}$$

RENTABILIDAD

Según **ESLAVA, José (2008:81)**.- entiende por rentabilidad económica, la tasa con que la empresa remunera a la totalidad de los recursos (inversiones o activos) utilizados en su explotación, sea cual sea dicha explotación (normal, ajena y/o extraordinaria). La rentabilidad económica pretende medir la capacidad del activo de la entidad para generar beneficios, que al fin y al cabo es lo que importa realmente para poder remunerar tanto al pasivo, como a los propios accionistas de la entidad.

Cualquier empresa debe establecer políticas de gestión e intentar maximizar la rentabilidad económica, no puede establecer si no es teniendo en cuenta que la acción tiene que ser combinada.

Alternativas de gestión:

- ✓ Aumentando tanto el margen como la rotación.
- ✓ Aumentando el margen, siempre que la rotación permanezca invariable.
- ✓ Aumentando la rotación, siempre que el margen permanezca invariable.
- ✓ Disminuyendo cualquiera de las dos magnitudes, siempre que, alternativamente, se produzca un incremento tal en la otra magnitud, de cuyo producto se deduzca una tasa de rentabilidad mayor.

En una empresa no solo interesa conocer la tasa de rentabilidad económica alcanzada en un año, sino también conocer el posicionamiento de la misma ante el margen y la rotación y cómo ambas influyen sobre dicha tasa de rentabilidad. Conocer ese posicionamiento frente a ambas variables ayudará para poder concretar todos los esfuerzos de la gestión

en aquella que más decisivamente influya en el incremento de la rentabilidad económica.

Rentabilidad es la capacidad que tiene una inversión para generar o no, un beneficio neto. Relación existente generalmente expresada en términos porcentuales entre un capital invertido y los rendimientos netos que de él se obtienen.

Rentabilidad Bursátil: Cantidad obtenida por la suma de intereses o dividendos y la plusvalía generada por una inversión bursátil. Se denomina rentabilidad por dividendo o rentabilidad del accionista a la cantidad resultante del coeficiente entre el último dividendo pagado por acción y la cotización que este tiene.

Rentabilidad sobre recursos propios: Cantidad resultante del coeficiente entre el beneficio de una empresa y los recursos propios de la misma.

Según SÁNCHEZ BALLESTA Juan Pedro (2011: Internet) Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo.

Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori.

LA RENTABILIDAD EN EL ANÁLISIS CONTABLE

La importancia del análisis de la rentabilidad viene determinada porque, aun partiendo de la multiplicidad de objetivos a que se enfrenta una empresa, basados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento, la estabilidad e incluso en el servicio a la colectividad, en todo análisis empresarial el centro de la discusión tiende a situarse en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica. Así, para los profesores Cuervo y Rivero 3 (1986: 19) la base del análisis económico-financiero se encuentra en la cuantificación del binomio rentabilidad-riesgo, que se presenta desde una triple funcionalidad.

Análisis de la solvencia, entendida como la capacidad de la empresa para satisfacer sus obligaciones financieras (devolución de principal y gastos financieros), consecuencia del endeudamiento, a su vencimiento.

Análisis de la estructura financiera de la empresa con la finalidad de comprobar su adecuación para mantener un desarrollo estable de la misma. Es decir, los límites económicos de toda actividad empresarial son la rentabilidad y la seguridad, normalmente objetivos contrapuestos, ya que la rentabilidad, en cierto modo, es la retribución al riesgo y, consecuentemente, la inversión más segura no suele coincidir con la más rentable.

Sin embargo, es necesario tener en cuenta que, por otra parte, el fin de solvencia o estabilidad de la empresa está íntimamente ligado al de rentabilidad, en el sentido de que la rentabilidad es un condicionante decisivo de la solvencia, pues la obtención de rentabilidad es un requisito necesario para la continuidad de la empresa.

CONSIDERACIONES PARA CONSTRUIR INDICADORES DE RENTABILIDAD

En su expresión analítica, la rentabilidad contable va a venir expresada como cociente entre un concepto de resultado y un concepto de capital invertido para obtener ese resultado. A este respecto es necesario tener en cuenta una serie de cuestiones en la formulación y medición de la rentabilidad para poder así elaborar una ratio o indicador de rentabilidad con significado.

1. Las magnitudes cuyo cociente es el indicador de rentabilidad han de ser susceptibles de expresarse en forma monetaria.
2. Debe existir, en la medida de lo posible, una relación causal entre los recursos o inversión considerados como denominador y el excedente o resultado al que han de ser enfrentados.
3. En la determinación de la cuantía de los recursos invertidos habrá de considerarse el promedio del periodo, pues mientras el resultado es una variable flujo, que se calcula respecto a un periodo, la base de comparación, constituida por la inversión, es una variable *stock* que sólo informa de la inversión existente en un momento concreto del tiempo.
4. Por ello, para aumentar la representatividad de los recursos invertidos, es necesario considerar el promedio del periodo.
5. Por otra parte, también es necesario definir el periodo de tiempo al que se refiere la medición de la rentabilidad (normalmente el ejercicio contable), pues en el caso de breves espacios de tiempo se suele incurrir en errores debido a una periodificación incorrecta.

NIVELES DE ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL

Aunque cualquier forma de entender los conceptos de resultado e inversión determinaría un indicador de rentabilidad, el estudio de la rentabilidad en la empresa lo podemos realizar en dos niveles, en función del tipo de resultado y de inversión relacionada con el mismo que se considere:

Así, tenemos un primer nivel de análisis conocido como rentabilidad económica o del activo, en el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad de los capitales económicos empleados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa.

Y un segundo nivel, la rentabilidad financiera, en el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos.

La relación entre ambos tipos de rentabilidad vendrá definida por el concepto conocido como apalancamiento financiero, que, bajo el supuesto de una estructura financiera en la que existen capitales ajenos, actuará como amplificador de la rentabilidad financiera respecto a la económica siempre que esta última sea superior al COSTO medio de la deuda, y como reductor en caso contrario.

RENTABILIDAD ECONÓMICA

Según **SÁNCHEZ BALLESTA, Juan Pedro (2011: Internet)**.- La rentabilidad económica o también llamada de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los

activos de una organización con independencia de la financiación de los mismos, la rentabilidad económica se ha considerado como una medida de la capacidad de los activos de una organización para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, con lo que podemos comparar de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad.

“La rentabilidad económica se establece así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. Además, el no tener en cuenta la forma en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación.”

Cálculo de la rentabilidad económica

$$RE = \frac{\text{Resultado antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo total a su estado medio}}$$

El resultado antes de intereses e impuestos suele identificarse con el resultado del ejercicio prescindiendo de los gastos financieros que ocasiona la financiación ajena y del impuesto de sociedades. Al prescindir del gasto por impuesto de sociedades se pretende medir la eficiencia de los medios empleados con independencia del tipo de impuestos, que además pueden variar según el tipo de sociedad.

El Activo total para determinar la rentabilidad económica serían los siguientes:

Resultado después de impuestos + Gastos financieros (1-t), siendo t el tipo medio impositivo: se utiliza el resultado después de impuestos y antes de gastos financieros netos bajo la justificación de que el impuesto sobre beneficios es un gasto del ejercicio y como tal supone una partida negativa a efectos de medir la renta o beneficio; y, por otra parte, los costos financieros se presentan netos del ahorro de impuestos que suponen.

Resultado de las actividades ordinarias + Gastos financieros: en este caso se prescinde de los resultados extraordinarios por su carácter atípico y excepcional, pretendiendo así calcular la rentabilidad de la actividad ordinaria de la empresa.

$$RE = \frac{\text{Resultado neto} + G_f}{\text{Activo neto de recursos ajenos sin costo, promedio}}$$

Esta expresión pretende obtener el rendimiento de los activos financiados con recursos con costo para que cobre verdadero significado la comparación entre el rendimiento de esos activos y el costo medio de los recursos necesarios para financiarlos.

Descomposición de la rentabilidad económica

“La rentabilidad económica, como cociente entre un concepto de resultado y un concepto de inversión, puede descomponerse, multiplicando numerador y denominador por las ventas o ingresos, en el producto de dos factores, margen de beneficio sobre ventas y rotación de activos, los cuales permiten profundizar en el análisis de la misma.”

$$RE = \frac{\text{Resultado}}{\text{Activo}} = \frac{\text{Resultado}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo}} = \text{Margen} \times \text{Rotación}$$

“La descomposición en margen y rotación puede realizarse para cualquier indicador de rentabilidad económica, si bien es en la rentabilidad económica de explotación donde adquiere mayor significación al establecerse una mayor dependencia causal entre numeradores y denominadores.

Esto quiere decir que es el margen de explotación, definido como cociente entre el resultado de explotación y las ventas, la mejor aproximación al concepto de margen, ya que el resultado de explotación prescinde de los resultados ajenos a ésta, y, por tanto, se está enfrentando con las ventas el resultado que guarda una relación más estrecha con las mismas. Y de la misma forma la rotación del activo cobra mayor sentido cuando se pone en relación con las ventas los activos que las han generado, y no aquellos activos cuyos movimientos son independientes de las ventas.

Es por ello que cuanto mayor sea la correlación entre numerador y denominador tanto en el margen como en la rotación mayor será la información que proporcionan ambos componentes de la rentabilidad sobre la gestión económica de la empresa, mayor su utilidad para la toma de decisiones y su validez para efectuar comparaciones entre empresas.”

Margen

$$\text{Margen} = \frac{\text{Resultado}}{\text{Ventas}}$$

El margen mide el beneficio obtenido por cada unidad monetaria vendida, es decir, la rentabilidad de las ventas.

Los componentes del margen pueden ser analizados atendiendo bien a una clasificación económica o bien a una clasificación funcional. En el primer caso se puede conocer la participación en las ventas de conceptos

como los consumos de explotación, los gastos de personal o las amortizaciones y provisiones, mientras en el segundo se puede conocer la importancia de las distintas funciones de costo, tales como el costo de las ventas, de administración.

Rotación

$$\text{Rotación} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo}}$$

La rotación del activo mide el número de veces que se recupera el activo vía ventas, o, expresado de otra forma, el número de unidades monetarias vendidas por cada unidad monetaria invertida. De aquí que sea una medida de la eficiencia en la utilización de los activos para generar ingresos o alternativamente puede verse como medida de la capacidad para controlar el nivel de inversión en activos para un particular nivel de ingresos.

No obstante, una baja rotación puede indicar a veces, más que ineficiencia de la empresa en el uso de sus capitales, concentración en sectores de fuerte inmovilizado o baja tasa de ocupación. El interés de esta magnitud reside en que permite conocer el grado de aprovechamiento de los activos, y con ello si existe o no sobredimensionamiento o capacidad ociosa en las inversiones.

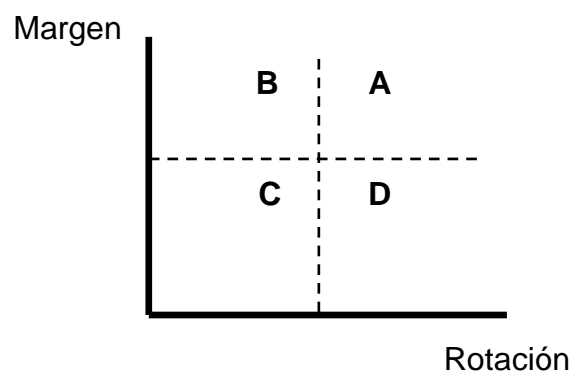
La rentabilidad económica como producto de margen y rotación

Descompuesta así la rentabilidad económica como producto de dos factores económicos, margen y rotación, puede verse como consecuencia de la eficiencia operativa (técnico-organizativa) de la empresa (aumento de rotación y reducción de costos) y del grado de libertad en la fijación de precios (grado de monopolio).

Para conocer el posicionamiento de la empresa en los dos factores explicativos de la rentabilidad económica puede utilizarse una representación gráfica, en la que podemos agrupar a los distintos tipos de empresas en cuatro cuadrantes.

GRÁFICO N.- 2

POSICIONAMIENTO EN MARGEN Y ROTACIÓN



Fuente: SÀNCHEZ, Juan (2011: 10)

A: empresas con alta rentabilidad, originada tanto vía margen como vía rotación.

B: empresas con elevado margen y baja rotación.

C: empresas con baja rentabilidad, debido tanto al margen como a la rotación.

D: empresas con elevada rotación y bajo margen.

LA RENTABILIDAD FINANCIERA

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado.

Esta rentabilidad puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios. Además, una rentabilidad financiera insuficiente supone una limitación por dos vías en el acceso a nuevos fondos propios.

Primero, porque ese bajo nivel de rentabilidad financiera es indicativo de los fondos generados internamente por la empresa; y segundo, porque puede restringir la financiación externa, la rentabilidad financiera debería estar en conformidad con lo que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista. Sin embargo, esto admite ciertas matizaciones, puesto que la rentabilidad financiera sigue siendo una rentabilidad referida a la empresa y no al accionista, ya que aunque los fondos propios representen la participación de los socios en la empresa, en sentido estricto el cálculo de la rentabilidad del accionista debería realizarse incluyendo en el numerador magnitudes como: beneficio distribuable, dividendos, variación de las cotizaciones; y en el denominador la inversión que corresponde a esa remuneración, lo que no es el caso de la rentabilidad financiera, que, por tanto, es una rentabilidad de la empresa.

Cálculo de la rentabilidad financiera

A diferencia de la rentabilidad económica, en la rentabilidad financiera existen menos desacuerdos en cuanto a la expresión de cálculo de la misma.

$$RF = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Fondos Propios a su estado medio}}$$

Como concepto de resultado la expresión más utilizada es la de resultado neto, considerando como tal al resultado del ejercicio.

Otros conceptos de resultado, siempre después de intereses, que se suelen enfrentar a los fondos propios para obtener la rentabilidad financiera serían los siguientes:

- ✓ Resultado antes de impuestos, para medir el rendimiento de los fondos propios con independencia del impuesto de sociedades.
- ✓ Resultado de las actividades ordinarias, prescindiendo así tanto del efecto del impuesto sobre sociedades como de los resultados extraordinarios, bajo la pretensión de facilitar la Comparabilidad intertemporal y entre empresas.
- ✓ Resultado previo a la deducción de amortizaciones y provisiones, debido a que son costos de difícil estimación económica y que, tanto por la diversidad de políticas de unas empresas a otras como por la manipulación de que pueden ser objeto, se configuran como un posible factor distorsionante del resultado real.
- ✓ Resultado de explotación una vez deducidos los intereses de la deuda y los impuestos directos.

En cuanto al denominador, la discusión se plantea sobre la propia definición analítica de fondos propios para el cálculo de un indicador de rentabilidad de los mismos, destacando como principal controversia la consideración de los fondos propios según balance o con ajustes motivados por determinadas partidas, tales como capital pendiente de desembolso, acciones propias o ingresos a distribuir en varios ejercicios.

Descomposición de la rentabilidad financiera como producto de factores

De la misma forma que la rentabilidad económica, la rentabilidad financiera se puede descomponer como producto de diversos factores, con la particularidad de que entre los mismos podemos incluir a la rentabilidad económica. No obstante, si se quiere introducir como factor la rentabilidad económica, la descomposición de la rentabilidad financiera no sólo dependerá de cómo se ha definido el propio indicador que se descompone (y nos referimos con ello básicamente al concepto de resultado utilizado como numerador en la rentabilidad financiera), sino también de cómo se haya definido la propia rentabilidad económica.

Primera descomposición

Una primera descomposición podemos obtenerla multiplicando numerador y denominador de la rentabilidad financiera tanto por las ventas netas como por el activo total, de tal forma que la rentabilidad financiera se exprese como producto de margen, rotación y un indicador del endeudamiento.

$$RF = \frac{RN}{V} \times \frac{V}{ATm} \times \frac{ATm}{TPm}$$

Donde:

RN= Designamos genéricamente por resultado neto a los distintos conceptos de resultado que se pueden considerar como numerador de la rentabilidad financiera.

V= Ventas netas.

ATm= Activo total a su estado medio.

FPm = Fondos propios o neto a su estado medio.

El producto de margen de beneficio neto sobre ventas y de rotación del activo no constituye propiamente, salvo a juicio de algunos autores, un indicador de rentabilidad económica, pues el resultado no prescinde de la influencia de la estructura financiera. De aquí que el margen considerado, aun siendo informativo del beneficio final obtenido por cada peseta vendida, presente la limitación de que no guarda una relación estrecha con las ventas, más aún cuando depende de la estructura financiera de la empresa.

Por otra parte, el cociente entre activo total y fondos propios es indicativo del endeudamiento de la empresa y sería el acercamiento más sencillo al concepto de apalancamiento financiero.

Segunda descomposición

Una segunda descomposición, multiplicando numerador y denominador de la rentabilidad financiera, además de por las ventas netas y el activo total, por un concepto de resultado más estrechamente asociado a la rentabilidad económica, como puede ser el resultado antes de intereses e impuestos.

$$RF = \frac{RAIT}{V} \times \frac{V}{ATm} \times \frac{RN}{RAIT} \times \frac{Atm}{FPm}$$

Dónde:

RAIT = Resultado antes de intereses e impuestos, o, en su caso, resultado ordinario más gastos financieros.

En esta segunda descomposición de la rentabilidad financiera el producto de margen y rotación sí es una expresión de rentabilidad económica, donde además el margen de beneficio sobre ventas queda aislado de la estructura financiera, cobrando mayor significación que en la expresión

anterior. Además el apalancamiento ya no equivale simplemente a endeudamiento, lo que llevaría a pensar en una primera aproximación que el incremento de la deuda aumenta en cualquier caso la rentabilidad financiera. A partir de esta expresión esa contribución del endeudamiento a la mejora de la rentabilidad financiera queda matizada por el costo del mismo, de tal forma que la rentabilidad financiera queda determinada como producto de los siguientes factores:

Rentabilidad económica, que a su vez queda expresada como el producto de margen y rotación.

