

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

TEMA:

“La Auditoría de Gestión al Proceso Ventas y su incidencia en la Rentabilidad de
la Empresa CODELITESA S.A, en el año 2013”

Autor:

Paulina Lorena Gamboa Jácome.

Tutor:

Ing. Mg. Eduardo Antonio Paredes Paredes.

Ambato – Ecuador

2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

CERTIFICA:

Yo, Ing. Eduardo Antonio Paredes Paredes, en mi carácter de tutor del trabajo de investigación, acerca del tema: **“La Auditoría de Gestión al Proceso Ventas y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A, en el año 2013”**, presentada por la maestrante Srta. Paulina Lorena Gamboa Jácome, para la obtención del título de Ing. en Contabilidad y Auditoría, considero que reúne todos los requisitos y méritos para la presentación pública y su respectiva evaluación por parte del jurado calificador al cual se designe.



Ing. Mg. Eduardo Paredes Paredes

Tutor

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DEL GRADO

El Tribunal de grado aprueba el trabajo de investigación sobre el tema: **“La Auditoría de Gestión al Proceso Ventas y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A, en el año 2013”**, elaborado por la Srta. Paulina Lorena Gamboa Jácome, estudiante de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

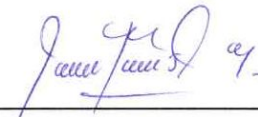
Ambato 7 de Mayo del 2015

Para constancia firma.



Dr. Santiago Flores

Miembro del Tribunal



Ing. Alberto Luzuriaga

Miembro del Tribunal



Presidente del Tribunal
Econ. Mg. Diego Proaño C.

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Paulina Lorena Gamboa Jácome, dejo constancia de este trabajo de investigación propia del autor, el cual está fundamentado en la experiencia y búsqueda de información verídica en fuentes teóricas, bibliográficas y de campo realizada durante el tiempo que se tomó para la realización del mismo,

Las ideas, opiniones y comentarios que se creen específicamente de este trabajo de investigación pertenecen exclusivamente del autor y director del mismo.



Paulina Lorena Gamboa Jácome

Autora

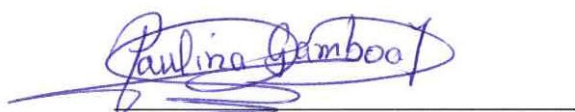


Ing. Mg. Eduardo Paredes Paredes

Tutor

DERECHOS DEL AUTOR

Yo, Paulina Lorena Gamboa Jácome, autora de este trabajo de investigación con el tema: **“La Auditoría de Gestión al Proceso Ventas y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A, en el año 2013”**, tengo el honor de autorizar a la Universidad Técnica de Ambato, para el pleno uso de este trabajo de investigación con fines de consulta, lectura, reproducción total o parte de este dentro de los reglamentos que estén estipulados en la Universidad y por ende se respete mis derechos de autor.



Paulina Lorena Gamboa Jácome

Autora

DEDICATORIA

Este presente trabajo dedico a mis padres especialmente a mi madre María Jácome que siempre tuvo el valor para enfrentar la vida y ha estado a mi lado siempre, a mi esposo Roberto y a mis queridos hijos Andrés y Paulo por ser la luz de mi vida y siempre estar junto a mí y nunca dejarme sola en mis triunfos y en mis fracasos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a mi familia por haberme enseñado, principios, valores y amor para haber culminado mis estudios y permitir que mi vida familiar y laboral sea un éxito.

Agradezco a la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato, a los docentes y en especial al Ing. Eduardo Paredes por haberme brindado todos sus conocimientos y apoyo para la elaboración de este trabajo de graduación.

Un infinito agradecimiento al Sr. Luis Teneda y la Lic. Martha Hidalgo propietario de la Empresa CODELITESA S.A. por haberme dado todo su apoyo para la realización y culminación de este trabajo investigativo.

INDICE GENERAL

Págs. Preliminares:

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DEL GRADO.....	iii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iv
DERECHOS DEL AUTOR.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
INDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiii

Contenido:

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
EL PROBLEMA.....	2
1.1. TEMA.....	2
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.2.1. Contextualización.....	2
1.2.1.1. Contexto Macro.....	2
1.2.1.2. Contexto Meso.....	3
1.2.1.3. Contexto Micro.....	3
1.2.2. Análisis crítico.....	6
1.2.2.1.Árbol de Problemas.....	7
1.2.2.2.Relación causa-efecto.....	8
1.2.3. Prognosis.....	8
1.2.5.Unidad de Observación.....	9
1.2.6. Formulación del Problema.....	9
1.2.7. Delimitación.....	10

1.3. JUSTIFICACIÓN.....	11
1.4. OBJETIVOS	13
1.4.1.Objetivo general.....	13
1.4.2.Objetivos específicos	13
CAPÍTULO II	14
MARCO TEÓRICO.....	14
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	14
2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	19
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	20
2.4. CATEGORIZACION DE VARIABLES.....	24
2.4.1. Categorización de Variables	24
2.4.1.1. Supra-ordinación de variables	24
2.4.1.2. Subordinación Conceptual inicial Variable Independiente	25
2.4.1.3. Subordinación Conceptual inicial Variable Dependiente.....	26
2.4.2. VISIÓN DIALÉCTICA DE CONCEPTUALIZACIONES QUE SUSTENTAN LAS VARIABLES DEL PROBLEMA.....	27
2.4.2.1. Marco conceptual de la variable independiente.....	27
2.4.2.2. Marco conceptual de la variable dependiente.....	37
2.5. HIPÓTESIS.....	41
2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.....	41
2.6.1. Variable Independiente:Proceso Ventas.....	41
2.6.2. Variable Dependiente:Rentabilidad.....	41
2.6.3 Unidad de observación: Empresa “CODELITESA S.A”.....	41
CAPÍTULO III.....	42
METODOLOGÍA	42
3.1. EL ENFOQUE	42
3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	42
3.2.1. De Campo	43
3.2.2. Bibliográfica documental.....	43
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	43
3.3.1. Exploratoria	44
3.3.2. Descriptiva.....	44
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	44
3.4.1. Población	44

3.4.2. Muestra	45
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	46
3.5.1. Variable Independiente: Proceso ventas	46
3.5.2. Variable dependiente: Rentabilidad.....	47
3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	48
3.6.1. Plan para la recolección de información.....	48
3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	50
CAPÍTULO IV	53
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	53
4.2 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	68
CAPÍTULO V	81
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	81
CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES	82
CAPÍTULO VI.....	83
PROPUESTA.....	83
6.1 DATOS INFORMATIVOS	83
6.2 ANTECEDENTES PROPUESTA.....	84
6.3 JUSTIFICACIÓN	87
6.4 OBJETIVOS	88
6.4.1 Objetivo General.....	88
6.4.2. Objetivos Específicos	88
6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	88
6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	89
6.6.1 Concepto de las 5 Es:.....	89
6.6.2 Fases de la auditoría de gestión según varios autores.....	91
6.6.3 Limitaciones del control interno	94
6.6.4 Símbolos del Flujograma	95
6.6.5 Las 9 Es de la auditoría del futuro	97
6.7 MODELO OPERATIVO	100
BIBLIOGRAFÍA.....	180
ANEXOS.....	183