Apalancamiento financiero, definido ahora como producto del cociente entre activo total y fondos propios y un indicador que recoge el efecto de los costos financieros derivados del endeudamiento:

Tercera descomposición

Una tercera y última descomposición, para cuando la rentabilidad económica sea antes de impuestos y la rentabilidad financiera después de éstos, podemos plantearla, multiplicando numerador y denominador de la rentabilidad financiera, además de por los mismos factores que en la segunda descomposición, por el resultado antes de impuestos, lo que nos permite aislar el efecto impositivo. A través de esta pirámide de ratios obtenemos más exhaustivamente aún la contribución de los distintos indicadores de la empresa a la formación de la rentabilidad financiera.

$$RF = \frac{RAIT}{V} \times \frac{RAT}{ATm} \times \frac{A_{tm}}{RAIT} \times \frac{RN}{RAT}$$

Done:

RAT= Resultado antes de impuestos.

Mejorar la rentabilidad de una empresa puede ser una tarea relativamente fácil si sólo se piensa en términos económicos. Basta con hacer recortes fuertes de gastos en áreas que no aporten valor agregado, reducir un poco el personal y/o cobrar más por los productos o servicios que se oferten.

Sin embargo, aunque estas medidas nos pueden ayudar a tener mayor utilidad al final del periodo, no garantizan el que nuestra empresa sobreviva a largo plazo (de hecho es todo lo contrario)

Para que una empresa mejore su rentabilidad (hablamos de todos los tipos de rentabilidad) y esta se mantenga en el largo plazo se necesitan hacer cambios radicales en la manera de trabajar del personal, empezando por el dueño, directores o gerentes. Mantener una rentabilidad constante implica el desarrollar hábitos de trabajo enfocados a la mejora continua y al desarrollo de la gente que se encuentra en la trinchera, día a día, todos los días.

PASO 1

Establece una meta y define Indicadores

“Si no sabes a dónde quieres llegar, cualquier camino es bueno. Esta frase dicha por el gato en Alicia en el País de las maravillas está excelente para ejemplificar a lo que nos referimos con establecer una meta y definir indicadores. Una de las cosas que se deben hacer de manera inmediata es definir qué es lo que queremos lograr para la empresa a corto, mediano y largo plazo.” Estas metas deben estar alineadas con la visión y la misión y deben establecerse en los términos de:

- Desarrollo del personal
- Ambiente de trabajo
- Colaboración con la comunidad

- Relación con los clientes
- Financieros

Notarás que hasta el final de la lista está el dinero; esto se debe a que en la nueva economía lo menos importante será el enfoque exclusivo en las utilidades.

Una vez determinado qué es lo que queremos lograr, debemos definir los indicadores que nos ayuden a medir el progreso de la organización en el logro de esas metas. Los indicadores deben ser claros, sencillos de entender y que semana a semana, mes a mes, se puedan medir.

PASO 2

Documenta y comunica todo lo que vaya pasando

Con este paso es fundamental que todo el mundo esté enterado del desempeño de la empresa, departamento o área donde se lleven los indicadores. Lo que se tiene que documentar (y si es de manera gráfica mucho mejor) es el desempeño de los indicadores a través del tiempo (semanal, mensual, trimestral) para posteriormente comunicar a todos los empleados cómo se ha comportado dicho desempeño.

Aquí nos vamos a encontrar con el rechazo natural que existe en nuestra cultura a ser “evidenciados” pero créannos cuando decimos que esta es la manera más sencilla de que el personal se acostumbre a ser medido.

PASO 3

Acepta sugerencias, comentarios y cuestionamientos para después optimizar procesos

En cuanto comiences a publicar los resultados de los indicadores, verás que más y más personas estarán interesadas en la mejora de los mismos, ya que se sentirán identificadas con el resultado. En este momento deberás estar totalmente abierto a las propuestas y comentarios tanto positivos como negativos que hagan del proceso de medición que estás llevando. Revisa con equipos de trabajo los indicadores y definan planes de acción para buscar mejorarlos. Vean que tan alejados están de la meta y en el caso de que se encuentren “muy bien” definan una meta más agresiva, midan y comiencen a optimizar.

PASO 4

Garantiza la continuidad de este proceso

Para garantizar la continuidad del proceso necesitas

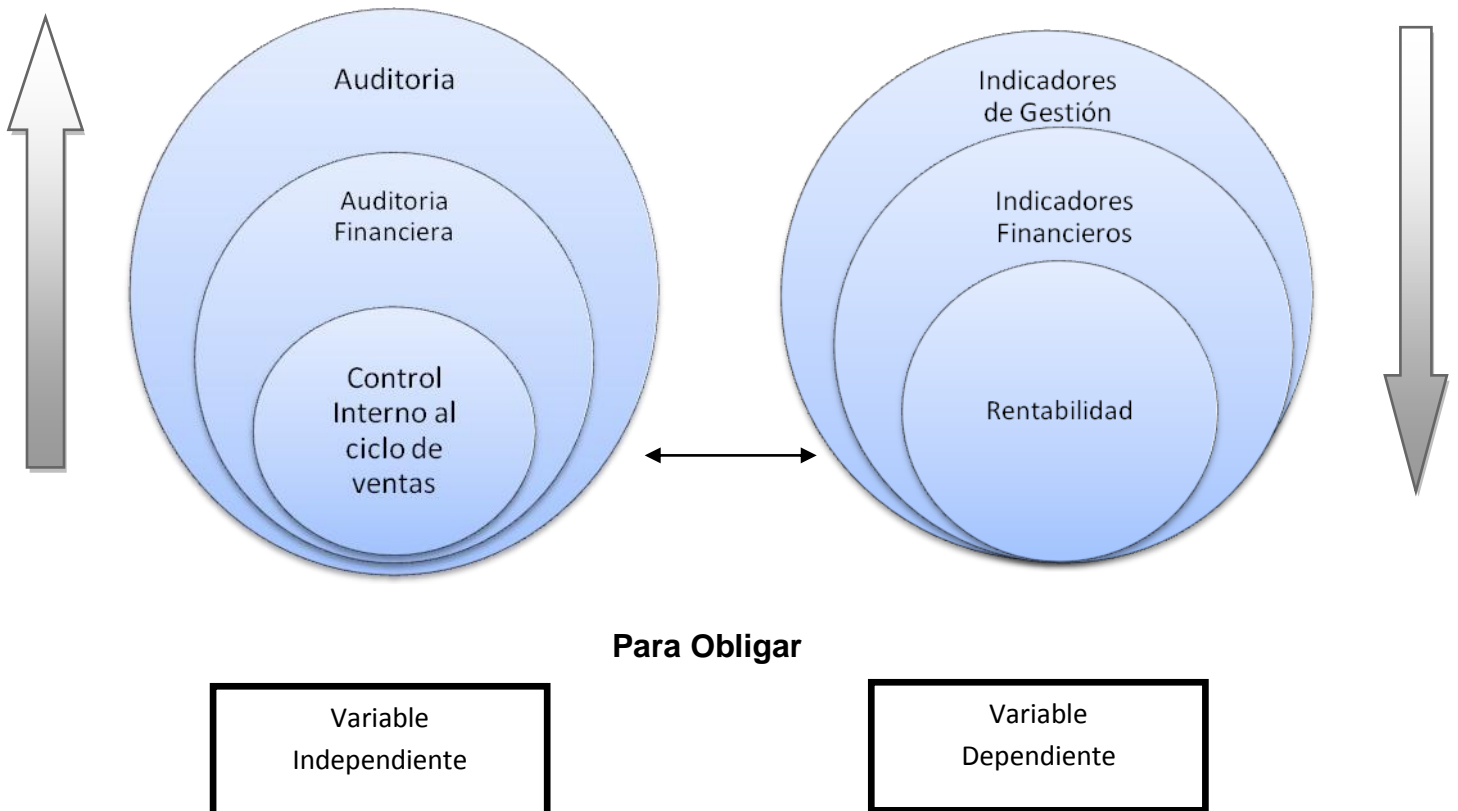
- Capacitar
- Premiar
- Reconocer
- Motivar
- Re invertir en tecnología

Muchos pensarán que esto es lo primero que se debe hacer antes de los tres pasos descritos anteriormente. Sin embargo, en las empresas normales, las cuales deben batallar cada semana para reunir la nómina de los trabajadores es muy complicado que exista el flujo adicional para poder hacer estas actividades de manera continua y formal.

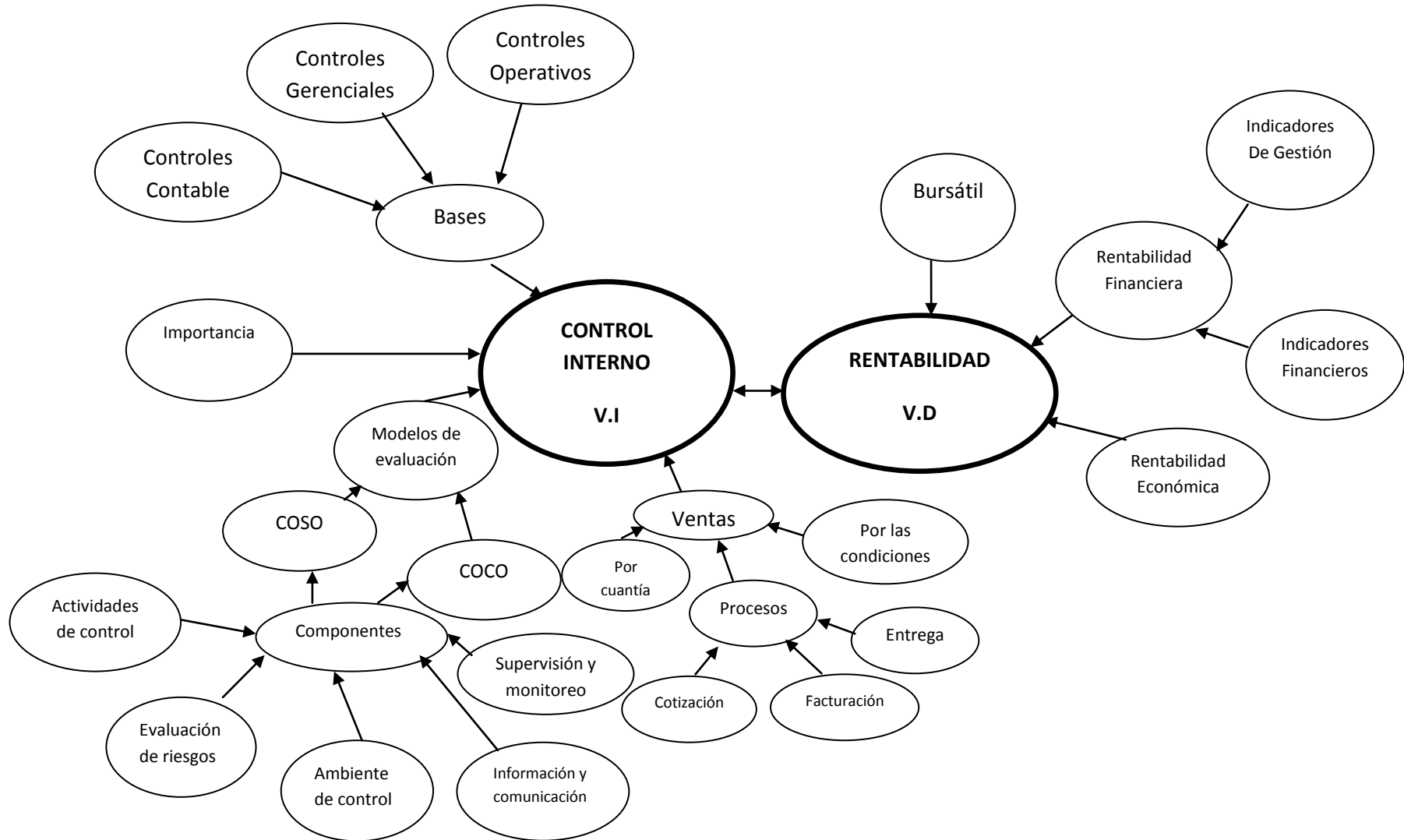
Es por ello que sugerimos primero apretar un poco las tuercas y con el flujo de efectivo resultante de las primeras mejoras se reinvierta una parte en la empresa y los trabajadores con el fin de garantizar que la espiral ascendente de resultados positivos continúe sin mayores contratiempos.

2.4.2. Gráfico de inclusión interrelacionados

2.4.2.1. Superordinación conceptual



2.4.2.2. Subordinación conceptual



2.5. HIPÓTESIS

El deficiente control interno en el ciclo de ventas conlleva a una disminución en la rentabilidad de la empresa Equiagro.

2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES DE LA HIPÓTESIS

Variable Independiente: Deficiente control interno en el ciclo de ventas

Variable Dependiente: Disminución en la rentabilidad

Unidad de Observación: Equiagro

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, para su realización, se utilizan distintas modalidades, las principales se describen a continuación.

3.1.1. Investigación de campo

Según **ARNAL J, DEL RINCON, D; LATORRE, A. (2011:Internet)**.- la investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o de que causa se produce una situación o acontecimiento particular.

Podríamos definirla diciendo que es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social (investigación pura), o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada).

Por tanto, es una situación provocada por el investigador para introducir determinadas variables de estudio manipuladas por él, para controlar el aumento o disminución de estas variables y su efecto en las conductas observadas. La utilidad de la investigación de campo se considerara en la realización de encuestas, entrevistas y observación para el proceso del proyecto.

La investigación de campo se caracteriza porque los problemas que estudia surgen de la realidad y la información requerida debe obtenerse directamente del lugar donde está planteado el problema.

En este proyecto se trabajará con la investigación de campo la cual se apoya en entrevistas, encuestas, cuestionarios y observaciones que se realizaron en la empresa Equiagro donde se producen los acontecimientos, con el objeto de obtener información necesaria de acuerdo a los objetivos planteados. La investigación se enfocará en el departamento de ventas donde se utilizará la técnica de observación para conocer cómo funciona el ciclo de ventas.

3.1.2. Investigación bibliográfica – documental

Según **SILVA, Leopoldo (2011: Internet)**.- este tipo de investigación es la que se realiza, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación encontramos la investigación bibliográfica, la hemerográfica y la archivística; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos, y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes.

Según **RIVERA, Rene Francisco (2010: Internet)**.- la investigación documental se caracteriza por:

- La utilización de documentos; recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes.

- Utiliza los procesos lógicos y mentales de toda investigación, análisis, síntesis, deducción, inducción.
- Realiza un proceso de abstracción científica, generalizando sobre la base de lo fundamental.
- Realiza una recopilación adecuada de datos que permiten redescubrir hechos, sugerir problemas, orientar hacia otras fuentes de investigación, orientar formas para elaborar instrumentos de investigación, elaborar hipótesis.
- Puede considerarse como parte fundamental de un proceso de investigación científica, mucho más amplio y acabado.

Se emplea la investigación documental porque hemos recurrido a los archivos existentes de la empresa para obtener datos especialmente en cuanto a la población. La cual nos permite seleccionar, presentar analizar e interpretar los resultados obtenidos con dicha información.

3.2. NIVELES O TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. Tipo de investigación

No experimental.- Según **GRAJALES, Tevni G. (2011: Internet)** se basa en las variables que ya han ocurrido o se dieron en la realidad. “Cuando el investigador se limita a observar los acontecimientos sin intervenir en los mismos entonces se desarrolla una investigación no experimental.”

3.2.2. Niveles de investigación

Exploratorio.- Para el presente estudio se aplicará una investigación de tipo exploratorio, donde analizaremos la situación actual de la empresa Equiagro estableciendo posibles problemas y como incide en su entorno competitivo; detectando así la necesidad de un mejor control interno en el ciclo de ventas para la obtención de una mayor rentabilidad.

Explicativo.- Este tipo de investigación tiene como finalidad explicar el comportamiento de una variable en función de otras, es decir, el porqué de las cosas, sucesos, fenómenos o situación, se plantea una relación de causa – efecto, y tiene que cumplir otros criterios de causalidad, requiere de control tanto metodológico como estadístico.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe tener en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. Según **CORNETT, J, D; BECKNER, W (2011: Internet)**

Las unidades de observación determinadas en la delimitación del problema son:

CUADRO Nº 4 UNIDADES DE OBSERVACIÓN

CLIENTES	UNIDADES DE OBSERVACIÓN
Cientes Externos	Cientes de Equiagro

Elaborado por: Daniela López

Para realizar la presente investigación la población está constituida de la siguiente manera:

- + 8 Empleados (personal involucrado en el proceso de ventas)
- + 1 Gerente Financiero
- + 1 Administradora
- + 2 Personal de Contabilidad
- + 281 Cientes

CUADRO Nº 5 POBLACIÓN

CLIENTES	NIVELES	UNIDADES DE OBSERVACIÓN	POBLACIÓN
Cientes externos	Externo	Cientes de Equiagro	281
Personal de Equiagro	Interno	Personal Involucrado en el Proceso de Ventas	12
TOTAL POBLACIÓN			293

3.3.2. Muestra

Según **LEIVA, Francisco (2006:17,18)**.- el éxito de una investigación realizada por el método de muestreo, en gran parte, de la selección acertada de la muestra.

Para ello, el investigador debe tener en cuenta estos factores que constituyen otras tantas características de una buena muestra.

- Que sea representativa, esto es, que represente en verdad a todo el universo o población, salvo el margen de error aceptable.
- Que el margen de error posible este dentro del límite aceptado por los estadísticos.

- Que su tamaño sea conveniente, de tal manera que los resultados de la investigación no sean dudosos por haber tomado una muestra demasiado pequeña.

La muestra que se calculará es muestra para población finita en proporción y se trabajará con el método por conglomerado.

Fórmula

$$n = \frac{Z^2 N pq}{(N-1) E^2 + Z^2 pq}$$

Simbología

n = Tamaño de la muestra

Z = 95% → 1,65

N= Población

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

E = Error máximo admisible (5%)

Datos

N= 293

Z= 95% → 1.65

E= 0.05

p= 0.5

q= 1-p = 0.5

$$n = \frac{(1,65)^2 (293) (0,5) (0,5)}{(293-1) (0,05)^2 + (1,65)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{(2,72) (293) (0,25)}{(292) (0,0025) + (2,72) (0,25)}$$

$$n = \frac{199,42}{1,41}$$

$$n = 141,37 \text{ clientes}$$

$$n = 141 \text{ clientes}$$

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.4.1. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

Deficiente control interno en el ciclo de ventas

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Control Interno:</p> <p>Es un proceso realizado Por el Consejo de Administración, la Dirección y el personal de una entidad, el cual se apoya en controles financieros, gerenciales y operativos.</p>	<p>Controles Financieros</p> <p>Controles Administrativos</p> <p>Controles Operativos</p>	<p>Calidad de la información financiera.</p> <p>Eficiencia de las decisiones gerenciales.</p> <p>Competitividad</p>	<p>¿En qué medida la información financiera permite mejorar el sistema de control interno?</p> <p>¿Cómo han permitido las decisiones gerenciales agregar valor a la empresa?</p> <p>¿Cuál es el comportamiento del índice de participación en el mercado?</p>	<p>Encuesta dirigida a Los clientes internos y externos de la empresa.</p>

3.4.2. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

Disminución en la rentabilidad

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Rentabilidad: Es la capacidad que tiene una inversión para generar o no un beneficio el cual se puede representar en forma porcentual y se divide en; rentabilidad económica y financiera.</p>	Rentabilidad Económica	Tendencia del ROA	¿Cuál es la evolución del ROA en los últimos 5 años?	Encuesta dirigida al personal de la empresa.
	Rentabilidad Financiera	Tendencia del ROE	¿Cuál es la evolución del ROE en los últimos 5 años?	Entrevista dirigida al gerente de la empresa. Observación, Calculo.

3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Metodológicamente para **HERRERA Luis E. y otros (2006: 174-178 y 183-185)**, la construcción de la información se opera en dos fases: plan para la recolección de información y plan para el procesamiento de información.

El plan para la recolección de la información contempla metodologías requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque escogido, considerando los siguientes elementos:

- **Definición de los sujetos: personas u objetos que van a ser investigados.** Las personas a ser investigados son los clientes de la empresa Equiagro.
- **Selección de las técnicas a emplear en el proceso de recolección de información.** Teniendo en cuenta las matrices de Operacionalización de las variables el presente estudio contara de una entrevista.

La entrevista es una técnica para obtener datos que consisten en un dialogo entre dos personas: El entrevistador “investigador” y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación, la entrevista constituye una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo serían muy difíciles de conseguir. Según **LARRAIN, Jorge (2011: Internet)**

- **Instrumentos seleccionados o diseñados de acuerdo con la técnica escogida para la investigación.** Teniendo en cuenta las

matrices de operacionalización de las variables y las técnicas a ser usados el instrumento diseñados es el cuestionario.

- **Selección de recursos de apoyo (equipo de trabajo).**
- **Explicitación de procedimientos para la recolección de información, como se va a aplicar los instrumentos, condiciones de tiempo y espacio, etc.**

CUADRO N° 6 Procedimientos de Recolección de Información.

Técnicas	Procesos
Encuesta	<p>¿Cómo? Individual</p> <p>¿Dónde? Instalaciones de la empresa Equiagro</p> <p>¿Cuándo?</p>

Elaborado por: Daniela López

3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Método Inductivo

Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis. La inducción va de lo particular a lo general, empleamos el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares obtenemos

proposiciones generales, o sea, es aquel que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular.

La inducción es un proceso mental que consiste en inferir de algunos casos particulares observados la ley general que los rige y que vale para todos los de la misma especie. Según **OCHOA, Ana Beatriz (2007: Internet)**

3.6.1. Plan de Procesamiento de Información

CUADRO Nº 7 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
2. ¿De qué persona?	Del personal de la Empresa EQUIAGRO
3. ¿Sobre qué aspecto?	Control Interno en el ciclo de ventas
4. ¿Quién?	Investigadora: Daniela Susana López López
5. ¿Cuándo?	Semestre Julio 2010 Diciembre 2010
6. ¿Dónde?	Empresa Equiagro
7. ¿Cuántas veces?	Durante el semestre
8. ¿Qué técnica de recolección?	Encuestas, observación y entrevistas
9. ¿Con qué?	Cuestionarios estructurados
10. ¿En qué situación?	En los aspectos contables y administrativos.

- **Revisión crítica de la información recogida.** Es decir limpieza de información defectuosas: contradictorias, incompletas, no pertinentes, etc.

- **Repetición de la recolección.** En ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- **Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis: manejo de información, estudio estadístico de datos para la presentación de datos.**

La función de la tabla es demostrar de forma sencilla la lectura de los resultados obtenidos.

- **Representaciones gráficas.**

El presente trabajo de investigación para las representaciones graficas utilizara el grafico circular por que muestran la contribución de cada valor al total.

3.6.2. Plan de Análisis e Interpretación de los Resultados

- **Análisis de los resultados estadísticos.** Destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- **Interpretación de los resultados.** Con el apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- **Comprobación de la hipótesis.**

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. / 4.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADO

En el presente capítulo empezaremos con la parte práctica del proyecto, es decir, a partir de la teoría expuesta en el capítulo dos y los objetivos planteados en el capítulo uno, nuestra fundamentación de los datos serán las encuestas planteadas hacia los clientes de la empresa Equiagro.

Se utilizará la hoja de cálculos Excel donde ingresaremos los datos obtenidos, la representación gráfica se realizará con el modelo llamado pastel donde se podrá observar tanto los porcentajes como las alternativas de cada una de las preguntas asignadas.

Para el sustento de los resultados se realizará la interpretación y análisis de los mismos. El propósito del análisis es resumir las observaciones llevadas a cabo de forma tal que proporcione respuestas a las interrogantes de la investigación; la interpretación es un aspecto especial del análisis su objetivo es buscar un significado más amplio a las respuestas.

ÁREA DE ANÁLISIS: **Ciclo de Ventas**

PREGUNTA N° 1

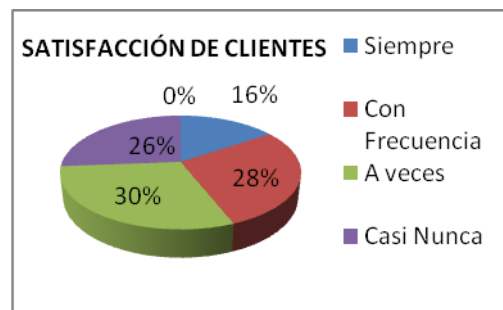
¿La empresa satisface sus requerimientos?

TABLA N° 1

X	F	F'
Siempre	22	16 %
Con Frecuencia	40	28 %
A veces	42	30 %
Casi Nunca	37	26 %
Nunca	0	0 %
TOTAL	141	100 %

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daniela

GRÁFICO N° 3



Fuente: Tabla N° 1
Elaborado por: Daniela López

Análisis

De los encuestados el 16% considera que la empresa siempre satisface sus requerimientos, un 28% son satisfechos con frecuencia, y el 30% consideran que casi nunca son satisfechos por la empresa.

Interpretación

La mayor parte de las personas encuestadas coinciden que la empresa satisface sus requerimientos a veces lo cual podemos concluir que son pocos los clientes que sienten a la empresa como parte de su trabajo diario.

PREGUNTA N° 2

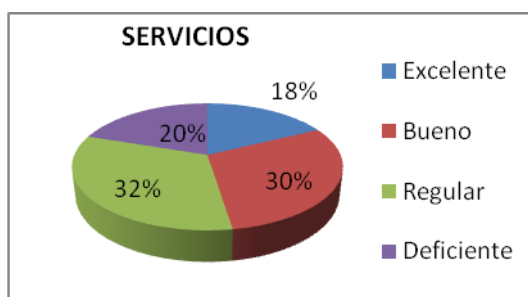
¿Cómo calificaría los servicios que presta la empresa?

TABLA N° 2

X	F	F'
Excelente	25	18 %
Bueno	42	30 %
Regular	46	32 %
Deficiente	28	20 %
TOTAL	141	100 %

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daniela López

GRÁFICO N° 4



Fuente: Tabla N° 2
Elaborado por: Daniela López

Análisis

Con los datos obtenidos el 18% consideran que el servicio brindado por la empresa es excelente, el 30% opina que ofrecemos un buen servicio, el 32% no se encuentra muy satisfecho por lo que el servicio es regular y el 20% está insatisfecho.

Interpretación

Según la representación gráfica podemos observar que la mayor parte de encuestados creen que el servicio que brinda la empresa es regular por lo que se recomienda mejorarlo para mantener y aumentar la capacidad de clientes.

PREGUNTA N° 3

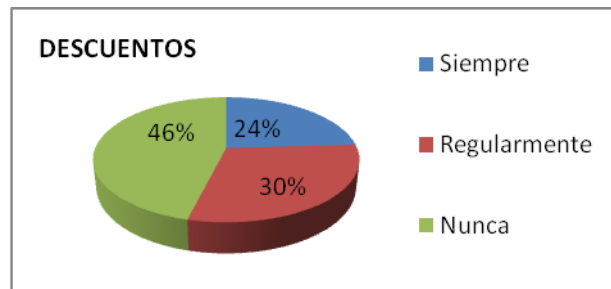
¿Al realizar compras de contado la empresa le ofrece un descuento mayor en los productos?

TABLA N° 3

X	F	F'
Siempre	34	24 %
Regularmente	42	30 %
Nunca	65	46 %
TOTAL	141	100 %

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daniela López

GRÁFICO N° 5



Fuente: Tabla N° 3
Elaborado por: Daniela López

Análisis

Del total de personas encuestadas un 24% coinciden que siempre reciben descuento por parte de la empresa, el 30% frecuentemente y un 46% nunca han recibido descuentos.

Interpretación

Podemos deducir que la mayor parte de clientes han recibido descuentos en sus compras al contado pero si existe un porcentaje representativo que nunca ha recibido lo cual indica que la empresa no tiene políticas de descuentos muy bien establecidas.

PREGUNTA N° 4

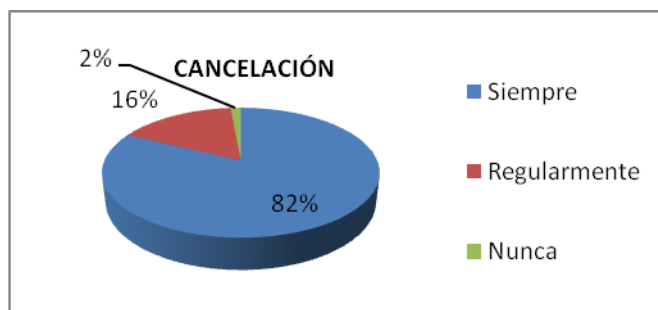
¿ Cancela las facturas dentro de los plazos establecidos por la empresa?

TABLA N° 4

X	F	F'
Siempre	116	82 %
Regularmente	23	16 %
Nunca	2	2 %
TOTAL	141	100 %

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daniela López

GRÁFICO N° 6



Fuente: Tabla N° 4
Elaborado por: Daniela López

Análisis

De los 141 encuestados 82% siempre cancelan sus facturas dentro del plazo establecido por la empresa, un 16% regularmente y un 2% nunca.

Interpretación

La empresa cuenta con buenos clientes puesto que la mayoría de ellos cancelan sus facturas en los plazos establecidos.

PREGUNTA N° 5

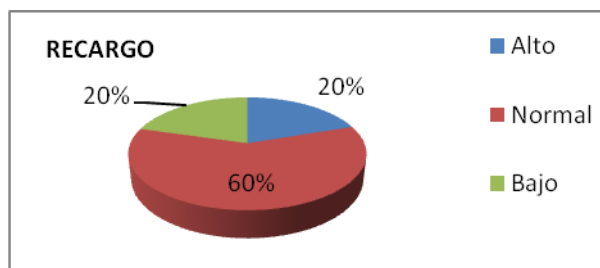
¿El recargo que se aplican en los precios por incumplimiento en los plazos de crédito es considerado?

TABLA N° 5

X	F	F'
Alto	28	20 %
Normal	84	60 %
Bajo	29	20 %
TOTAL	141	100 %

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daniela López

GRÁFICO N° 7



Fuente: Tabla N°5
Elaborado por: Daniela López

Análisis

Del total de los encuestados un 20% coinciden que los recargos por incumplimiento de los plazos de crédito son altos, un 60% normal y otro 20% bajo.

Interpretación

La mayor parte de clientes están de acuerdo con los recargos planteados por incumplimiento en los plazos de crédito por la administración de la empresa por lo que podemos confirmar que la empresa mantiene sus precios bajo los estándares del mercado.

PREGUNTA N° 6

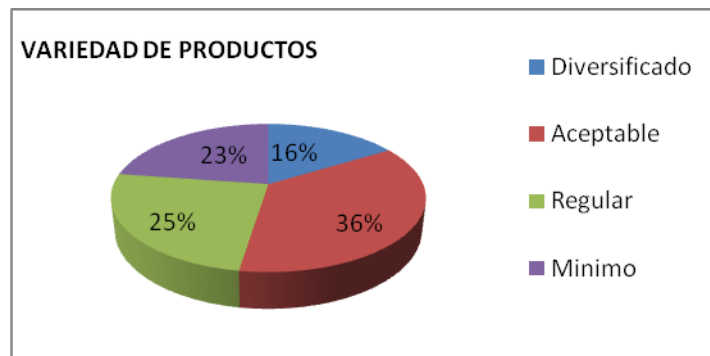
¿Cómo califica la variedad de productos con el que cuenta Equiagro?

TABLA N° 6

X	F	F'
Diversificado	23	16 %
Aceptable	51	36 %
Regular	35	25 %
Mínimo	32	23 %
TOTAL	141	100 %

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daniela López

GRÁFICO N° 8



Fuente: Tabla N° 6
Elaborado por: Daniela López

Análisis

De las personas encuestadas un 16% dicen que la variedad de productos que ofrece Equiagro es diversificada, el 36% aceptable, el 25% regular y el 23% mínimo.

Interpretación

Equiagro cuenta con gran variedad de productos para el desempeño diario de sus clientes lo cual podemos deducir que la empresa es parte fundamental para los trabajadores agroindustriales.

PREGUNTA N° 7

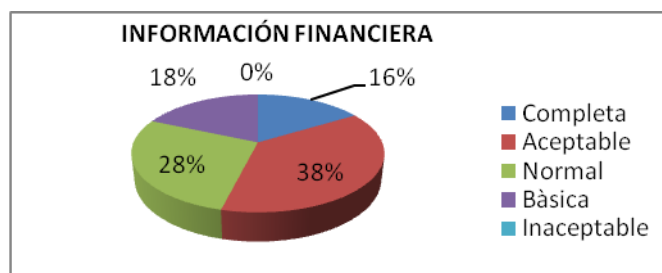
¿La información financiera suministrada por Equiagro es?

TABLA N° 7

X	F	F'
Completa	23	16 %
Aceptable	53	38 %
Normal	39	28 %
Básica	26	18 %
Inaceptable	0	0 %
TOTAL	141	100 %

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daniela López

GRÁFICO N° 9



Fuente: Tabla N° 7
Elaborado por: Daniela López

Análisis

De los encuestados el 16% creen que la información suministrada por la empresa es completa, el 38% aceptable, el 28% normal, y el 18% básica.

Interpretación

La mayor parte de clientes encuestados coinciden que la información suministrada por la empresa es aceptable con lo que podemos deducir que la empresa aplica con responsabilidad las disposiciones legales vigentes.

PREGUNTA N° 8

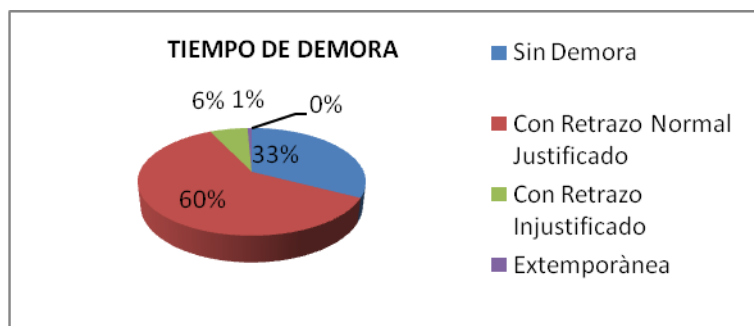
¿Con que tiempo de demora se presenta la información financiera?

TABLA N° 8

X	F	F'
Sin Demora	46	33 %
Con Retraso Normal Justificado	85	60 %
Con Retraso Injustificado	9	6 %
Extemporánea	1	1 %
Nunca	0	0 %
TOTAL	141	100 %

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daniela López

GRÁFICO N° 10



Fuente: Tabla N° 8
Elaborado por: Daniela López

Análisis

De los 141 investigados el 33% señalan que la información financiera de la empresa es presentada sin demora, el 60% con retraso normal, el 6% con retraso injustificado y el 1% extemporánea.

Interpretación

La empresa cuenta con personal contable responsable que emite y presenta sus informes a tiempo por lo que la misma se sujeta a las fechas establecidas por las Instituciones de control.

PREGUNTA N° 9

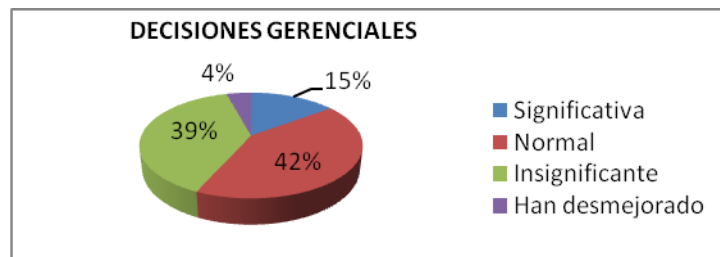
¿De qué manera las decisiones gerenciales han permitido mejorar los niveles de satisfacción del cliente?

TABLA N° 9

X	F	F'
Significativa	21	15 %
Normal	59	42 %
Insignificante	55	39 %
Han desmejorado	6	4 %
TOTAL	141	100 %

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daniela López

GRÁFICO N° 11



Fuente: Tabla N° 9
Elaborado por: Daniela López

Análisis

Del total de personas encuestadas el 15% señalan que las decisiones gerenciales han mejorado la satisfacción del cliente en forma significativa, el 42% en forma normal, el 39% en forma insignificante y el 4% señala que han desmejorado.