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población.....	45
Tabla 2: Variable Independiente	46
Tabla 3: Variable dependiente	47
Tabla 4: Procesamiento y análisis de la información.....	50
Tabla 5: Conclusiones y recomendaciones	52
Tabla 6: Técnicas de venta.....	53
Tabla 7: Procedimientos de comunicación	55
Tabla 8: Reingeniería para mejorar los procesos de venta.....	56
Tabla 9: Normar el funcionamiento del departamento de ventas	57
Tabla 10: Capacitaciones impartidas por la empresa.....	58
Tabla 11: Satisfecho con el sueldo y el ambiente laboral	59
Tabla 12: Mejorar la gestión del departamento de ventas.....	60
Tabla 13: Tiene políticas y procedimientos	61
Tabla 14: Rotación aceptable de inventarios	62
Tabla 15: Control de inventarios.....	63
Tabla 16: Sistema informático para el manejo de inventarios	64
Tabla 17: Despachos a tiempo	65
Tabla 18: Frecuencias Observadas.....	68
Tabla 19: Frecuencias esperadas.....	69
Tabla 20: Probabilidad de un valor superior	70
Tabla 21: Chi Cuadrado	70
Tabla 22: Estadísticas de ventas por oficina	72
Tabla 23: Análisis del presupuesto de ventas	73
Tabla 24: Nivel de cumplimiento del presupuesto por mes.....	74
Tabla 25: Estadísticas de ventas por vendedor.....	76
Tabla 26: Análisis horizontal del estado de pérdidas y ganancias	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de Distribución	5
Figura 2: Árbol de Problemas	7
Figura 3: SUPRAORDINACION DE VARIABLES	24
Figura 4: Subordinación Conceptual inicial Variable Independiente	25
Figura 5: Subordinación Conceptual inicial Variable Dependiente.....	26
Figura 6: Actitud frente a objeciones.....	35
Figura 7: Grafico Estadístico	51
Figura 8: Estadístico Ji - cuadrado.....	51
Figura 9: Técnicas de venta.....	53
Figura 10: Procedimientos de comunicación	55
Figura 11: Reingeniería para mejorar los procesos de venta	56
Figura 12: Normar el funcionamiento del departamento de ventas	57
Figura 13: Capacitaciones impartidas por la empresa.....	58
Figura 14: Satisfecho con el sueldo y el ambiente laboral.....	59
Figura 15: Mejorar la gestión del departamento de ventas	60
Figura 16: Tienen políticas y procedimientos	61
Figura 17: Rotación aceptable de inventarios	62
Figura 18: Control de inventarios	63
Figura 19: Sistema informático para el manejo de inventarios.....	64
Figura 20: Despachos a tiempo.....	65
Figura 21: Zonas	71
Figura 22: Ventas por oficina y sucursales.	72
Figura 23: Presupuesto vs ventas.	73
Figura 24: Nivel de cumplimiento de presupuesto por mes.....	75
Figura 25: Ventas por vendedor.....	76
Figura 26: Símbolos del Flujograma.....	96
Figura 27: Modelo operativo.....	100

RESUMEN EJECUTIVO

El desarrollo del presente trabajo fue realizado mediante un estudio de investigación, llegando a descubrir el porqué de la baja rentabilidad en la empresa CODELITESA S.A, teniendo como base fundamental e influyente al Proceso Ventas y su incidencia en la Rentabilidad, donde observaremos que la organización está teniendo disminución de sus ingresos, la insatisfacción de sus clientes, y el incumplimiento de presupuestos de ventas, cambiando todo esto con la alternativas de solución la empresa podrá hacer frente a cualquier mercado competitivo, fortaleciéndose y haciendo de sus debilidades sean fortalezas.

Por lo que el presente trabajo de investigación toma en cuenta las políticas y procedimientos del componente de ventas y como este influye en la rentabilidad de la empresa.

El presente trabajo es de suma importancia, ya que propondrá alternativas con el fin de buscar solución a la problemática y fortalecer el departamento de ventas, para llegar a las metas y objetivos de la organización.

Este trabajo de investigación se fundamentó en el paradigma cualitativo y cuantitativo, aplicando las modalidades básicas de investigación como son la investigación de campo y bibliográfico-documental, utilizando métodos precisos para el desarrollo de la organización en donde hemos encontrado que se debe desarrollar e implementar políticas y procedimientos en el departamento de ventas en la empresa CODELITESA S. A, para mejorar la rentabilidad y de esta manera llegar al cumplimiento de metas y objetivos de la misma en donde se utilizó la técnica de la encuesta y el análisis de las ventas.

INTRODUCCIÓN

La presente información con el tema de: “La Auditoría de Gestión al Proceso Ventas y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A, en el año 2013”, que trata acerca de la importancia de mejorar el proceso de ventas de la empresa y por ende la situación financiera de la misma.

CAPÍTULO I.- en este desarrollamos el planteamiento del problema con un análisis macro, meso y micro; se elaboró el árbol de problemas con sus respectivas causa y efectos, se justificó el problema a investigar y por último se planteó los objetivos a desarrollarse en el presente trabajo de investigación.

CAPÍTULO II.- en el presente capítulo podemos encontrar antecedentes investigativos de trabajos similares a la temática planteada, las fundamentaciones en la cuales se fundamenta el presente trabajo de investigación, el marco teórico que va a ser nuestro respaldo bibliográfico, se plantearía la hipótesis a comprobar conjuntamente las variables independiente y dependiente del problema.

CAPÍTULO III.- en este capítulo se desarrolla las modalidades y tipos de investigación con las cuales se enmarcara nuestro trabajo de investigación, como el marco metodológico y se explica cómo se va a levantar la información de campo con sus respectivo procesamiento, análisis e interpretación de la información.

CAPÍTULO IV.- en este capítulo se procedió a desarrollar el análisis y la interpretación de la información tabulada y registrada en los gráficos estadísticos de la encuesta levantada.

CAPÍTULO V.- aquí se desarrolla las conclusiones y recomendaciones las mismas que se darán solución a los objetivos planteados de la investigación.

CAPÍTULO VI.- al presente capítulo realizamos la propuesta la misma q será “Políticas y procedimientos que permitan mejorar el proceso ventas y por ende cumplir con los presupuestos y de esta forma contribuir a mejorar la rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A.” Esta dará solución a nuestro problema de estudio.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. TEMA

“La Auditoría de Gestión al Proceso Ventas y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A, en el año 2013”

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Contextualización

1.2.1.1. Contexto Macro

En el Ecuador el Mercado de Consumo Masivo, es el más tradicional, ya que son productos básicos de primera necesidad, son productos que son consumidos por todas las personas, por cuya razón este mercado es muy amplio, mantenerse en el mismo se torna difícil, ya que su rentabilidad es muy baja y sus costos y gastos muy altos debido a que la competencia por ganar espacio en el mercado arrojan descuentos muy altos y plazos de pago muy extensos a los clientes tanto mayoristas como detallistas. Según los datos del (INEC 2012) en las empresas más grandes también han evidenciado un crecimiento en comercialización y producción del 15% en relación a los últimos años.

El mercado Ecuatoriano en productos de consumo masivo brinda un proceso de expansión, oportunidades de negocios para pequeñas empresas, las cuales hacen

uso intensivo de la mano de obra calificada promoviendo la producción nacional con alto valor agregado (Castro, Normas ecuatorianas de calidad, 2009. p.156) que cumplen las normas ecuatorianas de calidad que no pueden ser desaprovechados para el desarrollo económico de una nación, dotada de los recursos necesarios para su desenvolvimiento.

En el Ecuador el precio de los productos de consumo masivo son bajos y altos, las empresas distribuidoras que no llevan procesos de gestión y control hay un alto desperdicio por la caducidad del producto de consumo masivo, el no conocimiento de cómo establecer una auditoría de gestión, se continúa esperando márgenes altos de utilidad, lo que mantiene preocupado a las distribuidoras, que impide que se alcance las metas de crecimiento previstas para el 2014

1.2.1.2. Contexto Meso

En la Provincia de Tungurahua, en los departamentos de ventas y en las respectivas bodegas de las Empresas Distribuidoras Comerciales, no existe una adecuada logística de inventarios que el usuario necesita para comprar y las fuentes internas para alcanzar las ventas y aumentar la rentabilidad en la empresa. El obtener diferentes productos de consumo masivo en la bodega de las empresas para su venta, exige cuidarlos, ubicándolos en un determinado espacio para evitar su caducidad, así como controlar para eliminar el stock de productos por la obsolescencia y la acumulación de los mismos sin movimiento. Esto concibe un gasto innecesario de recursos para la empresa ya que optimizando los gastos ayudara para un incremento para la utilidad.

1.2.1.3. Contexto Micro

Dentro de la Provincia del Tungurahua se encuentra el cantón Ambato, lugar donde se sitúa la Empresa “CODELITESA S.A” en la Avda. Manuelita Sáenz s/n entre Antonio Clavijo y Víctor Hugo, su teléfonos: (03) 2412416 / 2850859.

www.codelitesa.com, empresa que forma parte de las ventas a nivel nacional, es una empresa distinguida en la ciudad; el trabajo está centrado en procesos de ventas y distribución de productos de consumo masivo.