Interpretación

La mayor parte de clientes encuestados coinciden que las decisiones gerenciales han mejorado para la satisfacción de cada uno de ellos pero también existen algunos clientes que no se sienten satisfechos con lo que podemos concluir que la empresa debe mejorar sus actividades tanto del personal empresarial como en el mercado abierto.

PREGUNTA N° 10

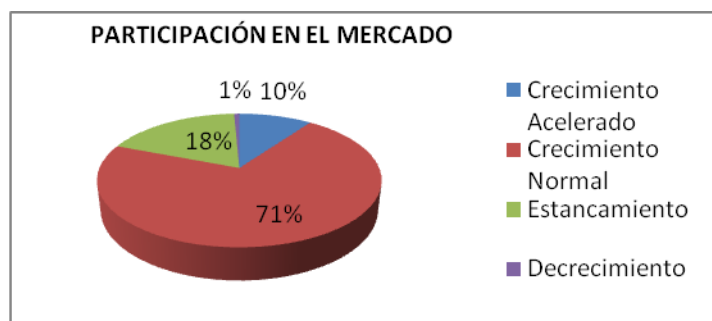
¿Cuál ha sido la evolución de la participación en el mercado?

TABLA N° 10

X	F	F
Crecimiento Acelerado	14	10 %
Crecimiento Normal	100	71 %
Estancamiento	26	18 %
Decrecimiento	1	1 %
TOTAL	141	100 %

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daniela López

GRÁFICO N° 12



Fuente: Tabla N° 10
Elaborado por: Daniela López

Análisis

Del 100% de encuestados el 10% señalan que la evolución de la participación en el mercado ha sido crecimiento acelerada, el 71% crecimiento normal, un 18% en estancamiento y un 1% en decrecimiento.

Interpretación

La mayoría de los encuestados creen que la empresa se encuentra en crecimiento normal en la participación en el mercado, pero existen algunos clientes que expresan que la empresa se ha quedado estancada en el mercado competitivo por lo que la administración debería tomar decisiones agresivas para un mejor posicionamiento.

PREGUNTA N° 11

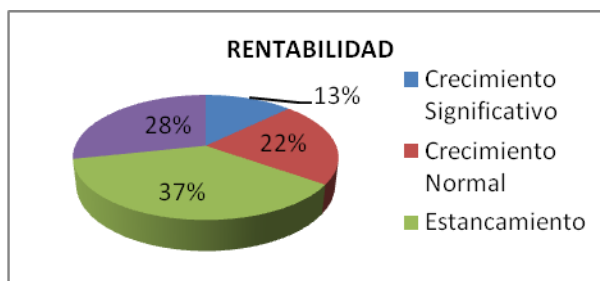
¿Cuál ha sido el comportamiento de la rentabilidad sobre el activo los últimos cinco años?

TABLA N° 11

X	F	F
Crecimiento Significativo	18	13 %
Crecimiento Normal	31	22 %
Estancamiento	52	37%
Decrecimiento	40	28 %
TOTAL	141	100 %

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daniela López

GRÁFICO N° 13



Fuente: Tabla N° 11
Elaborado por: Daniela López

Análisis

De los encuestados el 13 % perciben que el comportamiento de la rentabilidad sobre los activos en los últimos 5 años ha tenido un crecimiento significativo, el 22% un crecimiento normal, el 37% un estancamiento y el 28% un decrecimiento.

Interpretación

La mayor parte de clientes encuestados coinciden que la empresa se encuentra con un comportamiento estancado en la rentabilidad con lo que podemos concluir que la empresa no se encuentra en un punto de equilibrio económico.

PREGUNTA N° 12

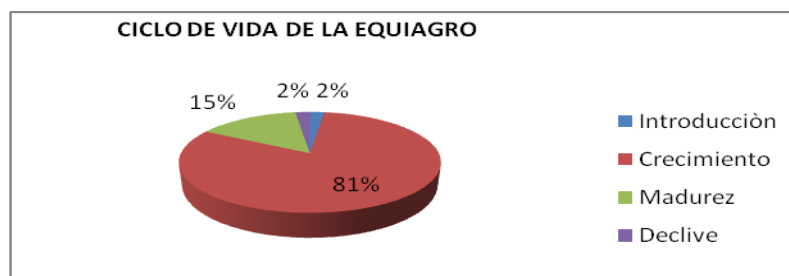
¿En qué etapa del ciclo de vida se encuentra la empresa?

TABLA N° 12

X	F	F
Introducción	3	2 %
Crecimiento	114	81 %
Madurez	21	15 %
Declive	3	2 %
TOTAL	141	100 %

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daniela López

GRÁFICO N° 14



Fuente: Tabla N° 12
Elaborado por: Daniela López

Análisis

De los encuestados el 2% señala que la empresa se encuentra en etapa de introducción, el 81% en etapa de crecimiento, el 15% en etapa de madurez y un 2% en etapa de declive.

Interpretación

De las personas encuestadas la mayoría cree que la empresa se encuentra en la etapa de crecimiento lo cual la empresa debe tomar decisiones creativas para involucrarse más al mercado competitivo y superar a la competencia.

PREGUNTA N° 13

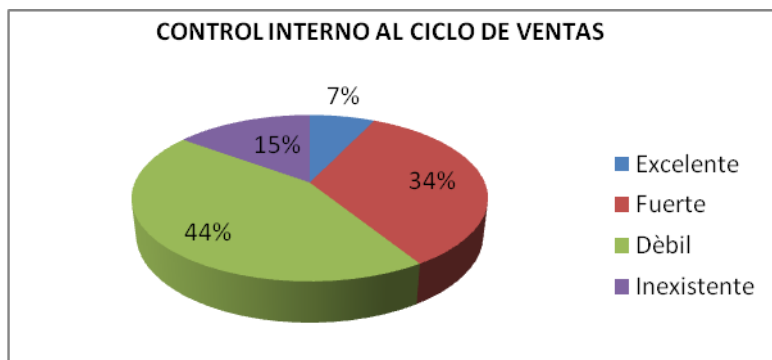
¿Cómo calificaría el sistema de control interno del ciclo de ventas utilizado por la empresa?

TABLA N° 13

X	F	F
Excelente	10	7 %
Fuerte	48	34 %
Débil	62	44 %
Inexistente	21	15 %
TOTAL	141	100 %

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daniela López

GRÁFICO N° 15



Fuente: Tabla N° 13
Elaborado por: Daniela López

Análisis

De los datos obtenidos el 7% considera que el control interno en el ciclo de ventas es excelente, un 34% fuerte, el 44% débil y un 15% considera que no existe control interno.

Interpretación

La mayoría de los clientes de Equiagro coinciden que el control interno en el ciclo de ventas es débil lo cual la empresa debe fijarse políticas y segregación de funciones para cada uno de los empleados de la misma.

4.3. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para la verificación de la hipótesis con muestras pequeñas utilizaremos el estimador estadístico del Chi-cuadrado el mismo que es un modelo estadístico para variables no paramétricas correlación de variables, se maneja como un estadígrafo de distribución libre que permite establecer la correspondencia de frecuencias observadas y esperadas, permitiendo la comparación global del grupo de frecuencias a partir de la hipótesis que se quiere verificar.

4.3.1 Planteamiento de la hipótesis

Para el cálculo de la verificación de hipótesis, se toma en cuenta las dos variables ya planteada.

HIPÓTESIS

El deficiente control interno en el ciclo de ventas conlleva a una disminución en la rentabilidad de la empresa Equiagro.

a) Modelo lógico

Ho= El deficiente control interno en el ciclo de ventas no conlleva a una disminución en la rentabilidad de la empresa Equiagro.

Ha= El deficiente control interno en el ciclo de ventas conlleva a una disminución en la rentabilidad de la empresa Equiagro.

b) Modelo matemático

$$H_0 = H_i \rightarrow H_0: O = E \rightarrow O - E = 0$$

$$H_0 \neq H_i \rightarrow H_i: O \neq E \rightarrow O - E \neq 0$$

4.3.2. Nivel de significación y grado de libertad

$$\alpha = 0.05$$

$$gl = (f-1)(c-1)$$

$$gl = (4-1)(4-1)$$

$$gl = (3)(3)$$

$$gl = 9 \Rightarrow X^2_{\alpha} = 16,9$$

Simbología

α = margen de error

gl = grados de libertad

nf = número de fila

nc = número de columna

X^2_{α} = Chi cuadrado tabulado a un nivel de significancia

4.3.3. Estadístico de prueba

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O - E)^2}{E}$$

Simbología

χ^2 = ji cuadrado

O= frecuencia observada en una categoría específica

E= frecuencia esperada en una categoría determinada

K= numero de categorías o clases

$$fe = \frac{(Tc) (Tf)}{TM}$$

Simbología:

Fe = Frecuencia esperada

TC = Total de columnas

TF = Total de filas

TM = Total de muestra

4.3.3.1. Tabla de frecuencias

Tendencia de la rentabilidad

¿Cuál ha sido el comportamiento de la rentabilidad sobre el activo los últimos cinco años?

Calificación de control interno

¿Cómo calificaría el sistema de control interno del ciclo de ventas utilizado por la empresa?

4.3.3.2. Frecuencias esperadas y observadas

**TABLA N° 14
TABLA DE FRECUENCIAS OBSERVADAS**

CONTROL INTERNO \ RENTABILIDAD	Excelente	Fuerte	Débil	Inexistente	TOTAL
Crecimiento Significativo	7	8	3	0	18
Crecimiento Normal	2	9	16	4	31
Estancamiento	1	26	15	10	52
Decrecimiento	0	5	28	7	40
TOTAL	10	48	62	21	141

**TABLA N° 15
TABLA DE FRECUENCIAS ESPERADAS**

CONTROL INTERNO \ RENTABILIDAD	Excelente	Fuerte	Débil	Inexistente	TOTAL
Crecimiento Significativo	1,277	6,128	7,915	2,681	18
Crecimiento Normal	2,199	10,553	13,631	4,617	31
Estancamiento	3,688	17,702	22,865	7,745	52
Decrecimiento	2,837	13,617	17,589	5,957	40
TOTAL	10	48	62	21	141

4.3.3.3. Cálculo del Chi-Cuadrado

TABLA Nº 16

TABLA DE CONTINGENCIA

O	E	(O - E)	(O - E) ²	$\Sigma(O - E)^2 / E$
7	1,28	5,72	32,75	25,65
8	6,13	1,87	3,50	0,57
3	7,92	-4,92	24,21	3,06
0	2,68	-2,68	7,18	2,68
2	2,20	-0,20	0,04	0,02
9	10,55	-1,55	2,40	0,23
16	13,63	2,37	5,62	0,41
4	4,62	-0,62	0,38	0,08
1	3,69	-2,69	7,24	1,96
26	17,70	8,30	68,89	3,89
15	22,87	-7,87	61,94	2,71
10	7,77	2,23	4,97	0,64
0	2,84	-2,84	8,07	2,84
5	13,62	-8,62	74,30	5,46
28	17,59	10,41	108,37	6,16
7	5,96	1,04	1,08	0,18
141	141,00		410,94	56,54

Verificación de la hipótesis

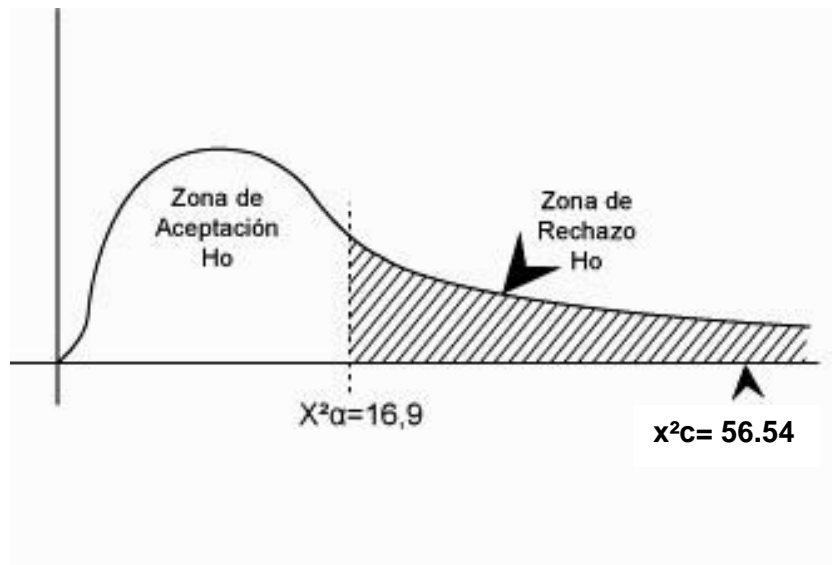


Tabla de verificación de la hipótesis

TABLA N° 17

G.L.	NIVELES						
	0.0005	0.01	0.025	0.05	0.10	0.50	1
9	23.6	21.7	19.02	16.90	14.7	11.4	8.34

4.3.4. Regla de Decisión

Condición:

Si $x^2_c \geq x^2_{\alpha}$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

$$56,53 \geq 16,90 \quad \Rightarrow \quad \text{Cumple con la condición}$$

4.3.5. Conclusión

El valor de $X^2_c = 56,53 \geq x^2_{\alpha} = 16,90$ de esta manera se acepta la hipótesis alterna, es decir, se confirma que implementación de un sistema control interno permitirá mejorar el servicio hacia los clientes tanto externos y la situación económica de la empresa EQUIAGRO de la ciudad de Ambato.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.CONCLUSIONES

- ✚ La rentabilidad de la empresa ha disminuido por varias causas internas y externas, sin embargo las causas principales están asociadas a las deficiencias del control interno.
- ✚ Las deficiencias del control interno impactan directamente en la disminución de la eficiencia y la eficacia del ciclo de ventas.
- ✚ Existen inventarios de difícil salida que fueron adquiridos sin un estudio previo.
- ✚ Existen varios clientes insatisfechos del servicio que presta la empresa por un control interno deficiente.
- ✚ La empresa genera rentabilidad baja y sin posibilidades a corto y mediano plazo de concebir ventajas competitivas.
- ✚ La empresa no tiene definidas políticas por escrito, los principios de control interno como la segregación de funciones no se aplican, pues existen funcionarios responsables de transacciones completas.

5.2.RECOMENDACIONES

- ✚ La administración de la empresa debería implementar estrategias que mejore la rentabilidad ya que de ello depende el progreso de la misma.
- ✚ Se debe diseñar un sistema de control interno del ciclo de ventas que permita monitorear con indicadores de gestión el cumplimiento de los objetivos programados.
- ✚ Se recomienda que se realice estudios previos a la adquisición tanto de maquinarias como de repuestos para que no exista un estancamiento de los mismos, por ende no disminuya la rentabilidad.
- ✚ La empresa debería dar capacitación con más frecuencia a los empleados para poder satisfacer a los clientes.
- ✚ El personal de administración debería realizar un estudio de mercado en forma minuciosa para abarcar la mayor parte del mercado y posesionarnos como líderes.
- ✚ Se recomienda realizar un manual de funciones para cada uno de los empleados y plantear políticas muy bien establecidas para brindar un servicio excelente a los clientes.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1. DATOS INFORMATIVOS

Título: Diseño de un sistema control interno para el ciclo de ventas con la finalidad de mejorar la rentabilidad de la empresa.

Institución ejecutora: EQUIAGRO

Beneficiarios: Clientes internos y externos

Ubicación: Provincia de Tungurahua

Ciudad: Ambato

Dirección: Av. Bolivariana 603 y Baltra.

Teléfono: 032847979

Tiempo estimado para la ejecución:

La fecha de inicio será en el mes de enero de 2011 y la fecha de finalización será en el mes de julio del mismo año.

Equipo técnico responsable:

Ing. Elina Castro	Gerente	C.I 1801395508
Ing. Liliam Palacios	Administradora	C.I 1801398734
Dr. Guido Soria	Contador	C.I 1802751634
Dr. Germán Salazar	Tutor	C.I 0601802622
Daniela López	Investigadora	C.I 1804074894

COSTO ESTIMADO:

El costo estimado para realizar la propuesta es de \$ 900.00

6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

En cualquier negocio se debe analizar el comportamiento del entorno interno y externo para alcanzar un mejor desempeño de los indicadores clave, entre ellos la evolución de las ventas y la consecución de objetivos, de tal manera que utilizando las fortalezas, fijándonos en nuestras oportunidades y obteniendo información de la competencia aplicaremos estrategias a seguir, los cuales deben ayudar a mantenerse en el mercado a la empresa, mediante la innovación en el servicio y el estímulo a los clientes a la compra constante de nuestros productos, para ello se debe implementar un buen sistema de control interno.

Actualmente la empresa no cuenta con un adecuado sistema de control interno enfocado al ciclo de ventas, sin embargo, la perspectiva es lograr un diseño del mismo, como sistema de gestión y costos para la toma de decisiones favorables.

En el ciclo de ventas involucra las decisiones y procesos para transferir la propiedad de bienes y servicios a los clientes luego de que se ponen a disposición para su venta; se inicia con una petición por parte del cliente y termina con la conversión del producto o servicio de una cuenta por cobrar y por último en efectivo.

Para disminuir el ciclo de operación es necesario fortalecer el sistema de control interno de ventas con ello se puede conseguir disminuir los tiempos de respuesta en los subprocesos de cotización, facturación y entrega,

además que permitirá mantener una buena relación con el cliente, lo cual incide en el periodo de recuperación de cartera.

6.3. JUSTIFICACIÓN

Las metas de la administración en el área ventas se logra a través del personal que apoya con las estrategias de la empresa, suficientemente flexibles para poder cambiar de comportamiento las veces que sean necesarias hasta lograr un nivel adecuado de cumplimiento en función de conseguir lo que se quiere ofrecer.

El personal administrativo constituye un enfoque donde depende que se genere básicamente la venta, más aun sobre la responsabilidad para brindar un excelente servicio a nuestros clientes.

El área de ventas de Equiagro representa la manera de continuidad, trabajo y existencia de la misma. Revelar las debilidades conseguirá buscar alternativas para eliminarlas y alcanzar el logro de los objetivos empresariales.