En la actualidad CODELITESA S.A. es la mayor distribuidora de productos de consumo masivo en el centro del país con más colaboradores directos atendiendo a más de 3500 clientes. Contando además con la más completa flota de vehículos para la distribución de los pedidos en el menor tiempo posible y en cualquier lugar, 1300 metros de bodega, camiones para el reparto y sistema de facturación por medio de equipos móviles ha permitido brindar un mejor servicio.

La rentabilidad de la empresa decae con las nuevas competencias del mercado, en donde las nuevas estructuras sacan ventajas de las pequeñas organizaciones internas en la cual se desenvuelva por eso tener a un buen nivel de capacitación a su personal es vital, donde hará que la estructura cuente con los sistemas adecuados para el control y maniobra de sus recursos, por eso la incidencia que tiene la rentabilidad que tiene la empresa en la organización se verá reflejado en la auditoría de gestión al proceso ventas, donde nos llevara a descubrir los puntos que la empresa necesita y en cuales se buscara una actualización.

Es una mediana empresa en la ciudad de Ambato que cuenta con 43 empleados, es importante mencionar que la Empresa “CODELITESA S.A” es dirigida desde el comienzo por su propietario Gerente General Sr. Luis Teneda, en donde él fue quien vio progresar su empresa con conocimientos adquiridos en una empresa multinacional que él, se desempeñaba como vendedor durante 11 años y sus deseos de superación logro levantar lo que hoy en día, es la mayor empresa distribuidora de productos de consumo masivo del centro del país.



Figura 1: Mapa de Distribución
Fuente: Empresa “CODELITESA S.A”
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

Todo lo anterior se resume en la necesidad de la empresa, en ejecutar una Auditoria de Gestión al Proceso Ventas que permita conocer, no solo las ventas en el Departamento, sino más bien, el stock de los productos de consumo masivo que posee la empresa para mejorar la rentabilidad y hacer posible la planificación de la logística de ventas y del stock de productos de consumo masivo, con este estudio se logra tener una base suficiente para saber hasta qué punto, se podría llevar el proceso ventas con la planificación y organización directa de todos los involucrados para ser posible la proyección de ventas y no dejar caducar los productos de consumo masivo y exista pérdida económica por la existencia de los productos en un mayor común denominador en la bodega de la Empresa CODELITESA S.A.

1.2.2. Análisis crítico

Existe un incumplimiento de políticas y procedimientos en el Departamento de ventas, anteriormente no se ha ejecutado una auditoría de gestión en esta área, provocando un desorden, fuentes internas de la empresa manifiestan que no hay organización y trabajo en equipo para planificar-organizar las ventas y sobre todo verificar la existencia de los productos de consumo masivo en la bodega, esto ha generado el incumplimiento de presupuestos de ventas de la Empresa CODELITESA S.A, afectando el nivel de rentabilidad por el stock existente.

Los trabajadores no están motivados y no se sienten seguros en el trabajo y no pueden operar en su área laboral diaria, ya que algunos no tienen perfil adecuado para el desempeño del puesto que ha sido seleccionado por el líder de talento, el personal no está acostumbrados a operar ventas y sobre todo a trabajar en equipo y en línea con bodega y el departamento contable para así facilitar su trabajo en la distribución de los productos de consumo masivo.

1.2.2.1Árbol de Problemas

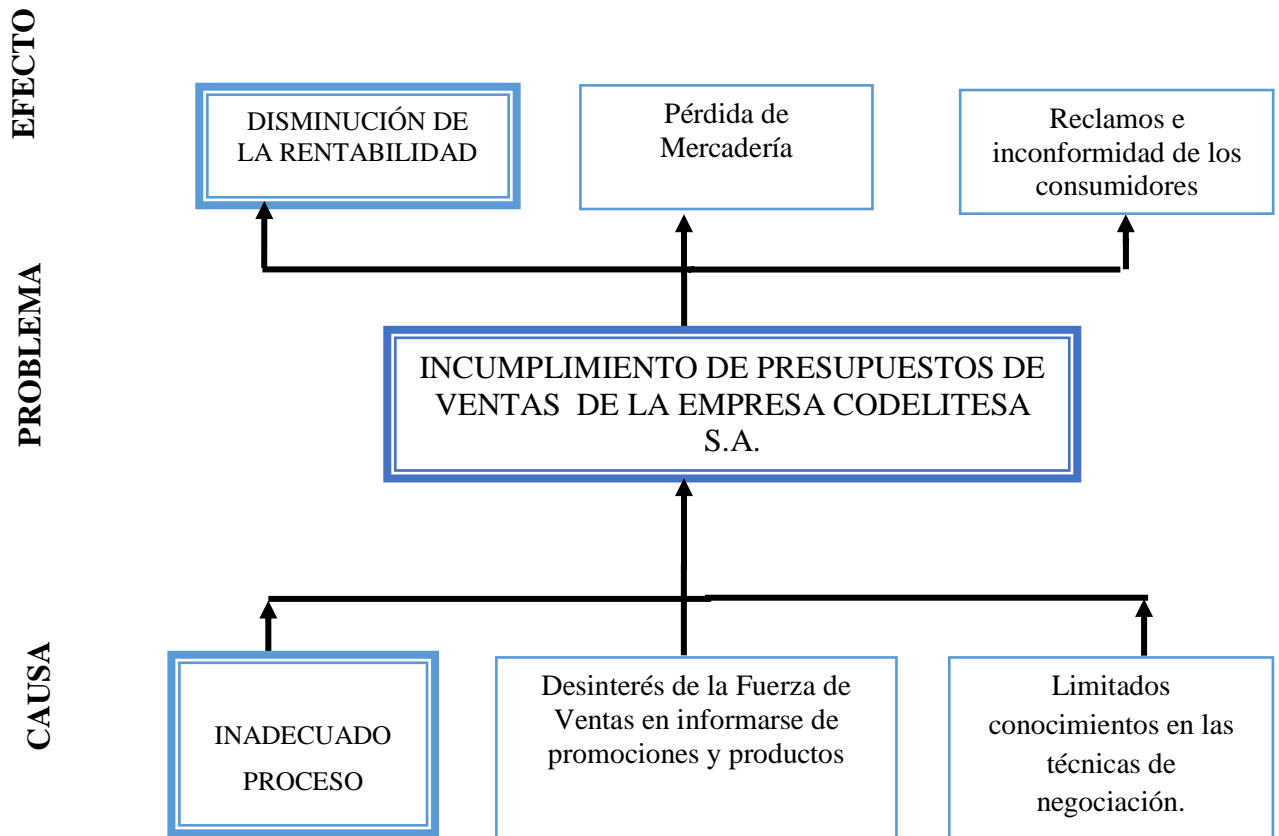


Figura 2: Árbol de Problemas
Fuente: Empresa “CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

1.2.2.2.Relación causa-efecto

Mediante la elaboración del árbol de problemas se ha definido al proceso ventas es la principal causa del problema en la disminución de la rentabilidad de la empresa como principal efecto al incumplimiento de presupuestos de ventas se enfoca principalmente en la Empresa COLIDETESA S.A que vende productos de consumo masivo como: Colgate Palmolive, Kimberly Clark, Johnson & Johnson Jabonería Wilson, La Fabril y Nestlé, Industrias Snob, entre otras líneas de primera necesidad, en un mayor común denominador, las tomas de decisiones son inoportunas e inseguras, existe desinterés de la Fuerza de Ventas en informarse de promociones y productos, por los limitados conocimientos en las técnicas de negociación del personal del área de ventas, a su vez es notorio la no entrega de justo a tiempo de los pedidos a los clientes, la empresa ha perdido credibilidad ante ellos, ya que sus costos son elevados por el incumplimiento de presupuestos en el proceso ventas, anteriormente no se ha ejecutado una auditoría de gestión en el Departamento de Ventas, eso ha perjudicado en la rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A en el año 2013.

En el presente estudio se determina la Relación Causa-Efecto:

Incumplimiento de presupuestos de ventas de la Empresa CODELITESA S.A, por no ejecutar una Auditoria de Gestión al proceso ventas, ha generado la disminución de la rentabilidad empresarial.