Ventas cumple la gestión de administrar la forma de incrementar los flujos operativos de entrada a caja y planificar la salida de mercadería, así desarrolla el rol del buen servicio de tal manera que se pueda lograr la satisfacción de cada uno de los clientes de la empresa con el propósito de contribuir con la fuerza de ventas que permite mantener, implementar y hacer seguimiento de los mismos.

Al aplicar un buen sistema de control interno al ciclo de ventas mejorará el manejo tanto de repuestos como de maquinaria y mejoraremos el servicio a nuestros clientes con el apoyo y capacitación de los empleados de la

empresa, como también nos ayudará a incrementar la rentabilidad de la misma.

6.4. OBJETIVOS

6.4.1. General

Diseñar un sistema de control interno para el ciclo de ventas con la finalidad de mejorar la rentabilidad de la empresa.

6.4.2. Específicos

- ✚ Fijar estándares y objetivos para establecer parámetros de evaluación.
- ✚ Realizar un análisis FODA que permita identificar los factores internos y externos que inciden en la tendencia de las ventas de la empresa.
- ✚ Establecer indicadores para la medición y el monitoreo
- ✚ Evaluar los resultados del control interno para adoptar medidas correctivas en caso necesario.

6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Socio-Cultural

En nuestra sociedad existen empresas tanto comerciales como de servicios que no poseen un conocimiento del control interno lo cual da paso a un desequilibrio empresarial por lo que con la implementación de un buen

sistema de control interno, capacitación a los empleados y segregación de funciones y responsabilidades mejoraremos la situación de la misma.

Tecnología

La empresa cuenta con el sistema denominado COFAIN donde se ingresa cada uno de los productos a ofrecer, el mismo registra inventarios, facturación, reportes de compras, ventas y los movimientos contables que posee cada cliente, este sistema tecnológico es muy avanzado por lo que la administración en conjunto con los empleados podrá mejorar el desempeño de la misma y brindar un mejor servicio a los clientes.

Organizacional

Equiagro con la colaboración de cada uno de sus empleados quiere fomentar la unión de los mismos y ejecutar cualquier cambio que sea significativo para un mejor desempeño en el mercado competitivo. La gerencia, administración y el personal que conforma Equiagro nos brindará el apoyo necesario para realizar cualquier cambio que sea conveniente para el mejoramiento de la empresa.

Económico

La propuesta que se realiza es viable ya que la inversión que significa la implementación de un sistema de control interno en el ciclo de ventas será de gran utilidad tanto para la empresa como para la satisfacción de nuestros clientes en el mercado competitivo.

Legal

Es factible la propuesta ya que las leyes que amparan a la comercialización de maquinaria agroindustrial, han impulsado favorablemente el crecimiento de las empresas del sector, para cumplir de mejor manera las leyes se debe implementar fuertes mecanismos de control, esta propuesta está encaminada a mejorar el índice de cumplimiento de la normativa legal y reglamentaria.

6.6. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

Según **ARENS RADAL Alvin A (2007: 270-285)**.- Un sistema de control interno consiste en políticas y procedimientos diseñados para proporcionar una seguridad razonable a la administración de que la empresa va a cumplir con sus objetivos y metas planteadas, a estas políticas y procedimientos a menudo se les denomina controles, y en conjunto estos comprenden el control interno de la empresa.

La mayoría de empresas cuentan con tres objetivos para diseñar un sistema de control interno efectivo, estos son:

1. *Confiabledad de los informes financieros*.- La administración es responsable de preparar los estados financieros para los inversionistas, acreedores y otros usuarios, también tiene la responsabilidad legal y profesional de asegurarse de que la información se presente de manera imparcial de acuerdo con los requisitos de información, como los principios de contabilidad generalmente aceptados. El objetivo del control interno efectivo sobre los informes es cumplir con las responsabilidades de los informes financieros.

2. *Eficiencia y eficacia de las operaciones.*- Los controles dentro de una empresa tienen como objetivo invitar al uso eficaz y eficiente de sus recursos con el fin de optimizar las metas de la misma; un objetivo importante de estos controles es la información financiera y no financiera precisa de las operaciones de la empresa para la toma de decisiones.

3. *Cumplimiento con las leyes y reglamentos.*- Algunas empresas tienen relación indirecta con la contabilidad, como las leyes de protección ambiental y derechos civiles; otras tienen relación con la contabilidad como las reglamentaciones de impuestos sobre la renta y el fraude.

Las responsabilidades relacionadas con los controles internos de la administración y el auditor son diferentes; la administración es responsable de establecer y conservar los controles internos de la entidad, como también informe públicamente de la eficacia de las operaciones de estos controles, en cambio el auditor es responsable de entender y comprobar el control interno sobre los informes financieros como también prepara un informe de auditoría referente a la evaluación de los controles internos de la administración incluyendo la opinión del auditor acerca de la eficacia operativa de los mismos.

Seguridad Razonable: Cualquier empresa debe desarrollar controles internos que proporcione seguridad razonable, pero no absoluta, de que los estados financieros se presentan de manera imparcial, la seguridad razonable solo da margen para una probabilidad remota de que los errores materiales no se evitarán o detectarán oportunamente por medio del control interno.

Limitaciones inherentes: Los controles internos nunca se deben considerar totalmente eficaces, a pesar del cuidado que se tenga en un diseño e instrumentación, aun cuando el personal de sistemas diseñe un sistema ideal, su eficacia dependerá de la competencia y confiabilidad de las personas que lo utilicen.

La evaluación que hace la administración del control interno sobre los informes financieros está compuesta por dos componentes claves: primero, la administración debe evaluar el diseño del control interno sobre el informe financiero y el segundo, la administración debe comprobar la eficacia de la operación de esos controles.

Diseño del control interno: Cuando se evalúa el diseño del control interno sobre los informes financieros, la administración evalúa si el control interno está diseñado para impedir o detectar errores de importancia en los estados financieros, la administración se enfoca en los controles sobre todas las afirmaciones relevantes relacionadas con todas las cuentas y manifestaciones importantes en los estados financieros.

Como parte de la evaluación la administración evalúa la información referente a como se inician, autorizan, registran, procesan y reportan las operaciones importantes para identificar los puntos en el flujo de operaciones donde podrían ocurrir errores de importancia debido a equivocaciones o fraudes. La administración debe determinar si los controles existentes serán efectivos, operaran como se diseñaron y si todos los controles necesarios están en orden.

Eficacia operativa de los controles: El objetivo de las pruebas es determinar si el control está operando según se diseñó y si la persona que realiza el proceso de control posee la autoridad y capacidad necesaria para

realizar el control de manera efectiva. Los resultados de la prueba de la administración se deben documentar, formar la base para la afirmación de la administración al final del año fiscal referente a la eficacia operativa de los controles.

La administración debe manifestar cualquier punto débil importante en el control interno, incluso si solo existe una debilidad de importancia, la administración no podrá llegar a la conclusión de que el control interno de la empresa sobre los informes financieros es efectivo.

Las pruebas realizadas por parte de la administración a la eficacia operativa incluyen una mezcla de interrogantes al personal de la empresa, revisión de documentación relevante, observación de las operaciones y re desempeño de la aplicación de los controles. La administración lleva a cabo las pruebas de control en un periodo de tiempo para determinar si los controles están operando con efectividad.

Las pruebas de periodos anteriores también permiten a la administración tomar acciones correctivas, si es necesario, antes de que los auditores realicen pruebas de los controles.

En la segunda norma del trabajo de campo de las normas de auditoría generalmente aceptadas indica que “se debe obtener un buen conocimiento del control interno para planear la auditoría y determinar la naturaleza, duración y grado de las pruebas que se van a realizar”. Los auditores se preocupan principalmente de los controles relacionados con la confiabilidad de los informes financieros y los controles sobre los diferentes tipos de transacciones.

Controles relacionados con la confiabilidad de los estados financieros:

Estos controles afectan directamente a los estados financieros y a las afirmaciones relativas como también a la capacidad del auditor para determinar que los estados financieros se presentaron de manera imparcial, si estos controles son inadecuados, es poco probable que los estados financieros reflejen de forma imparcial los principios contables generalmente aceptados.

Los auditores tienen una gran responsabilidad en cuanto al descubrimiento de informes financieros fraudulentos, la malversación de activos (fraude) y actos ilegales de efecto directo, también están interesados en el control interno del cliente para la protección de los activos y cumplimiento de las leyes y reglamentos siempre y cuando estos tengan un impacto en la imparcialidad de los estados financieros.

“Si se diseña y aplica de manera adecuada, los controles internos son efectivos en la prevención y detección del fraude.”

Controles sobre clases de operaciones: El auditor pone más interés en el control interno de las diferentes transacciones y no en los balances contables, por lo que la exactitud de los resultados de los balances contables dependen más de la exactitud de las entradas y procesamientos (transacciones).

Objetivos de la auditoría con las transacciones de ventas

- ✓ Las ventas registradas son para envíos que se hicieron a clientes existentes.
- ✓ Se registran las transacciones de ventas existentes.

- ✓ Las ventas registradas son por la cantidad de productos enviados y se facturan y registran de forma adecuada.
- ✓ Las transacciones de ventas se clasifican adecuadamente.
- ✓ Las ventas se registran en las fechas correctas.
- ✓ Las transacciones de ventas se incluyen adecuadamente en los archivos maestros y se resumen de forma adecuada.

“Debido a las limitaciones inherentes de los controles internos y a que los auditores no pueden obtener seguridad razonable de su eficacia, el nivel del riesgo de control es casi siempre mayor que cero, por lo tanto, incluso con los controles internos diseñados de manera más efectiva el auditor debe obtener la evidencia de auditoría más allá de las pruebas de control para cada cuenta de los estados financieros”

Componentes del COSO del control interno

- ✚ **Ambiente de control.**- La esencia de una empresa controlada de forma eficaz está en la actitud de su administración. Si los altos niveles de la administración consideran que el control es importante, otras personas en la empresa lo percibirán y responderán a ello observando conscientemente los controles que se establecieron.

Este componente consiste en acciones, políticas y procedimientos que reflejan las actitudes generales de los altos niveles de la administración, directores y propietarios de una empresa en cuanto al control interno y su importancia en la misma.

Integridad y valores éticos.- Son el producto de las normas éticas y de conducta de la empresa, incluyen las acciones de la administración para eliminar o reducir iniciativas o tentaciones que podrían invitar al personal a

participar en actos deshonestos, ilegales o poco éticos. También comprende la comunicación de valores de la entidad y normas de conducta al personal a través de declaraciones de políticas, códigos de conducta y por medio del ejemplo.

Compromiso con la competencia.- La competencia es el conocimiento y las habilidades necesarias para cumplir con las tareas que definen el trabajo de un individuo. El compromiso con la competencia comprende la consideración de los niveles de competencia para trabajos específicos y la forma en que estos niveles se traducen en habilidades y conocimientos necesarios.

Participación del consejo directivo o el comité de auditoría.- Aunque el consejo delega la responsabilidad del control interno a la administración, su responsabilidad es proporcionar habitualmente evaluaciones independientes del control interno establecido por la administración. Para apoyar al consejo en su vigilancia, éste crea un comité de auditoría a cargo de vigilar la responsabilidad el proceso de los informes financieros, también es responsable de mantener una comunicación constante con los auditores externos e internos, incluyendo la aprobación de los servicios de auditoría y no auditoría.

Estructura organizativa.- Define las líneas de responsabilidad y autoridad existente, al entender esta estructura organizativa del cliente, el auditor aprende los elementos administrativos y funcionales de la empresa y percibe como se implementan los controles.

Políticas y prácticas de recursos humanos.- El aspecto más importante del control interno es el personal. Si los empleados de la empresa son competentes y dignos de confianza, es posible carecer de algunos controles y de cualquier manera se tendrán estados financieros confiables. Las personas incompetentes y deshonestas pueden arruinar el sistema, incluso si hay otros controles en orden.

Las personas honestas y eficientes son capaces de desempeñarse a niveles altos incluso cuando hay pocos controles que los apoyen, sin embargo, incluso personas competentes y dignas de confianza pueden tener ciertas fallas innatas.

✚ **Evaluación del riesgo:** Para los dictámenes financieros es la identificación y análisis de los riesgos relevantes de la administración para la preparación de los estados financieros de conformidad con los principios contables generalmente aceptados.

Toda empresa sin importar su tamaño, estructura, naturaleza o industria desafía una diversidad de riesgos resultantes de fuentes externas e internas que se deben administrar. Debido a que las condiciones económicas de la empresa, reglamentarias y de operación cambia a un ritmo constante, la administración tiene como reto desarrollar mecanismos para identificar y tratar los riesgos asociados con el cambio.

La identificación y análisis del riesgo es un proceso y un componente crítico del control efectivo interno. La administración se debe enfocar en los riesgos en todos los niveles de la empresa e implementar las medidas necesarias para mejorarlos. La administración debe identificar los factores que pueden incrementar el riesgo, una vez identificado el riesgo evalúa la posibilidad de que el riesgo ocurra y desarrolla las acciones específicas necesarias para reducir a un nivel aceptable.

La administración debe evaluar qué tanto riesgo es aceptable e intentar mantener el riesgo dentro de ese nivel, esto evalúa como parte del diseño y operación de los controles internos para reducir los errores y fraudes, los auditores evalúan los riesgos para determinar cuál es la evidencia necesaria para la auditoría.

El auditor obtiene un conocimiento acerca del proceso de la evaluación del riesgo de la administración al determinar cómo identifica la administración los riesgos relevantes para los informes financieros y cómo evalúa su importancia y probabilidad de ocurrencia y ésta decide las acciones necesarias para tratar los riesgos.

Afirmaciones de la administración que deben ser satisfechas: existencia u ocurrencia, integridad, valuación o asignación, derechos y obligaciones, presentación y manifestación.

✚ **Actividades de control.-** Son políticas y procedimientos que ayudan a asegurar que se implementen las acciones necesarias para abordar los riesgos que entraña el cumplimiento de los objetivos de la empresa. El desarrollo de las actividades de control relacionadas con este tipo de políticas y procedimientos pertenecen se incluyen en los siguientes tipos de actividades:

1. Separación adecuada de las responsabilidades.
2. Autorización adecuada de las operaciones y actividades.
3. Documentos y registros adecuados.
4. Control físico sobre activos y registros.
5. Verificaciones independientes referentes al desempeño.

Los auditores obtienen un conocimiento del ambiente de control y evaluación de riesgos de manera similar para las auditorías, pero la obtención del conocimiento de las actividades de control varían de forma considerable, para clientes más pequeños es común identificar pocas o quizá ninguna actividad de control, ya que a menudo los controles no son efectivos debido al límite de personas.

- ✚ **Información y comunicación.-** Su propósito es iniciar, registrar, procesar e informar de las operaciones de la entidad y mantener la responsabilidad por los activos relacionados. Una información contable y sistema de comunicación tiene varios subcomponentes que por lo general están compuestos por diferentes tipos de transacciones como ventas, devolución en ventas, entradas de efectivo, adquisiciones.

Para entender el diseño del sistema de información contable, el auditor determina: las clases más importantes de operaciones de la empresa, cómo inician y se registran esas operaciones, qué registros contables existen y su naturaleza, cómo captura el sistema otros eventos que son importantes para los estados financieros, como disminuciones en los valores de activos, y la naturaleza y detalles del proceso de informes financieros que se siguen incluyendo los procedimientos para asentar transacciones y ajustes en el libro mayor general.

- ✚ **Monitoreo.-** Es la evaluación continua o periódica de la calidad del desempeño del control interno por parte de la administración con el fin de determinar qué controles están operando de acuerdo con lo planeado y que se modifiquen según los cambios en las condiciones.

La información que se está evaluando procede de varias fuentes, incluyendo los estudios existentes de controles internos, informes internos del auditor, informes de excepciones sobre actividades de control, informes por parte de reguladores como pueden ser dependencias reguladoras bancarias, informes del personal operativo y quejas de los clientes por cargo de facturación.

El auditor necesita saber los principales tipos de actividades de monitoreo que la empresa utiliza y cómo las utiliza para modificar controles internos

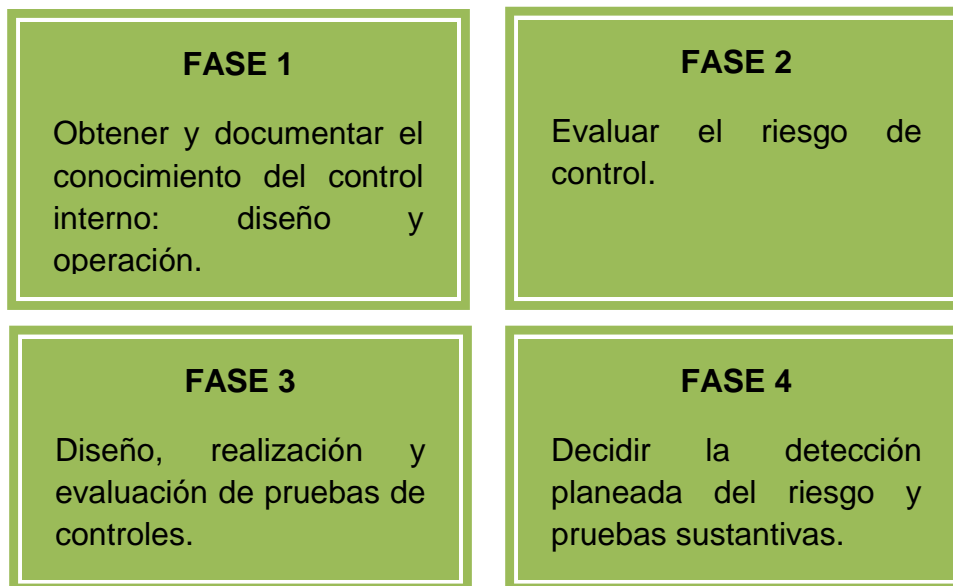
cuando sean necesarios, la forma más común para obtener este conocimiento es el análisis junto con la administración.

Además de su función en el monitoreo del control interno de la empresa el personal de auditoría interna adecuado puede reducir los costos de la auditoría externa al dar apoyo directo a los auditores externos.

Si el auditor externo obtiene evidencias que apoyen la competencia, integridad y objetividad de los auditores internos, el auditor externo puede confiar en el trabajo del auditor interno de varias formas.

6.7. METODOLOGÍA MODELO OPERATIVO

La ejecución de estas fases nos proporcionará una perspectiva del proceso de conocimiento del control interno y evaluación del riesgo de control para una auditoría integral del ciclo de ventas y su impacto en calidad de la información financiera.



FASE 1 Obtener y documentar el conocimiento del control interno: diseño y operación.

En esta fase en calidad de auditor se deberá solicitar que la administración de la empresa documente sus procesos para evaluar la eficacia del control interno de la empresa, para ello se necesitará los informes de compra y venta de sus productos, el diseño de los controles que aplica en ventas, y demás documentación que ayude a obtener resultados con los cuales se pueda expresar una opinión sobre el riesgo planeado en ventas.

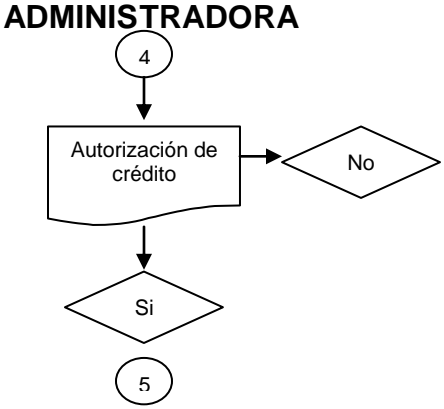
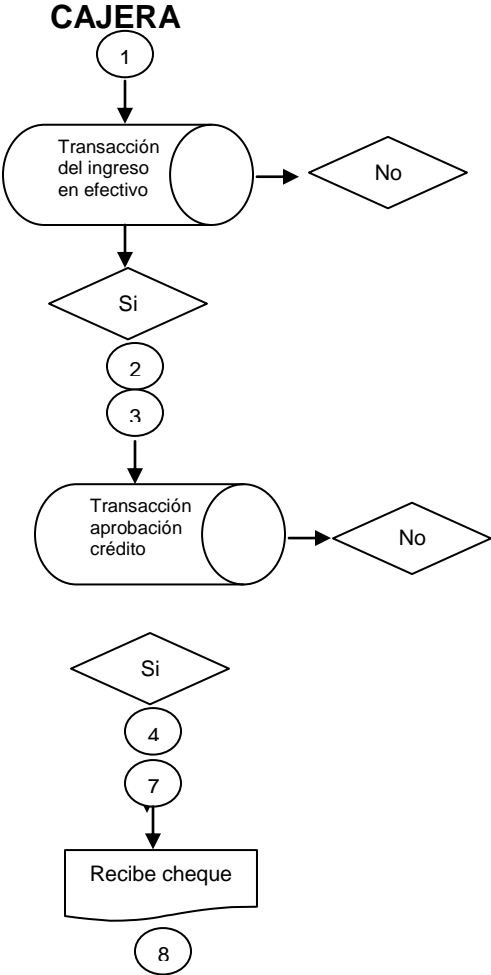
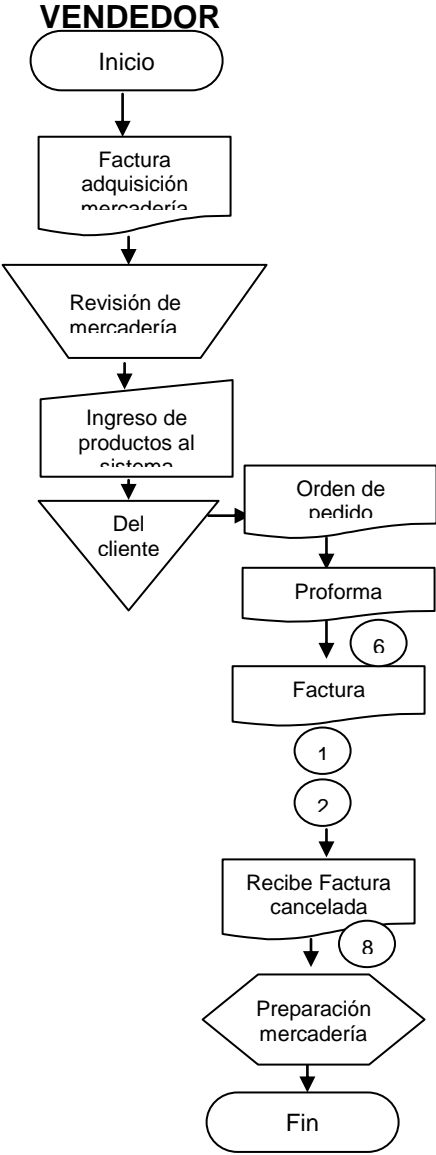
Para el presente caso en el cual se va a diseñar un sistema de control interno para el ciclo de ventas con la finalidad de mejorar la rentabilidad de la empresa Equiagro, se solicitó a la Ing. Elina Castro en calidad de Gerente-Propietaria que nos facilite la documentación necesaria tanto del proceso de venta de los productos, y servicios que ofrece la empresa, así como también de los controles que aplica la misma en el ciclo de ventas.

La documentación entregada es:

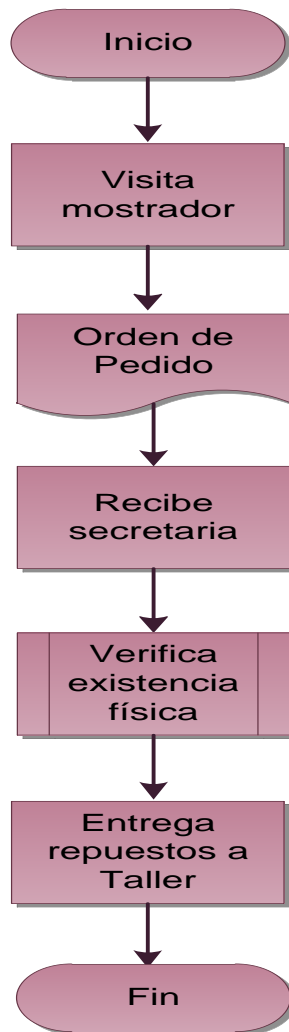
- ✚ Facturas de ventas
- ✚ Proformas
- ✚ Listado de clientes
- ✚ Ordenes de trabajo
- ✚ Procedimiento de control interno en el ciclo de ventas
- ✚ Flujo gramas

Toda esta información documentada es respaldada en sistemas informáticos.

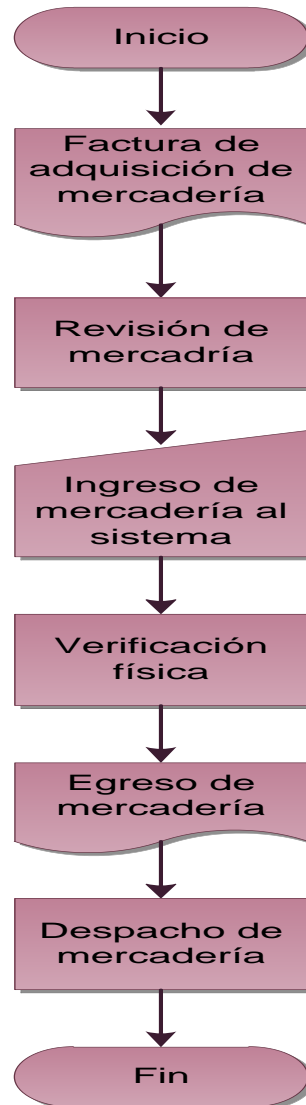
PROCESO DE VENTAS



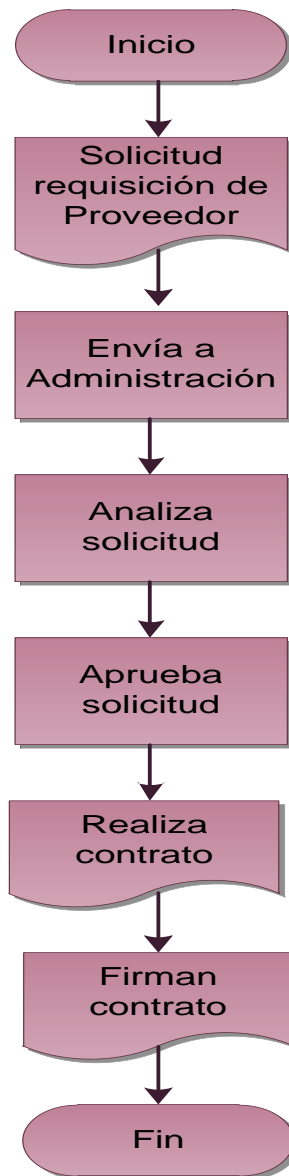
Proceso de Atención al cliente



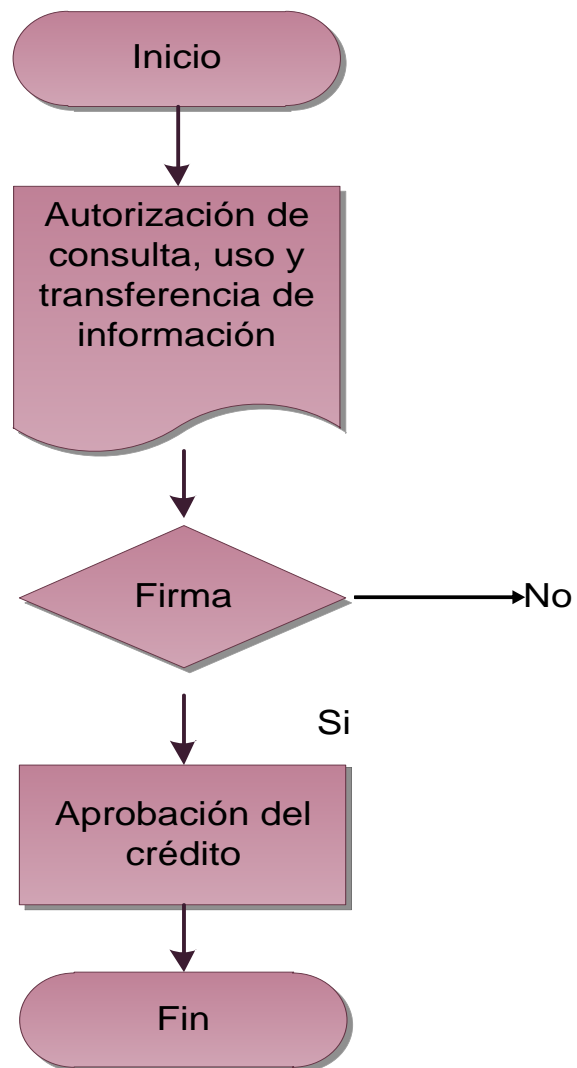
Proceso de Inventario



Proceso de contratación a Proveedores



Aprobación de Crédito

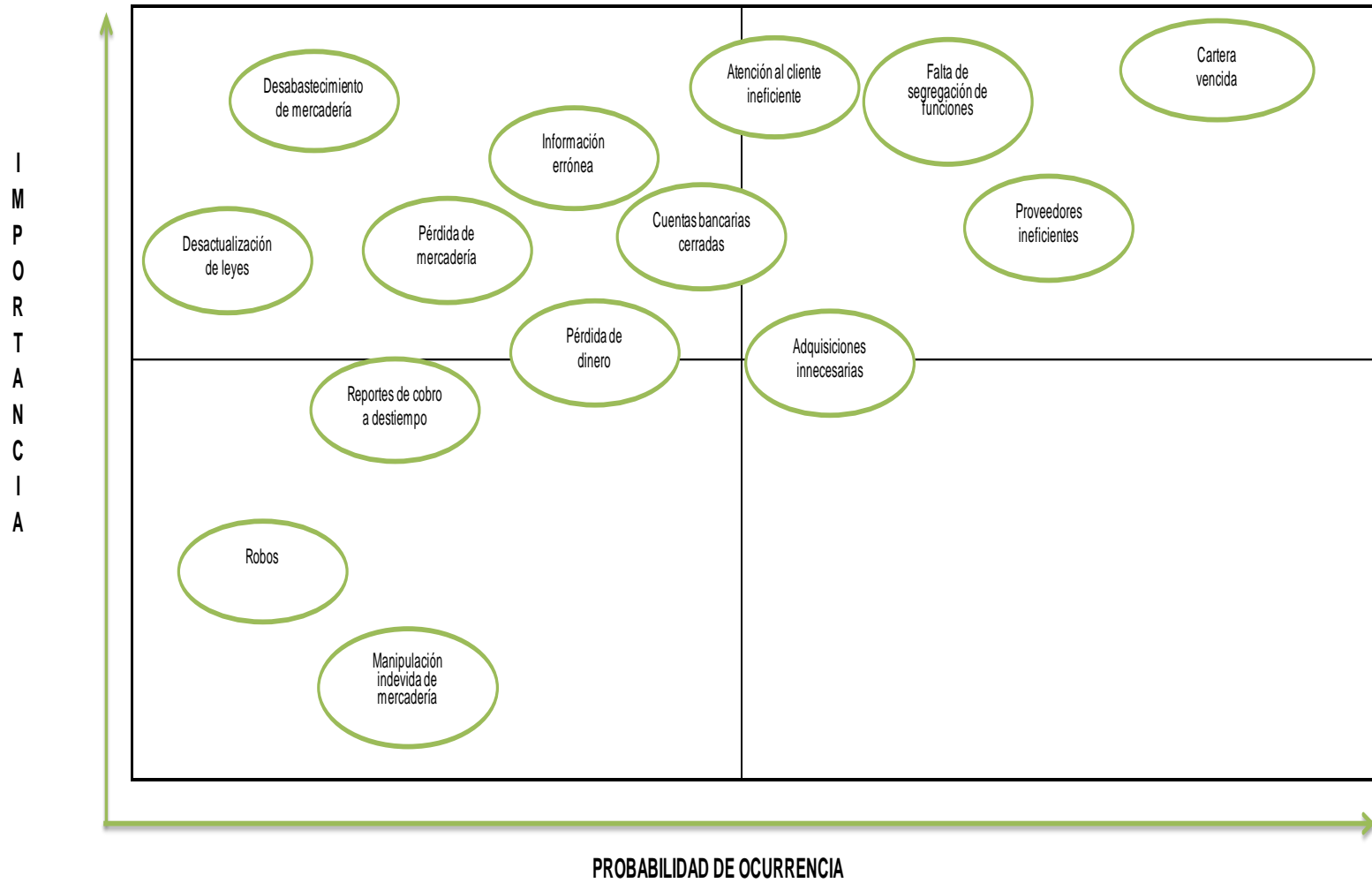


FASE 2 Evaluación del riesgo de control

Una vez que se han analizado los procedimientos de para obtener un conocimiento del control interno y operación el auditor con esa información podrá evaluar el riesgo de control en el ciclo de ventas de la empresa Equiagro.



EVALUACIÓN DE RIESGOS EN EL CICLO DE VENTAS



FASE 3 Diseño, realización, y evaluación de pruebas de controles

En esta fase se obtiene un conocimiento de los controles internos utilizados en el ciclo de ventas, con el fin de diseñar una estrategia financiera para mejorarlos y alcanzar metas a corto plazo que permitan el desarrollo sustentable de la empresa.

El análisis preliminar de los controles en el proceso de ventas, nos da como resultado que deben ser mejorados, para lo cual establecemos las siguientes sugerencias:

- ✚ Instalar cámaras de seguridad.
- ✚ Contratar alarmas de auxilio.
- ✚ Presentar arqueos diarios.
- ✚ Presentar reportes de cartera vencida.
- ✚ Analizar clientes sujetos de crédito, bajo parámetros establecidos en la ley (Autorización de buro de crédito)
- ✚ Coordinar un adecuado servicio al cliente.
- ✚ Variedad y soluciones en inventario de mercadería.
- ✚ Establecer contratos de cumplimientos a proveedores existentes.
- ✚ Determinar porcentajes de descuentos en montos. (incentivos clientes regulares)

MONTOS	DE \$1 A \$500 USD	DE \$ 501 A \$1000 USD	DE \$1001 A \$ 2000 USD	DE \$ 2001 USD EN ADELANTE
PORCE.	1.5%	2%	2.5%	3%

- ✚ Establecer políticas de ventas, plazos, y que las ventas a crédito debe tener su documento de respaldo (pagare – cheques - l/c).

- ✚ Análisis de requisiciones de compras, flujo de efectivo, necesidades prioritarias, estudio de mercado atendido.
- ✚ Establecer manual de funciones y responsabilidades del personal a cargo de los inventarios y manejo de efectivo.