1.2.3. Prognosis

La empresa Codelitesa s.a. al continuar con este problema del incumplimiento de presupuestos de ventas obtendrá una disminución de rentabilidad, perdida de cliente, competitividad entre empresas, disminución de recurso humanos y financieros perdida en el mercado y ser competitivo con otras empresas lo visto anteriormente determinamos que sus consumos en las ventas son inexactos y empíricos, puesto que no existe un control adecuado, y este puede ser manipulado

de manera diferente e inclusive hurtado, es cuando la rentabilidad empieza a desconocerse y se continua adquiriendo mayor cantidad de productos, para culminar con los pedidos, y el continuo ritmo de esta administración conlleva a graves pérdidas económicas.

Como se puede apreciar la falta de una auditoría de gestión al proceso ventas conlleva a que las decisiones de los propietarios, no se acojan a cumplir con el objetivo final de toda la empresa, obtener rentabilidad. Se necesita determinar recursos ociosos o improductivos para eliminarlos, conocer las causas que origino el incumplimiento del presupuesto de ventas, analizar el mejor uso de capacidad física instalada, y los productos de consumo masivo que sean rentables

1.2.5.Unidad de Observación

Las unidades de observación del presente trabajo investigativo serán los siguientes:

- Clientes internos: Gerente propietario, Jefe del Departamento de Ventas, Asesores Comerciales, Jefe de Bodega, Ayudantes de Bodega, Jefe de Cartera, Contador General y Auxiliares Contables de la Empresa CODELITESA S.A. en el 2013.

1.2.6. Formulación del Problema

¿Cómo incide el inadecuado proceso ventas en el incumplimiento de presupuestos de ventas en la disminución de la rentabilidad de la empresa Codelitesa S.A. en la ciudad de Ambato?

Preguntas directrices

¿Cómo evaluar el proceso ventas para determinar las falencias en la comercialización de los productos de consumo masivo?

¿Cuál es la rentabilidad actual y cómo afecta de las ventas a la empresa CODELITESA S.A?

¿Qué proceso y políticas de ventas es el adecuado para el cumplimiento de presupuestos de ventas para aumentar la rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A?

1.2.7. Delimitación

Campo: Contabilidad

Área: Procesos Ventas y Rentabilidad

Aspecto: Auditoría de Gestión

Población: Personal de la empresa CODELITESA S. A.

Temporal: Para el presente trabajo de investigación se utilizara información correspondiente al año 2013 de la empresa CODELITESA S. A.

Espacial: La Empresa CODELITESA S.A se encuentra ubicada en la Provincia de Tungurahua en el cantón Ambato, Parroquia Huachi Loreto. Avda. Manuelita Sáenz s/n entre Antonio Clavijo y Víctor Hugo. Teléfonos: (03) 2412416/2850859. Web: www.codelitesa.com; cuya actividad económica es la comercialización y distribución de productos de consumo masivo, siendo dueño y gerente el Sr. Luis Teneda.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La Empresa “CODELITESA S.A”, tiene gran **interés** por este estudio, ya que la empresa distribuidora ha tenido una baja en rentabilidad, esto se ha generado por las ventas no controladas y para ayudar al crecimiento y eliminar algunos diversos problemas nos adentraremos en la organización. Con una auditoría de Gestión al Proceso Ventas la rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A, implantara políticas y procesos de ventas que permitirá mejorar el presupuesto en la corporación que es objeto de estudio para el desarrollo de este trabajo de investigación.

En el presente trabajo de investigación se observa **la importancia** que se tiene al investigar este tipo de problema, se dispone de recursos e información, brindada por la Empresa CODELITESA S.A, con la finalidad de que esta investigación regularice e impulse a las ventas de los productos de consumo masivo existentes, para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes; y obtener mejores resultados en la rentabilidad, no obstante recuperar los clientes que la empresa ha perdido, a su vez establecer políticas y procesos de ventas que permita mejorar el cumplimiento de los presupuesto de ventas y elevar la rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A.

En este sentido, el presente estudio será **novedoso** para la empresa ya que tendrá como objetivo ejecutar políticas y procesos de ventas, para de esta manera disminuir la cartera vencida, optimizar los procesos de cobro, y mejorar las ventas, lo cual se reflejen en la rentabilidad de la empresa que es comercializadora de productos de consumo masivo, así como lograr identificar y controlar las ventas.

Los resultados de la presente investigación serán de gran **beneficio** para la Empresa CODELITESA S.A, debido a que no cuentan con políticas y procesos de ventas que permita mejorar el cumplimiento de los presupuesto de ventas y elevar la rentabilidad, existe pérdida de las ventas, ya que no se toma en cuenta la

morosidad de los clientes. El principal beneficiario será la empresa en estudio, porque ya que se analizará los procesos de ventas los mismos que a futuro tendrán veracidad y se podrá aumentar la rentabilidad si se controla adecuadamente el stock existente de los productos en bodega y se aplica políticas y procesos de ventas en el departamento y en sus áreas de comercialización, teniendo como objetivo principal mejorar la rentabilidad.

Es en este contexto será **factible** para la empresa, porque es el área en donde se genera el manejo de políticas y procedimientos de ventas, ya que el administrador maneja los procesos de comercialización y bodega empíricamente generando problemas como la baja rentabilidad en la empresa, por esta razón la presente investigación cómo se tendrá a ciencia cierta cómo se maneja una empresa de la misma índole.

La labor investigativa tiene importancia **teórico-práctico**, por cuanto para identificar el problema que posee la empresa se realizó una evaluación al proceso ventas, que llevara a realizar los corregimientos necesarios, llegando a un punto de observar los errores e inmediatamente y realizar cambios radicales como se los necesite, llegando a que la empresa haga de sus errores su fortaleza, el **impacto social** que creara la Empresa CODELITESA S.A tendrá mucha influencia tanto en la ciudad como entre las organizaciones ya que su correcta estructura, generara un crecimiento considerable en donde las plazas de trabajo crecerán y se situara como una corporación competitiva.

El desenlace de la investigación nos arrojará resultados, los mismos que brindaran una solución a la problemática planteada, la misma que se aplicara en la empresa CODELITESA S.A.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Estudiar al proceso ventas con el fin de evaluarlo y proponer mejoras que contribuyan al cumplimiento de los presupuestos de ventas, con el fin de maximizar la rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A.

1.4.2. Objetivos específicos

- Evaluar el proceso ventas para determinar sus falencias, de ser el caso, con el fin de proponer mejoras que contribuyan al cumplimiento de los presupuestos de ventas.
- Analizar la rentabilidad y verificar como afecta el incumplimiento del proceso ventas a la misma.
- Proponer políticas y procedimientos que permitan mejorar el proceso ventas y por ende cumplir con los presupuestos y de esta forma contribuir a mejorar la rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Después de haber indagado algunos trabajos sobre el tema señalado en esta investigación, se puede resaltar lo siguiente:

Según **Navas Cherrez Gabriela Alejandra** con su tema: La gestión del talento humano del departamento de ventas y su incidencia en la rentabilidad de Jabocentro Cía. Ltda. de la ciudad de Ambato durante el año 2010. previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA en la Universidad Técnica de Ambato, cuyo objetivo general fue: Analizar la gestión del talento humano en el departamento de ventas para determinar la incidencia en la rentabilidad de Jabocentro Cía. Ltda.

CONCLUSIONES:

- La labor que realizan los agentes de ventas de Jabocentro Cía. Ltda. no está acorde a la necesidad de la empresa, por lo cual no se obtiene la rentabilidad esperada.
- La cartera de los clientes no tiene un control permanente, lo cual ocasiona que no se establezca con exactitud el monto que adeuda cada cliente y los abonos que realiza a determinada fecha.
- La gestión del talento humano del departamento de ventas tiene influencia directa con la rentabilidad de la empresa, considerando que las ventas son el eje principal de la misma.

- Los precios de los productos son establecidos según el poder de adquisición de los clientes sean mayoristas o minoristas, tomando en cuenta que cuando las ventas son mayores tendrán un precio preferencial.
- Los agentes de ventas no tienen la capacitación adecuada para el manejo del dinero que estos perciben diariamente, provocando que se dé un jineteeo del dinero y que no se tenga un control adecuado del mismo.
- Al seleccionar el equipo de ventas, y al ser incorporados a la empresa no reciben una capacitación para el desempeño óptimo del puesto asignado, lo que provoca falencias en la gestión que realizan por lo cual se da una baja en las ventas generando así una disminución de la rentabilidad.