MATRIZ DE RIESGOS Y CONTROLES

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	RIESGO										CONTROL							
	TIPO DE RIESGO			TIPOLOGÍA DE EVENTO DE PÉRDIDA							ACTIVIDAD DE CONTROL	FRECUENCIA DE CONTROL (D, S, Q, M, T, SEMA, O)	TIPO DE CONTROL		CONTROL EFECTUADO		EVALUACIÓN	
	RO	RL	RT	FI	FE	RTL	CPN	DA	FS	AP			Preventivo	Detectivo	Manual	IT	Probabilidad de Ocurrencia	Impacto
Vendedores se llevan la mercadería.	x			x							Establecer políticas claras para el personal.	D		x	x		M	M
Cliente perseguido víctima de asalto.	x				x						Instalar alarmas de auxilio.	O	x		x		A	A
Cajera dispone del dinero.	x			x							Entregar arqueos con toda la documentación.	D	x		x		M	M
Cuentas por cobrar acumuladas.	x									x	Establecer políticas de cobro.	M		x		x	A	A

Tipo de Riesgo

RO= Riesgo Operativo
 RL= Riesgo Legal
 RT= Riesgo Tecnológico

Tipología evento de pérdida

FI= Fraude Interno
 FE= Fraude Extremo
 RTL= Relaciones laborales y Seguridad en el puesto de trabajo
 CPN= Prácticas con clientes, productos y negocios
 DA= Daños y activos materiales
 FS= Incidencias en el negocio y fallos en el sistema
 AP= Ejecución, entrega y administración de procesos

Frecuencia del Control

D= Diario
 S= Semanal
 Q= Quincenal
 M= Mensual
 T= Trimestral
 SEM= Semestral
 A= Anual
 O= Cuando ocurra el evento

Probabilidad de Ocurrencia e Impacto

A= Alto
 M= Medio
 B= Bajo

MATRIZ DE RIESGOS Y CONTROLES

DESCRPCIÓN DEL RIESGO	RIESGO										CONTROL							
	TIPO DE RIESGO			TIPOLOGÍA DE EVENTO DE PÉRDIDA							ACTIVIDAD DE CONTROL	FRECUENCIA DE CONTROL (D, S, Q, M, T, SEM, A, O)	TIPO DE CONTROL		CONTROL EFECTUADO		EVALUACIÓN	
	RO	RL	RT	FI	FE	RTL	CPN	DA	FS	AP			Preventivo	Detectivo	Manual	IT	Probabilidad de Ocurrencia	Impacto
Pérdida de dinero por cheques devueltos.	x									x	Verificar información adicional del cliente con documentos que sustente su estabilidad económica.	O		x		x	A	A
Información errónea en el sistema.			x							x	Presentar reportes del sistema para verificar con la documentación.	Q	x		x		M	M
Despacho de mercadería incompleta	x			x							Coordinar un adecuado servicio al cliente.	D	x		x		M	M
Desabastecimiento de mercadería.	x									x	Estudio de rotación de productos.	M	x		x		A	A

Tipo de Riesgo

RO= Riesgo Operativo
 RL= Riesgo Legal
 RT= Riesgo Tecnológico

Tipología evento de pérdida

FI= Fraude Interno
 FE= Fraude Extremo
 RTL= Relaciones laborales y Seguridad en el puesto de trabajo
 CPN= Prácticas con clientes, productos y negocios
 DA= Daños y activos materiales
 FS= Incidencias en el negocio y fallos en el sistema
 AP= Ejecución, entrega y administración de procesos

Frecuencia del Control

D= Diario
 S= Semanal
 Q= Quincenal
 M= Mensual
 T= Trimestral
 SEM= Semestral
 A= Anual
 O= Cuando ocurra el evento

Probabilidad de Ocurrencia e Impacto

A= Alto
 M= Medio
 B= Bajo

MATRIZ DE RIESGOS Y CONTROLES

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	RIESGO											CONTROL							
	TIPO DE RIESGO			TIPOLOGÍA DE EVENTO DE PÉRDIDA								ACTIVIDAD DE CONTROL	FRECUENCIA DE CONTROL (D, S, Q, M, T, SEM, A, O)	TIPO DE CONTROL		CONTROL EFECTUADO		EVALUACIÓN	
	RO	RL	RT	FI	FE	RTL	CPN	DA	FS	AP	Preventivo			Detectivo	Manual	IT	Probabilidad de Ocurrencia	Impacto	
Demora en la entrega de mercadería por los proveedores.	x				x							Establecer contratos de cumplimiento a proveedores existentes.	O		x	x		A	A
Ventas a crédito sin documento de respaldo.	x			x								Establecer políticas de ventas a crédito.	O		X			A	A
Empleados no identifican sus responsabilidades y funciones	x										x	Establecer manual de funciones y responsabilidades del personal.	A	x				M	M

Tipo de Riesgo

RO= Riesgo Operativo
 RL= Riesgo Legal
 RT= Riesgo Tecnológico

Tipología evento de pérdida

FI= Fraude Interno
 FE= Fraude Extremo
 RTL= Relaciones laborales y Seguridad en el puesto de trabajo
 CPN= Prácticas con clientes, productos y negocios
 DA= Daños y activos materiales
 FS= Incidencias en el negocio y fallos en el sistema
 AP= Ejecución, entrega y administración de procesos

Frecuencia del Control

D= Diario
 S= Semanal
 Q= Quincenal
 M= Mensual
 T= Trimestral
 SEM= Semestral
 A= Anual
 O= Cuando ocurra el evento

Probabilidad de Ocurrencia e Impacto

A= Alto
 M= Medio
 B= Bajo

MATRIZ DE RIESGOS Y CONTROLES

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	RIESGO											CONTROL							
	TIPO DE RIESGO			TIPOLOGÍA DE EVENTO DE PÉRDIDA								ACTIVIDAD DE CONTROL	FRECUENCIA DE CONTROL (D, S, Q, M, T, SEMA, O)	TIPO DE CONTROL		CONTROL EFECTUADO		EVALUACIÓN	
	RO	RL	RT	FI	FE	RTL	CPN	DA	FS	AP	Preventivo			Detectivo	Manual	IT	Probabilidad de Ocurrencia	Impacto	
Vendedores cobran y no reportan a tiempo.	x			x								Establecer políticas de cancelación.	M	x		x		A	A
Remuneración no sujeta a leyes vigentes.		x				x						Establecer contratos claros y que se rijan a las leyes vigentes.	O	x		x		A	A
Adquisición de productos innecesarios.	x						x					Establecer políticas de adquisición de material.	M	x			x	M	M
Manipulación indebida de mercadería.	x							x				Establecer sanciones para personal encargado.	M	x		x		M	M

Tipo de Riesgo

RO= Riesgo Operativo
 RL= Riesgo Legal
 RT= Riesgo Tecnológico

Tipología evento de pérdida

FI= Fraude Interno
 FE= Fraude Extremo
 RTL= Relaciones laborales y Seguridad en el puesto de trabajo
 CPN= Prácticas con clientes, productos y negocios
 DA= Daños y activos materiales
 FS= Incidencias en el negocio y fallos en el sistema
 AP= Ejecución, entrega y administración de procesos

Frecuencia del Control

D= Diario
 S= Semanal
 Q= Quincenal
 M= Mensual
 T= Trimestral
 SEM= Semestral
 A= Anual
 O= Cuando ocurra el evento

Probabilidad de Ocurrencia e Impacto

A= Alto
 M= Medio
 B= Bajo

FASE 4 Decidir la detección planeada del riesgo y pruebas sustantivas

En esta fase el auditor utiliza los resultados del proceso de evaluación del riesgo de control y pruebas de control para determinar el riesgo planeado de detección y pruebas sustantivas relacionadas para la auditoría de los estados financieros.

El auditor tiene la responsabilidad de informar acerca de la eficacia de la operación de los controles internos que requiere la empresa. Puede emitir informes separados o combinados acerca del control interno del ciclo de ventas.

La administración de la empresa Equiagro no ha identificado e informado de todas las deficiencias importantes en el control interno del ciclo de ventas.

MATRIZ DE PRUEBAS

OBJETIVO DEL CONTROL	ACTIVIDAD DE CONTROL	PRUEBA
Obtener un mejor control al personal para evitar pérdidas de mercadería.	Establecer políticas claras para el personal.	Lista de verificaciones e indicadores.
Otorgar mayor seguridad tanto a clientes como al personal de la empresa.	Instalar alarmas de auxilio.	Lista de verificaciones e indicadores.
Verificación de la documentación realizada en toda la jornada del día.	Entregar arqueos con toda la documentación.	Lista de verificaciones e indicadores.
Recaudación oportuna de las cuentas de cada cliente.	Establecer políticas de cobro.	Lista de verificaciones e indicadores.
Obtener información certera del cliente (datos) para la verificación de crediticia mediante el sistema.	Verificar información adicional del cliente que sustente su estabilidad económica.	Lista de verificaciones e indicadores.
Ofrecer un excelente servicio a nuestros clientes.	Coordinar un adecuado servicio al cliente.	Lista de verificaciones e indicadores.

MATRIZ DE PRUEBAS

OBJETIVO DEL CONTROL	ACTIVIDAD DE CONTROL	PRUEBA
Ser líderes en el mercado competitivo con nuestro producto estrella.	Estudio de rotación de productos.	Lista de verificaciones e indicadores.
Mantener nuestro stock de inventarios a un nivel de abastecimiento para satisfacer al cliente.	Establecer contratos de cumplimiento a proveedores existentes.	Lista de verificaciones e indicadores.
Mantener clientes potenciales con los que tendremos un equilibrio económico.	Establecer políticas de venta a crédito.	Lista de verificaciones e indicadores.
Brindar un mejor ambiente de trabajo, excelente atención al cliente y aumentar la rentabilidad de la empresa.	Establecer manual de funciones y responsabilidades para el personal.	Lista de verificaciones e indicadores.
Disponer de los ingresos de dinero para la reinversión.	Establecer políticas de cancelación.	Lista de verificaciones e indicadores.

MATRIZ DE PRUEBAS

OBJETIVO DEL CONTROL	ACTIVIDAD DE CONTROL	PRUEBA
Ofrecer estabilidad laboral a los empleados.	Establecer contratos claros rigiéndose a las leyes vigentes.	Lista de verificaciones e indicadores.
Disminuir gastos innecesarios.	Establecer políticas de adquisición de mercadería.	Lista de verificaciones e indicadores.
Mantener la mercadería en buenas condiciones.	Establecer sanciones para el personal encargado.	Lista de verificaciones e indicadores.

LISTA DE VERIFICACIONES

ASPECTO	CUMPLIMIENTO			INDICADOR
	Si	No	En Proceso	
Realizan inventarios cada mes ?		x		Frecuencia de las constataciones físicas
Existen alarmas de auxilio ?			x	Fiabilidad del sistema de alarmas
Realizan arquezos diarios de caja ?	x			Periodicidad de los arquezos sorpresivos
Presentan reportes mensuales de clientes ?			x	Periodicidad de reportes de clientes.
Realizan una verificación minuciosa de la documentación de los clientes ?		x		Verificación de la documentación del cliente.
Se verifica la información del sistema con la documentada ?		x		Frecuencia de la constatación de documentos físicos.
El responsable del despacho de mercadería entrega con documento de soporte ?		x		Verificación de la documentación de soporte.

LISTA DE VERIFICACIONES

ASPECTO	CUMPLIMIENTO			INDICADOR
	Si	No	En Proceso	
Se realiza un estudio preventivo del stock de almacén ?		x		Periodicidad del stock de almacen.
Existen contratos claramente establecidos con proveedores existentes ?			x	<u># de Contratos que cumple con politicas</u> Total de contratos
Existe un documento de requisistos para otorgar créditos a clientes ?		x		Actualización de requisitos de cada cliente.
Existe un manual de funciones y responsabilidades para los empleados de la empresa ?		x		<u>Segregación de Funciones</u> Total de Funciones
Existen plazos establecidos para reportar las ventas ?		x		Periodicidad de reportes de ventas.
La empresa ejerce su actividad económica aplicando las leyes vigentes ?			x	Verificación de la aplicación de las leyes vigentes.
Se realiza un estudio previo a las nuevas adquisiciones ?		x		Periodicidad de nuevas adquisiciones.
La bodega se encuentra bien distribuida para cada tipo de mercadería ?		x		<u># de Estanteriaas necesarias</u> Total de estanterias

Consideraciones generales

1. En la empresa Equiagro el control interno en para el ciclo de ventas es inadecuado.
2. El personal de ventas de la empresa Equiagro no está capacitado en ventas y marketing de atención al cliente.
3. La empresa no ofrece promociones ni valor agregado por las compras a sus clientes.

Conclusiones

1. En la empresa Equiagro se debe emitir un manual de políticas y procedimientos del control interno al ciclo de ventas, el cual debe ser aplicado estrictamente por todo el personal involucrado en ventas.
2. La administración de la empresa deberá capacitar periódicamente al personal de ventas.
3. La empresa debe ofrecer promociones e incentivos por las compras a sus clientes.

6.8. ADMINISTRACIÓN

Equiagro es una empresa dedicada a la comercialización de repuestos, accesorios y maquinaria agroindustrial que tiene como objetivo principal garantizar el trabajo diario de nuestros clientes quienes son nuestra esencia para estabilizarnos en el mercado competitivo. El servicio que brinda la empresa está enfocado a cubrir necesidades de personas naturales, empresas públicas y privadas.

Dentro de la empresa su estructura cuenta con las áreas de contabilidad, recursos humanos, compras, ventas, comercialización y talleres autorizados, mismas que en conjunto contribuyen a la dirección y manejo

de los objetivos generales, dando como lugar la prestación acorde de un servicio y encaminado a la trayectoria seria y ética de arduo trabajo, a través del esfuerzo social y económico.

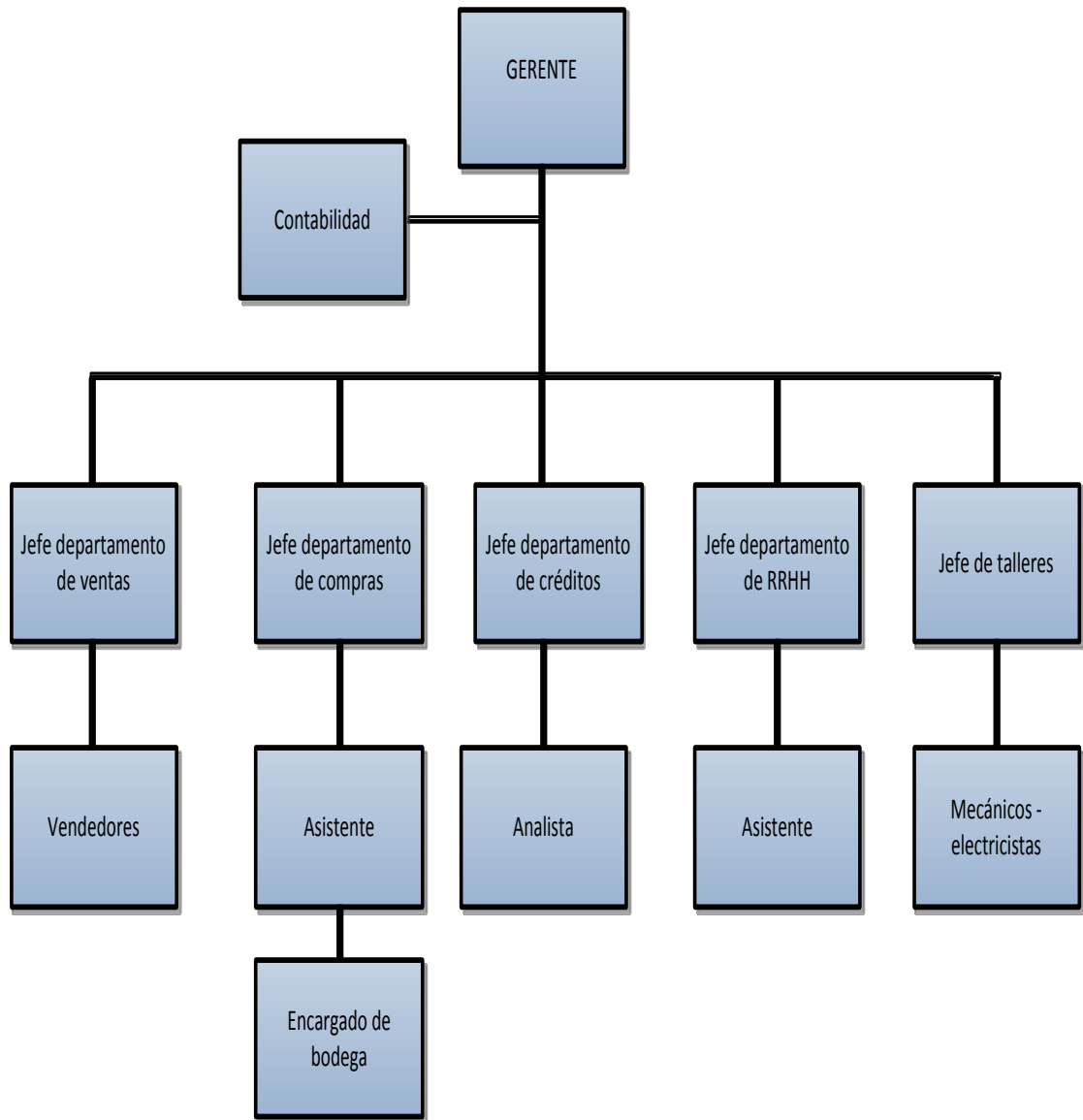
MISIÓN

Ser la empresa N° 1 en ofrecer equipos para la construcción y trabajos forestales. Consolidar nuestra participación en el mercado nacional a través de un servicio de asesoría en ventas y postventa de calidad, para lograr la lealtad y satisfacción de nuestros clientes.

VISIÓN

Ser líder en el mercado nacional y brindar calidad en todo el proceso de adquisición del producto y postventa del mismo, asegurando así la fidelidad y reconocimiento de nuestros clientes.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE EQUIAGRO



FUNCIONES DE LA GERENCIA

- ✚ Contratar todas las posiciones gerenciales.
- ✚ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- ✚ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales.
- ✚ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, proveedores.

FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD

- ✚ Llevar a cabo la recepción y verificación de los documentos de ingresos y egresos existentes.
- ✚ Llevar los registros contables.
- ✚ Mantener actualizado el catálogo de cuentas.
- ✚ Elaborar, analizar y consolidar los Estados Financieros.
- ✚ Controlar las disponibilidades de las cuentas bancarias de cheques y de inversión, realizando conciliaciones mensuales contra los saldos reportados en los estados de cuenta bancarios y por el Departamento de Tesorería y Caja, para garantizar la exactitud en el registro de fondos, y apoyando a una correcta toma de decisiones.
- ✚ Proponer y aplicar los lineamientos, políticas, normas y procedimientos para el análisis, registro y control contable de las operaciones.
- ✚ Establecer y operar un sistema de contabilidad que sea funcional, de acuerdo con la normatividad, estructura y necesidades de la empresa.
- ✚ Captar, revisar, codificar y registrar la documentación contable.

FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS

- ✚ Desarrollo y manipulación del producto
- ✚ Distribución física del producto
- ✚ Estrategias de ventas
- ✚ Estudio de mercado
- ✚ Promociones de venta y publicidad
- ✚ Planeación de Ventas
- ✚ Relaciones con los distribuidores y minoristas

FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS

- ✚ Adquisiciones
- ✚ Guarda y Almacenaje.
- ✚ Proveer a las demás áreas

FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE CRÉDITOS

- ✚ Coordinar y supervisar el proceso de recuperación de cuentas por cobrar, y verificar su registro.
- ✚ Proponer estrategias y diseñar controles administrativos para la recuperación de las cuentas por cobrar.
- ✚ Diseñar, proponer e implementar controles administrativos que permitan reducir las cuentas incobrables.
- ✚ Autorizar los créditos y ampliación de los mismos a favor de clientes que cumplan con los requisitos planteados por la empresa.
- ✚ Controlar y custodiar los documentos que correspondan al Departamento.
- ✚ Efectuar la investigación crediticia de posibles clientes para el otorgamiento de créditos.
- ✚ Informar a la Gerencia sobre el comportamiento de los clientes morosos.

- ✚ Programar, controlar y supervisar las actividades de los cobradores.
- ✚ Llevar un control documental y electrónico de los clientes acreditados.

FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

- ✚ Contratación y empleo
- ✚ Capacitación y desarrollo
- ✚ Sueldos y Salarios
- ✚ Relaciones laborales
- ✚ Servicios y Prestaciones
- ✚ Higiene y Seguridad Industrial

FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE TALLERES

- ✚ Brindar servicios técnicos o mecánicos.

6.9. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

A fin de garantizar y asegurar la ejecución de la propuesta de conformidad con lo programado para el cumplimiento de los objetivos planteados, se deberá realizar el monitoreo de las actividades a realizarse, como un proceso de seguimiento y evaluación permanente, que nos permita anticipar contingencias que se puedan presentar en el camino a fin de implementar correctivos a través de acciones que aseguren el cumplimiento de las metas para tomar decisiones oportunas que permita mejorar el sistema de control interno e incrementar la rentabilidad de la empresa.

Las preguntas que a continuación se explican ayudarán a cumplir con lo planteado:

1.- ¿Quiénes solicitan evaluar?

La evaluación de las actividades del plan de acción es solicitada por la Gerencia de la empresa Equiagro.

2.- ¿Por qué evaluar?

La evaluación de la propuesta es necesaria porque se debe evaluar el impacto del nuevo sistema de control interno en la eficiencia del ciclo de ventas.

3.- ¿Para qué evaluar?

Se debe evaluar porque es importante determinar el cumplimiento de los objetivos planteados en la propuesta con los datos obtenidos durante el período de ejecución.

4.- ¿Qué evaluar?

Se debe evaluar todas las actividades que se van a implementar en el desarrollo del sistema de control interno que permitirán el mejoramiento de las ventas, la atención al cliente e incremento de la rentabilidad.

5.- ¿Quién evalúa?

El responsable de evaluar las actividades del sistema de control interno estará a cargo de Daniela López, autora de la propuesta, que en corto tiempo será un profesional en el campo de Contabilidad y Auditoría.

6.- ¿Cuándo evaluar?

La evaluación del sistema de control interno se realizará durante y después del período de implementación de las actividades encaminadas a incrementar la rentabilidad de la empresa.

7.- ¿Cómo evaluar?

Mediante indicadores determinados para medir el grado de consecución de los objetivos en términos cualitativos-cuantitativos, comparando las ventas promedio e ingresos de años anteriores, con los datos actuales.

8.- ¿Con qué evaluar?

Se evaluará a través de instrumentos de medición como cuestionarios y observaciones directas según el caso.

BIBLIOGRAFÍA

FÍSICAS

BENJAMIN Franklin Enrique, (Auditoría Administrativa Gestión Estratégica de Cambio), Segunda Edición, (2006) Páginas 147-152

CARVAJAL Piedad Sistema de Control Interno como herramienta para fortalecer la Gestión Administrativa Operacional de DEMACO Cía. Ltda. (2005), Pg.151

CEPEDA, Gustavo, (Auditoría y Control Interno), Mc Graw Hill Interamericana, (2006), Páginas 185-187

ESLAVA José de Jaime, (Las claves del análisis económico-financiero de la empresa), Esic Editorial, Madrid, (2008) Páginas 81-85

ESTUPIÑÁN GAITÁN Roberto, (Administración de Gestión de Riesgos ERM y la Auditoría Interna), Primera Edición, Bogotá D.C, (2006), Páginas 1-10

HERRERA, L. (Tutoría de la investigación, Maestría en Gerencia de Proyectos Educativos y Sociales), (2006), Quito, Pag.68

KELL Walter G y otros, (Principios de Control Interno y conceptos de estudio), Edición, (2008), Páginas 123-128

MANTILLA BLANCO, Samuel Alberto, (Auditoría de Información Financiera), Primera Edición, Ecoe Ediciones, Bogotá (2009), Páginas 21-24

MORENO AGUAYO Alonso, (Introducción a la Auditoría Financiera), Primera Edición, Mc Graw-Hill Interamericana, España, (2008), Páginas 19; 32-34

MOSQUERA COLLANTES Andrea Nataly, (2009), (Antecedentes de la Propuesta), (En línea. Disponible en <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1716/1/T-ESPE-024474.pdf>)

WHITTINGTON O. Ray y PANY Kurt, (Principios de Auditoría), Décima Edición, (2005) Páginas 377-386

ZAPATA SÁNCHEZ Pedro, (Contabilidad General), Cuarta Edición, (2005)

INTERNET

ALVARADO VILLATORO Pedro Augusto, (2005) (Control Interno en una empresa comercial) Guatemala, (En línea. Disponible en <http://www.tesis.ufm.edu.gt/pdf/3865.pdf>)

ARNAL, J.; DEL RINCÓN, D.; LATORRE, A. (2011), (Bases metodológicas de la investigación educativa), (En línea. Disponible en <http://www.mitecnologico.com/Main/InvestigacionDeCampo>)

DEL POZO ARTEAGA Patricia Alexandra, (2008) (Auditoría del rubro ventas, cuentas por cobrar y efectivo para una empresa industrial del sector alimenticio al 30 de Septiembre del 2008 ubicada en la ciudad de Guayaquil), (En línea. Disponible en <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/12219/3/TESIS%20CPA.pdf>)

GRAJALES, Tegni G, (2011), (Tipo de investigación No Experimental), (En línea. Disponible en <http://tgrajales.net/investigpos.pdf>)

KOLAKOWSKI, (2011), (Investigación Positivista) (En línea. Disponible en <http://entremaestros.files.wordpress.com/2010/02/el-paradigma-positivista-y-la-concepcion-dialectica-del-conocimiento.pdf>)

LEFCOVICH Mauricio, (2011), (Control Interno), (En línea. Disponible en http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040115082454-2_2_.html)

Ley de Régimen Tributario Interno, (2011), (Obligados a llevar Contabilidad), (En línea. Disponible en <http://eva.utpl.edu.ec/door/uploads/268/268/paginas/pagina6.html> Art. 19.- 20-21)

MAWYIN Pamela, (2011) (Contexto Macro), (En línea. Disponible en <http://www.slideshare.net/melitamp/america-latina-en-el-ambito-mundial>)

NIC 1, (2011), (Presentación de Estados Financieros), (En línea. Disponible en <http://members.fortunecity.com/norma16/NORMA.ECUATORIANA.DE.CONTABILIDAD.No.htm>)

OCHOA Ana Beatriz, (2007), (Método Inductivo), (En línea. Disponible en http://criminalistic.org/index.php?option=com_content&task=view&id=99&Itemid=20)

PEREZ SOLORZANO Pedro Manuel, (2011) (Componentes del Control Interno), (Disponible en http://www.degerencia.com/articulo/los_cinco_componentes_del_control_interno)

RIVERA, Rene Francisco, (2010), (Investigación Documental), (En línea. Disponible en <http://www.mailxmail.com/curso-investigacion-documental/caracteristicas-investigacion-documental>)

SÁNCHEZ BALLESTA, Juan Pedro, (2011), (Análisis de Rentabilidad de la empresa), (En Línea. Disponible en <http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>)

SILVA, Leopoldo, (2011), (Investigación Bibliográfica – Documental), (En línea. Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos7/inci/inci.shtml>)

ZUÑIGA DOBLES y GARCÍA (2011) (Investigación Positivista) (En línea. Disponible en <http://entremaestros.files.wordpress.com/2010/02/el-paradigma-positivista-y-la-concepcion-dialectica-del-conocimiento.pdf>)

ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Objetivo.- La presente encuesta está dirigida a los clientes de la Empresa "Equiagro" con el fin de obtener información indispensable para los objetivos de la Investigación.

Instrucciones: En base a la escala correspondiente, responda cada pregunta con una "x"

1.- ¿La empresa satisface sus requerimientos?

- Siempre ()
- Con Frecuencia ()
- A veces ()
- Casi Nunca ()
- Nunca ()

2.- ¿Cómo calificaría los servicios que presta la empresa?

- Excelente ()
- Buen ()
- Regular ()
- Deficiente ()

3.- ¿Al realizar compras de contado la empresa le ofrece un descuento mayor en los productos?

- Siempre ()
- Regularmente ()
- Nunca ()

4.- ¿Cancela las facturas dentro de los plazos establecidos por la empresa?

- Siempre ()
- Regularmente ()
- Nunca ()

5.- ¿El recargo que se aplican en los precios por incumplimiento en los plazos de crédito es considerado?

- Alto ()
- Normal ()
- Bajo ()

6.- ¿Cómo califica la variedad de productos con el que cuenta Equiagro?

- Diversificado ()
- Aceptable ()
- Regular ()
- Mínimo ()

7. ¿La información financiera suministrada por Equiagro es?

- Completa ()
- Aceptable ()
- Normal ()
- Básica ()
- Inaceptable ()

8. ¿Con que tiempo de demora se presenta la información financiera?

- Sin demora ()
- Con retraso normal justificado ()
- Con retraso injustificado ()
- Extemporánea ()
- Nunca ()

9. ¿De qué manera las decisiones gerenciales han permitido mejorar los niveles de satisfacción del cliente?

- Significativa ()
- Normal ()
- Insignificante ()
- Han desmejorado ()

10. ¿Cuál ha sido la evolución de la participación en el mercado?

- Crecimiento acelerado ()
- Crecimiento normal ()
- Estancamiento ()
- Decrecimiento ()

11. ¿Cuál ha sido el comportamiento de la rentabilidad sobre el activo los últimos cinco años?

- Crecimiento significativo ()
- Crecimiento normal ()
- Estancamiento ()
- Decrecimiento ()

12. ¿En qué etapa del ciclo de vida se encuentra la empresa?

- Introducción ()
- Crecimiento ()
- Madurez ()
- Declive ()

13. ¿Cómo calificaría el sistema de control interno del ciclo de ventas utilizado por la empresa?

- Excelente ()
- Fuerte ()
- Débil ()
- Inexistente ()

14. ¿Cómo calificaría la rentabilidad obtenida por la empresa?

- Exagerada ()
- Normal ()
- Baja ()
- Nula ()

Elina Genoveva Castro Pazmiño Matriz: Ayllón 10-19 y Primera Imprenta "STIHL - EQUIAGRO MULTITALLER" Dirección: Av. Bolívariana 603 y Belfra TELFS. 03-2847979 03-2853984 Ambato - Ecuador	PROFORMA 002-001 Nº 03836 RUC 1801395508001
---	---

Cliente:	JUNTA PARROQUIAL DE EL TRIUNFO	Fecha:	16.11.2010
Ruc/CI:	1800155127001	Vendedor:	SJ
Dirección:	LA PARROQUIA EL TRIUNFO	Forma de pago:	Contado
Teléfono:	087146512	Vence:	

Cant.	Un	Código	Descripción	Precio	Desc.	Total
1.00	un	FS-450	DESMALIZADORA FS-450 44	1,174.995	5.00	1,116.245
1.00	UN	K402B18	BIDON PLASTICO PARA GAS	5.585	0.00	5.585
1.00	un	RECIP.MED.	RECIPIENTE DE MEDIDA	0.893	0.00	0.893
1.00	un	BFCLA20	CALIBRADOR DE LAMINAS	1.429	0.00	1.429
1.00	un	0781-319-8468	ACEITE STIHL HT-PLUS BI	7.277	0.00	7.277
1.00	UN	4003-710-2104	CABEZAL CORTE TRINCUT 4	0.000	0.00	0.000

SUB-TOTAL	DESCUENTO	VALOR NETO	IVA %	TOTAL
1,131.43	0.00	1,131.43	135.77	1,267.20

Ref : 1546

REVISADO	FIRMA CLIENTE	VENDEDOR
		PROFORMA VALIDA

TALLER 1



MultiTaller
SERVICIO TECNICO AUTORIZADO

ORDEN DE TRABAJO
Nº 015504



Av. Bolívariana 603 y Baltra
e-mail: equiagromultitaller@hotmail.com
Ambato - Ecuador



HERRAMIENTAS - ACCESORIOS Y REPUESTOS ORIGINALES Telefax: 2853984 - 2847979



DATOS DEL CLIENTE:

NOMBRE: Wilson Telenchana TELEFONO: 087 972004
DIRECCION: 4 Esquinas Santa Fe - Atahualpa FECHA: 31 Julio 2010

RECEPCION DE MAQUINAS

MAQUINA: Amoladora VOLTAJE: 120 V MARCA
MODELO: D28Y07E-B3 SERIE: 023401 DE WALT CABELL HAUSFELD OTROS: _____
TIPO: 2 TABLILLA: 3009 57-47-6500 MAKITA WEG _____
BOSH COLEMAN _____

FALLA DE ENTRADA Y OBSERVACIONES	HERRAMIENTA RECIBIDA CON:	HERRAMIENTA PARA:
	<input type="checkbox"/> PORTABROCA <input checked="" type="checkbox"/> CORDÓN <input type="checkbox"/> RESPALDO <input type="checkbox"/> MANGO <input type="checkbox"/> CAJA <input type="checkbox"/> CARGADOR <input type="checkbox"/> CUCHILLA OTROS: _____ <input type="checkbox"/> LLAVE	<input type="checkbox"/> PRESUPUESTO <input type="checkbox"/> ARREGLO INTERNO PROMETAL <input checked="" type="checkbox"/> GARANTIA <input type="checkbox"/> SATISFACION <input checked="" type="checkbox"/> MANTENIMIENTO

PARTES USADAS

CODIGO	CANTIDAD	DESCRIPCION	DIAGNOSTICO ELECTRICO
394375-04	1	Swiche	Cambio Swiche con sus Mantenimiento
392460-01	2	Cables	Completo ppelacion

INGRESO A BODEGA

ENTREGADO A: NOMBRE: _____ FIRMA: _____ FECHA: _____	RECIBIDA POR: NOMBRE: _____ REPUESTOS OK <input type="checkbox"/>
---	---

1.- REPUESTOS Y SERVICIO TECNICO SON ESTRICTAMENTE AL CONTADO.
2.- LA EMPRESA SE RESPONSABILIZA POR LA MAQUINA HASTA UN PERIODO DE 30 DIAS, QUEDA FACULTADA Y AUTORIZADA A VENDER PARA RECUPERAR LOS GASTOS INCURRIDOS EN LA REPARACION.

ENTEGADO A

<input type="checkbox"/> AVISO AL CLIENTE	PERSONA QUE REALIZA AVISO AL CLIENTE
FECHA: _____	NOMBRE: _____
NOMBRE: _____	

TE#959

2



MultiTaller

ORDEN DE TRABAJO
Nº 007785

SERVICIO TECNICO AUTORIZADO

STIHL®

Av. Bolívariana 803 y Baltra
e-mail: equiagromultitaller@hotmail.com
Ambato - Ecuador

K'A'RCHER

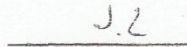
HERRAMIENTAS - ACCESORIOS Y REPUESTOS ORIGINALES Telefax: 2847979 - 2853984

RECEPCION DE MAQUINAS

CLIENTE:	CODIGO	CANT.
SEGUNDO MARCOPA		
DIRECCION: 1075 CUPEA	4119 020 1207	1
TELEFONO: 099246806	MARCA 4119 007 1051	1
FECHA: 30/09/2010	6201	2
MAQUINA	SERIE	
JESTAL/ESADORA	362798638	1
MODELO		
280		
FALLA DE ENTRADA		
FURTO DE LA MAQUINA		
<p style="font-size: 2em; transform: rotate(-15deg);">F# 8727</p> <p style="font-size: 1.5em; transform: rotate(-15deg); opacity: 0.5;">CANCELADO</p>		
REPARACION ACEPTADA POR:		
NOMBRE:		
HORA:		

- 1.- REPUESTOS Y SERVICIO TECNICO SON ESTRICTAMENTE AL CONTADO.
- 2.- LA EMPRESA SE RESPONSABILIZA POR LA MAQUINA HASTA UN PERIODO DE 30 DIAS, QUEDA FACULTADA Y AUTORIZADA A VENDER PARA RECUPERAR LOS GASTOS INCURRIDOS EN LA REPARACION.


FIRMA DEL CLIENTE


FIRMA DEL TECNICO


FIRMA RECEPCION

Elina Genoveva Castro Pazmiño
 Matriz: Ayllón 10-19 y Primera Imprenta
"STIHL - EQUIAGRO MULTITALLER"
 Dirección: Av. Bolívariana 603 y Boltra
 TELFS. 03-2847979 03-2853984
Ambato - Ecuador

FACTURA
002-001 **Nº 0043467**
RUC 1801395508001
 AUT. SRI N. 1108839001

Cliente: JERPASZOL Fecha: 29.12.2010
 Ruc/CI: 1890140099001 Vendedor: AA
 Dirección: PISQUE Forma de pago: Contado
 Teléfono: 2854439 Vence:

Cant.	Un	Código	Descripción	Precio	Desc.	Total
1.00	un	0781-319-8468	ACEITE STIHL HT-PLUS BI	6.696	0.00	6.696

CANCELADO 29 DIC 2010

SUB-TOTAL	DESCUENTO	VALOR NETO	IVA %	TOTAL
6.70	0.00	6.70	0.00	7.50

REVISADO FIRMA CLIENTE VENDEDOR
 El titular de este crédito autoriza a STIHL-EQUIAGRO a publicar, de considerarse necesario la información referente a este crédito en cualquier Buró de Crédito autorizado por la Superintendencia de Bancos

EMISOR
 Luis Alberto Escobar Rodríguez Graf. Escobar Tel. 2828519 Ruc. 180666606601 aut. 1365
 Imp. 24-10-2010 Válido 24-10-2011. No 042501 - 046500 Obligado llevar contabilidad