RECOMENDACIONES

- Es necesario compilar todos los criterios de los agentes de ventas y de los clientes para contribuir de una manera adecuada a Jabocentro Cía. Ltda., y así obtener una mejor rentabilidad para la empresa.
- Se debe analizar la gestión del departamento de ventas y determinar en qué grado influye en la rentabilidad de Jabocentro Cía. Ltda. la baja en las ventas que provoca la gestión que realiza cada agente de ventas.
- Es importante determinar políticas para el manejo del dinero que reciben a diario los vendedores y de esta manera prevenir posibles robos o desfalcos del mismo.
- Es primordial establecer los precios según la cantidad de la compra por parte del cliente, sin tomar en cuenta el poder de adquisición es decir sin considerar que estos sean mayoristas o minorista.

- Una reingeniería en el departamento de ventas se considera al no obtener el resultado esperado por la gestión que realizan los agentes de ventas
- Se debe realizar una auditoría de gestión al talento humano del departamento de ventas, para determinar si la gestión que ellos realizan dentro de la empresa influye significativamente en la rentabilidad de Jabocentro Cía. Ltda.

Es necesario ejecutar la evaluación al control interno en el proceso de ventas para determinar las falencias existentes y reestructurarlo de manera que se mejore la práctica del mismo para así, cumplir con los requerimientos de los clientes, para llegar a las metas y objetivos de la corporación.

Según **Ríos Guato Lorena Marisol** en su tema: Evaluación al control interno en el proceso de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa Megamultisuelas en el segundo semestre del año 2010 trabajo de graduación previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A. en la Universidad Técnica de Ambato. Con el objetivo general Estudiar las deficiencias del control interno en el proceso de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa MEGAMULTISUELAS durante el segundo semestre del año 2010.

CONCLUSIONES

- El deficiente control interno en el proceso de ventas es provocado porque las políticas no están emitidas por escrito lo que ha generado que el personal no cumpla eficaz y eficientemente los objetivos de la empresa “MEGAMULTISUELAS” como lo manifiestan los clientes en la encuesta realizada pues la atención brindada y el cumplimiento de sus pedidos no son los adecuados.

- La disminución de la rentabilidad se produjo por la deducción de clientes pues el personal encargado del proceso de ventas no ha realizado un seguimiento al cumplimiento de pedidos y por ende se desconoce el grado de satisfacción de los compradores.
- No se dispone de una evaluación al control interno en el proceso de ventas por lo que la administración no ha podido determinar el grado de cumplimiento del despacho de los pedidos.

RECOMENDACIONES

- Establecer por escrito las políticas del control interno en el proceso de ventas para que de esta manera los empleados conozcan, aprendan y las apliquen, principalmente en para el cumplimiento de los requerimientos del cliente.
- Realizar una adecuada gestión administrativa en cuanto al seguimiento de los pedidos para de esta forma conseguir clientes leales y así incrementar la rentabilidad de la empresa.
- Ejecutar la evaluación al control interno en el proceso de ventas para determinar las falencias existentes y reestructurarlo de manera que se mejore la práctica del mismo para así cumplir con los requerimientos de los clientes.

Luego de haber revisado el anterior trabajo se puede concluir: Se debe efectuar una evaluación periódica no solo al recurso financiero, sino también al recurso humano con que cuenta la compañía, ya que la rentabilidad está inmersa dentro del proceso operativo que generan las variables antes mencionadas, de las cuales se puede medir para determinar la cantidad y calidad justa de los recursos, en el tiempo, en el lugar y administración de todos los insumos utilizados en el ciclo económico de la compañía, es necesario implementar los resultados y políticas de

la reingeniería de procesos, para formar verdaderos equipos de trabajo donde estén integrados, minimizando las verificaciones y ampliando los controles creando un enfoque equilibrado, para que sus ejecutivos sean líderes capaces de influir y reforzar los valores y creencia de sus colaboradores, con sus palabras, hechos y actitudes.

Según **Ruiz Villacis Angélica Gioconda**, en su tema: “evaluación al control interno en el departamento de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Manufacturas de Cuero Calzafer Cía. Ltda. en la Ciudad de Ambato durante el segundo semestre del año 2010” previo a la obtención de título de Ingeniera en Contabilidad y auditoría CPA en la Universidad Técnica de Ambato. Con el objetivo general de: Indagar la relación existente del deficiente control interno en el departamento de ventas y la disminución en la rentabilidad de la empresa Manufacturas de Cuero Calzafer Cía. Ltda. en la ciudad de Ambato, para el establecimiento de mecanismos que regulen la deficiencia en la gestión ventas

CONCLUSIONES

- Se ha constatado que el control interno en el departamento de ventas es inadecuado ya que no se determina rutas correctas que permitan el mejor desempeño de cada uno de los vendedores como es ventas(cobertura dentro del país) y en la recuperación de cobranzas
- En el análisis se ha determinado que la empresa no tiene la suficiente liquidez por falta de un estudio de mercado, que contribuya a determinar el tipo de producto que se consume de acuerdo a la temporada lo cual ayudaría al incremento de las ventas y por ende los ingresos.
- En el aspecto administrativo se determinó la falta de control de la planificación estratégica general de la empresa y una específica para el

área de ventas. Al no revisar dichas planificaciones, el seguimiento y control de los objetivos planteados no se llevarán a cabo.

RECOMENDACIONES

- Considerar la posibilidad de contratar personal calificado con conocimientos del mercado de calzado para que elabore la planificación de las rutas, o capacitar al jefe del departamento de ventas en el punto mencionado; lo cual ayudaría a ampliar la cobertura de ventas.
- Se recomienda la contratación de servicios de una empresa dirigida al estudio del mercado; que determine el lanzamiento oportuno de nuevos productos en el tiempo preciso que conlleve al mejoramiento de ingresos e incremento de liquidez.
- Se recomienda evaluar la planificación estratégica; mediante los indicadores de gestión en el desempeño del departamento de ventas; estos indicadores serían establecidos en base al requerimiento de las normas ISO 9000.

Luego de haber revisado el anterior trabajo se puede concluir: Se debe establecer por escrito las políticas del control interno en el proceso de ventas para que de esta manera los empleados conozcan, aprendan y las apliquen, principalmente para el cumplimiento de los requerimientos del cliente, realizando una adecuada gestión administrativa en cuanto al seguimiento de los pedidos para de esta forma conseguir clientes leales y así incrementar la rentabilidad de la empresa.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

La presente investigación se fundamentó en el paradigma cualitativo y cuantitativo, debido a que es posible desarrollar una hipótesis de trabajo limitada en un tiempo y espacio, además se busca analizar causas, efectos y características de una forma amplia y detallada.

Se puede concentrar en uno o en un conjunto de casos; la evaluadora recolecta una variedad de tipos de datos y estudia profundamente el caso con la finalidad de ayudar a la toma las decisiones y a juzgar el mérito de una entidad (empresa, instituto, escuela, profesores, etc.). (Stenhouse, 1995). Este tipo de estudios de evaluación se basan (Erant, 1995, 76) en el examen analítico de textos, documentos, etc., concentrándose en el mérito de los objetivos finales, a estándares previamente establecidos.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La Empresa “CODELITESA S.A”, es obligada a llevar contabilidad se dedica a la Comercialización y Distribución de productos de consumo masivo de: Colgate Palmolive, Kimberly Clark, Johnson & Johnson Jabonería Wilson, La Fabril y Nestlé, Industrias Snob, por lo que se encuentra regula por instituciones gubernamentales como son:

Ley de Régimen Tributario Interno [Asamblea Nacional (2004)]

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 y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, 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.

Dicho organismo exige la presentación de los siguientes documentos:

- Anexo Accionistas, Participes, Socios, Miembros del Directorio y Administradores.
- Anexo Relación Dependencia.
- Anexo Transaccional Simplificado.
- Declaración mensual del IVA.
- Declaración de Retenciones en la Fuente.
- Declaración de Impuesto a la Renta Sociedades.
- Impuesto a la Propiedad de Vehículos Motorizados.

Según [Asamblea Nacional (2004)] al hablar acerca de las tarifas menciona lo siguiente:

Art. 37.- Tarifa del impuesto a la renta para sociedades.- Las sociedades constituidas en el Ecuador, así como las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas, que obtengan ingresos gravables, estarán sujetas a la tarifa impositiva del veinte y dos por ciento (22%) sobre su base imponible.

Código de Comercio [Asamblea Nacional (2012)]

Parágrafo 3º.

De la contabilidad mercantil

Art. 37.- Todo comerciante está obligado a llevar contabilidad en los

términos que establece la Ley de Régimen Tributario Interno.

Art. 39.- La contabilidad del comerciante por mayor debe llevarse en no menos de cuatro libros encuadernados, forrados y foliados, que son: Diario, Mayor, de Inventarios y de Caja.

Estos libros se llevarán en idioma castellano

Art. 45.- Se prohíbe a los comerciantes:

- 1.- Alterar en los asientos el orden y la fecha de las operaciones descritas;
- 2.- Dejar blancos en el cuerpo de los asientos, o a continuación de ellos;
- 3.- Poner asientos al margen y hacer interlineaciones, raspaduras o enmiendas;
- 4.- Borrar los asientos o parte de ellos; y,
- 5.- Arrancar hojas, alterar la encuadernación y foliatura y mutilar alguna parte de los libros.

De acuerdo a la Ley de Compañías

Sección 9a: De la Auditoría Externa

Art. 318.- Las compañías nacionales y las sucursales de compañías u otras empresas extranjeras organizadas como personas jurídicas, y las asociaciones que éstas formen cuyos activos excedan del monto que fije por Resolución la Superintendencia de Compañías monto que no podrá ser inferior a cien millones de sucres, deberán contar con informe anual de auditoría externa sobre sus estados financieros. Tales estados financieros auditados se presentarán obligatoriamente para solicitar créditos a las instituciones que forman parte del sistema financiero ecuatoriano, negociar sus acciones y obligaciones en Bolsa, solicitar los beneficios de las Leyes de Fomento, intervenir en Concursos Públicos de Precios, de Ofertas y de Licitaciones, suscripción de contratos con el Estado y declaración del impuesto a la renta.

Las personas naturales o jurídicas que ejerzan la auditoría, para fines de esta Ley, deberán ser calificadas por la Superintendencia de Compañías y constar en el Registro correspondiente que llevará la Superintendencia, de conformidad con la Resolución que expida.

El Superintendente de Compañías podrá disponer excepcionalmente que una compañía con activos inferiores a los establecidos en el inciso primero, pero superiores a los cuarenta millones de sucres, someta sus estados financieros a auditoría externa, cuando existan dudas fundadas sobre su realidad financiera, a base de un informe previo de inspección que justifique tal auditoría o a solicitud de los comisarios de la compañía.

2.4. CATEGORIZACION DE VARIABLES

2.4.1. Categorización de Variables

2.4.1.1. Supra-ordinación de variables

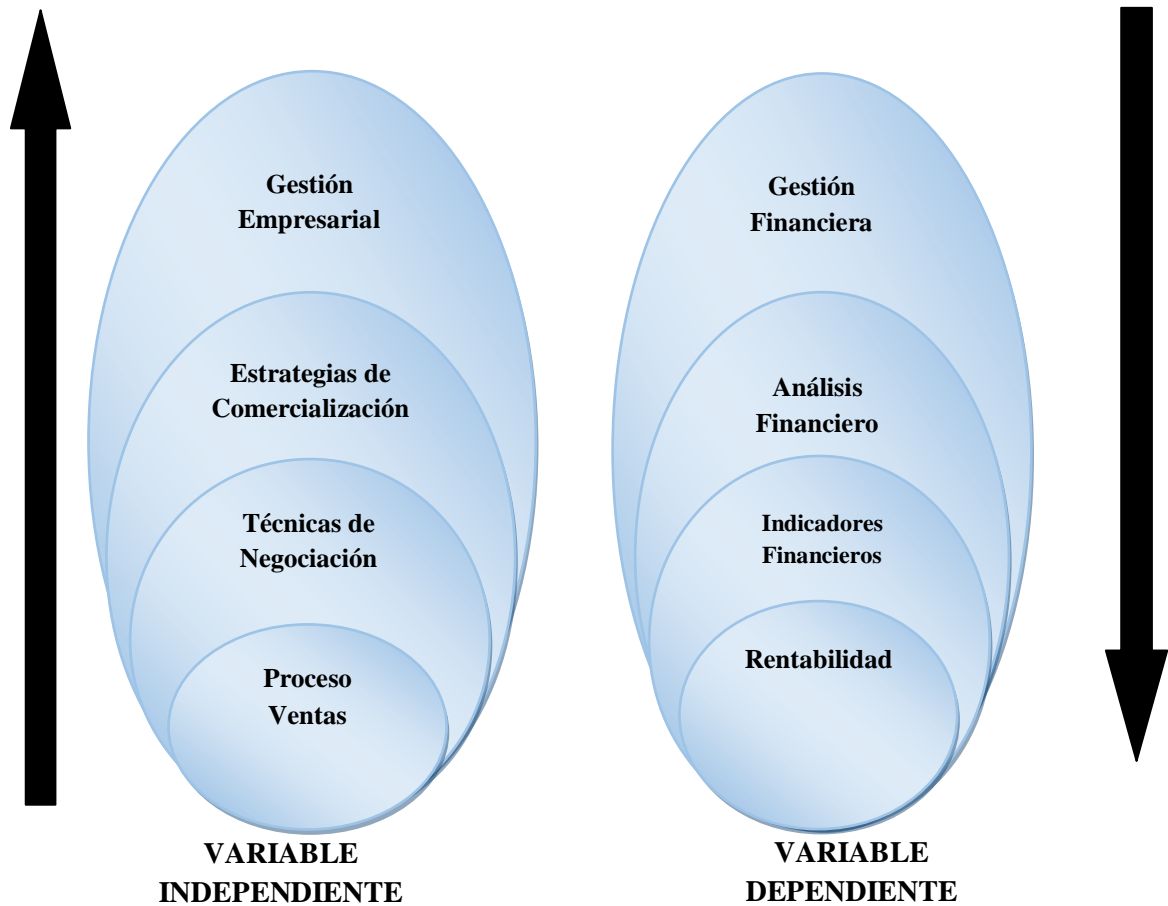


Figura 3: SUPRAORDINACION DE VARIABLES
Realizado Por: GAMBOA, Paulina (2013).

2.4.1.2. Subordinación Conceptual inicial Variable Independiente

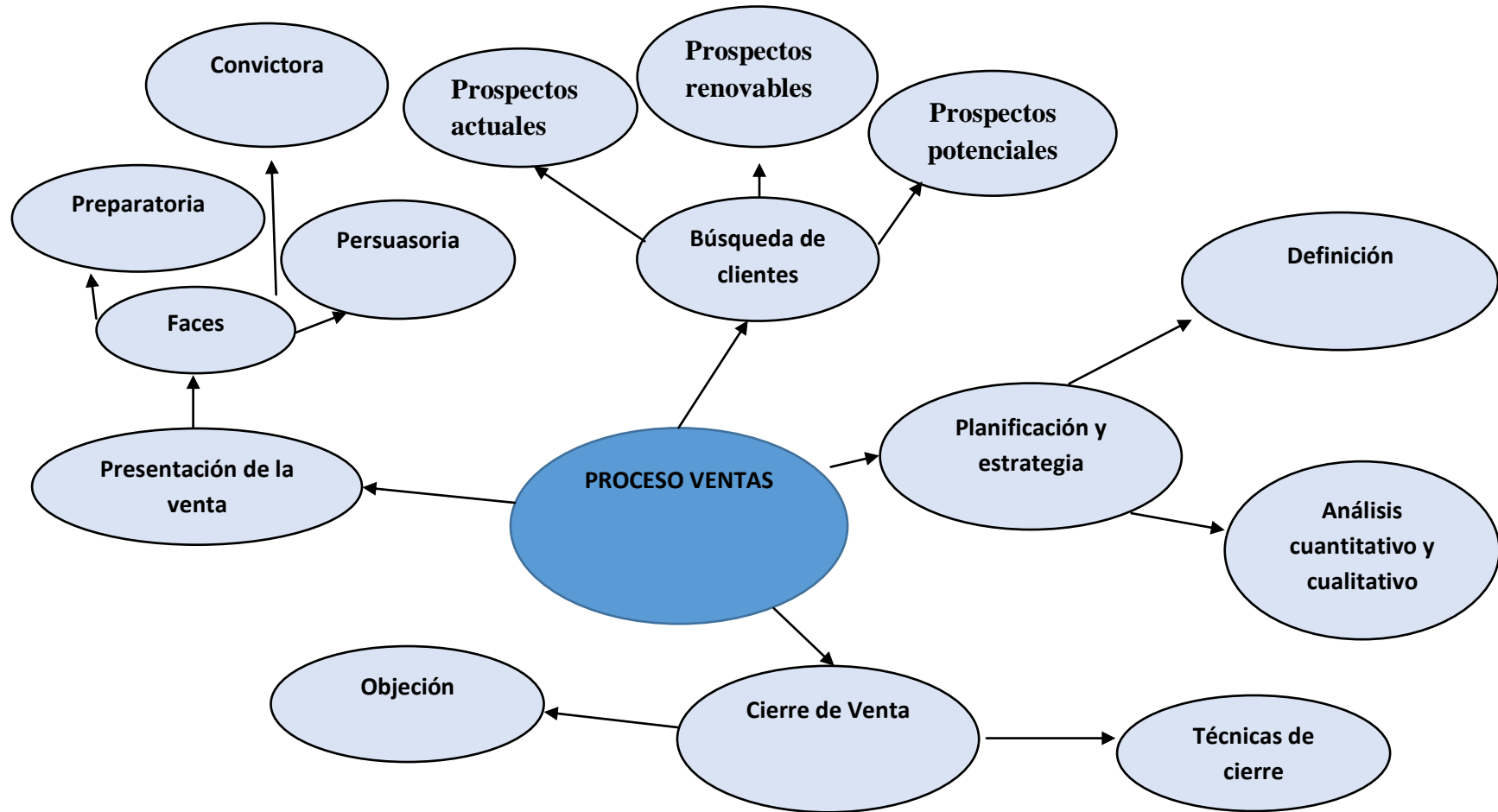


Figura 4: Subordinación Conceptual inicial Variable Independiente

Realizado Por: GAMBOA, Paulina (2014)

2.4.1.3. Subordinación Conceptual inicial Variable Dependiente

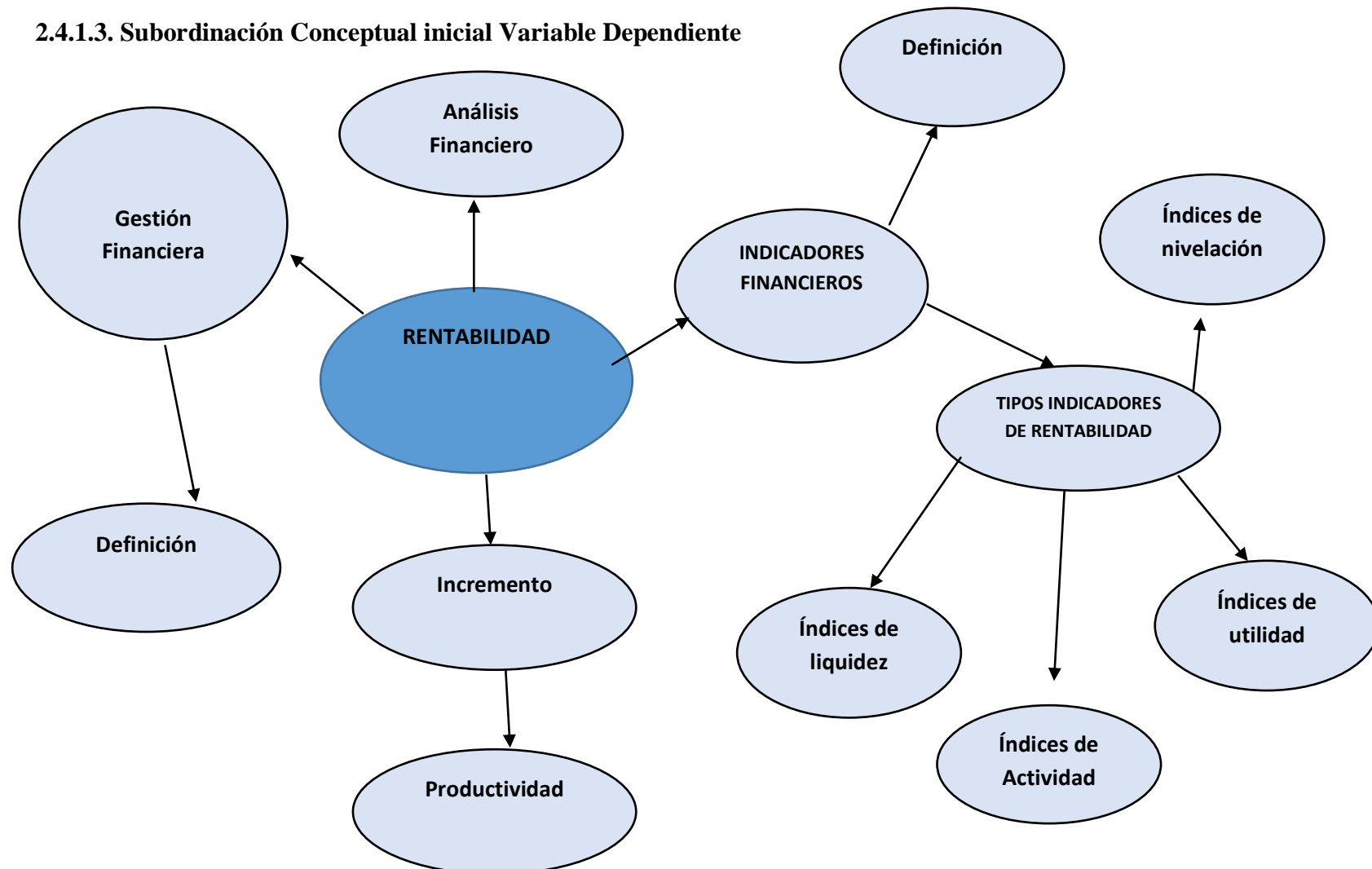


Figura 5: Subordinación Conceptual inicial Variable Dependiente
Realizado Por: GAMBOA, Paulina (2014).

2.4.2. VISIÓN DIALÉCTICA DE CONCEPTUALIZACIONES QUE SUSTENTAN LAS VARIABLES DEL PROBLEMA

2.4.2.1. Marco conceptual de la variable independiente

Gestión empresarial

Según el **Instituto de Desarrollo Agropecuario** (1997: 106), menciona que:

“El proceso de planear, dirigir, organizar y controlar las actividades que se desarrollan en la empresa como un todo y en cada una de sus diferentes áreas funcionales para alcanzar los objetivos establecidos.”

Santesmases (como se citó en **Barreiro José**, 2003: 9), nos dice:

“Es un proceso que consiste en planificar, organizar, dirigir controlar y coordinar los esfuerzos de una organización, así como utilizar los demás recursos con el fin de conseguir los objetivos.”

“Es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar todos los recursos de una empresa para lograr sus metas.” (**Griffin Ricky, Ebert Ronald, Treviño Elizabeth**, 2005: 183)

Los autores citados anteriormente concuerdan en lo siguiente que la administración o gestión empresarial consiste en aprovechar y explotar todos los recursos que posee la empresa convirtiéndolos en fortalezas para la organización, logrando cumplir los objetivos planteados por la misma. En fin la gestión empresarial viene a ser el conjunto de estrategias y métodos que se llevan a cabo dentro de una institución y en cada una de sus funciones para su correcto funcionamiento, organización y resultados con el fin de lograr objetivos deseados.

Estrategias de comercialización

De acuerdo a **Valdés David**. (1997: 95).

La estrategia de comercialización abarca diferentes aspectos, como son la imagen empresarial o corporativa, el sistema de información con el cliente y el proceso de venta. Este último aspecto es primordial porque, aunque estén bien efectuados los pasos anteriores, la venta aún no está asegurada, pues la facturación estará en función de cómo llegue informado el cliente, la cual depende de la imagen y ésta de las expectativas, que a su vez dependen del cliente, del segmento, que depende, finalmente, del producto.

“La finalidad de toda estrategia de comercialización es vender una mercancía en el momento y lugar que permitan obtener la mayor ganancia.” (FAO: 1993: 129)

“Tiene como objetivo maximizar el nivel de ingreso de los pequeños productores dentro de las restricciones actuales de tierra, capital, recursos, etc.,... sería la selección de aquellos rubros que mejor podría cumplir este objetivo.” (**Ministerio de agricultura y Ganadería, Dirección de Comercialización y Economía Agropecuaria**, IICA, 1980: 14).

Los autores citados anteriormente concuerdan en lo siguiente que las estrategias de comercialización es parte fundamental para la venta a través de la búsqueda de métodos o procedimientos con el fin de elevar las ventas y por ende la rentabilidad de la empresa.

Técnicas de negociación

Azulay Elías, (pág. 44). Nos comenta las siguientes técnicas.

2.5.3.1. Las técnicas de situación están referidas a las actividades previas de la negociación, estructurando la ubicación de la misma y la relación existente entre los interlocutores y sus empresas. Para entendemos mejor, trataremos de algunas técnicas cercanas a la intención y a la relación.

2.5.3.2. Las técnicas de venta o convencimiento son aquellas que se ocupan de facilitar el grado de persuasión necesario para alcanzar un acuerdo.

Estas técnicas están relacionadas íntimamente con el interés.

Estas técnicas son las más atractivas por su esperada agresividad, ya que verbos como "persuadir, "ganar, 'convencer, 'maniobrar. 'Cerrar, argumentar y "batallar" están relacionados con nuestro ego de una forma desmesuradamente adhesiva.

“El proceso interactivo mediante el cual, dos o más partes de una situación de interdependencia y con intereses en conflicto, buscan maximizar sus beneficios individuales a través de un acuerdo.” (**Editorial Vértice**, 2008: 87)

Según **Fernández Susana** (2005: 1)

Proceso mediante el cual varias partes intentan exponer sus opiniones o intereses a fin de llegar a una decisión conjunta lo más satisfactoria posible para todas ellas. Así, una negociación será provechosa cuando las partes intervinientes lleguen al compromiso de poner en práctica la solución acordada.

Los autores citados anteriormente concuerdan en lo siguiente que los métodos que se los analizan tanto antes de la venta como al momento de la

venta, como en las técnicas de situación que se analiza el ambiente en el que se pretende vender. Y las técnicas de venta o convencimiento que trata al momento que se realiza la venta, el poder de convencimiento que la personal utiliza.

Proceso de ventas.

“El proceso de ventas consiste en establecer los pasos que permiten la transformación de un cliente potencial en efectivo y en definir las tareas clave de la red de ventas para hacer avanzar este proceso.” (Belio José, Sainz Ana; 2007:36).

La venta es un proceso, es una serie de pasos concretos y ordenados. Para poder realizar una venta, en general, necesitaremos ir paso a paso en un proceso que nos lleve a la realización final de esta venta. Esto no es algo nuevo, existe en toda actividad humana, y en todos los sectores. (García Luis, 2011: 73)

“Pasos que sigue el vendedor al vender, que incluye la búsqueda y la calificación de prospectos, el acercamiento previo, la presentación y la demostración, el manejo de la objeciones, el cierre y el seguimiento.” (Kotler Philip, Armstrong Gary, 2003: 530)

Los autores citados anteriormente concuerdan en lo siguiente que el proceso de ventas trata de una secuencia lógica o de pasos a tomar para relacionarse con el comprador y poder convencerlo de comprar el producto ofrecido, después de estos pasos también debe realizar un seguimiento para mantener al cliente como comprador principal de la empresa.

Planificación y estrategia

“Este plan nos permite verificar si lo que se ha realizado va de acuerdo con lo planeado y esto mismo nos lleva a accionar una posible corrección. Se refiere también al análisis.” (Parra Eric & Madero María, 2003: 68). Y también nos menciona:

Análisis cuantitativo y cualitativo

En el factor **cuantitativo** encontramos las posibilidades que nos brindan tanto el mercado, como los canales de distribución. Esto lo relacionamos con cuánto se produce, cuánto se puede producir, cuánto se vende y cuánto se puede vender; en otras palabras, de nuestras capacidades de producción, de distribución y de demanda; lo que nos aportará una gran cantidad de datos del manejo de las estadísticas que existen sobre el mercado que perseguimos.

El factor **cualitativo** nos indica la calidad de los clientes y sus consumos. Por ejemplo, se define quién, dónde, cuánto, cómo, a quién y por qué compran, así como sus métodos, condiciones y posición.

Los autores citados anteriormente concuerdan en lo siguiente que el análisis cuantitativo son evaluaciones que nos muestran las pautas acerca del número limitante tanto de ventas como el de producción dentro de las pautas establecidas en el mercado. Así como también nos muestra el análisis cualitativo el cual se relaciona más con la calidad del producto ofertado, y el comportamiento del vendedor y comprador.

Búsqueda de clientes

(Parra Eric & Madero María, 2003: 74).

Desde que estamos en esta etapa ya comenzamos a vender, porque ubicamos a quiénes serán nuestros posibles clientes.

Tipos de Clientes

Según (Parra Eric & Madero María, 2003: 74), **Los prospectos actuales** son aquellos que reúnen cualidades y condiciones que permiten trabajarse con máximas probabilidades de éxito.

Según (**Parra Eric & Madero María**, 2003: 74), **Los prospectos renovables** son aquellos que, si bien compran con cierta regularidad repetitiva, lo hacen refiriendo sus pedidos a los mismos productos y en las mismas cantidades, como si para ellos no existieran los demás productos que la empresa o el vendedor tiene en su catálogo.

Según (**Parra Eric & Madero María**, 2003: 74), **Los prospectos potenciales** son aquellos que tienen necesidades, pero no las han descubierto o de momento no tienen las capacidades para cubrirlas. A estos prospectos no se les debe eliminar, sino tomarlos en cuenta como "latentes", es decir, que si en el presente no pueden considerarse como actuales o activos, pueden, sin embargo, activarse en cualquier momento.

Los autores citados anteriormente concuerdan en lo siguiente que la búsqueda del personaje quien vaya a adquirir el producto, se debe primero identificar el tipo de cliente con el que se va a tratar, en la investigación anterior podemos observar que tenemos tres tipos de compradores como es el que estamos seguros que va a adquirir el producto, el que posiblemente nos adquiera y el que cree que no es necesario comprar el producto. Y de todos estos buscar estrategias para lograr el objetivo propuesto que son las ventas.

Presentación de la venta

Según (Parra Eric & Madero María, 2003: 77) nos habla que:

“El tercer paso del proceso de la venta es la presentación. Se basa en 3 **fases**: preparatoria, convictoria y persuasoria.”

Preparatoria

Durante esta fase se obtiene la mayor información por parte del prospecto a cliente y se identifican sus necesidades. Asimismo, se crea una actitud receptiva del prospecto, logrando que su mente se abra a las ideas y sugerencias que se le formulen. Esta fase se lleva a cabo durante la presentación o entrevista con el cliente, ya sea de manera personal o telefónica.

La cita mencionada anteriormente nos indica que la fase preparatoria es en la que nos ayuda a que el comprador recepte todo tipo de información acerca del producto y el vendedor por ende a sugerir.

Convictoria

La fase convictoria constituye el momento de presentar pruebas, demostraciones y hechos, que apoyen los argumentos que el vendedor presentará ante el cliente.

Para ello, es importante generar interés y elementos que en su demostración convencen al cliente de que su producto es la alternativa más adecuada para cubrir una necesidad de acuerdo a un factor ético.

Necesidades + Captación mental = Presión Interna = Interés

En esta fase se entiende que el después de haber informado acerca del producto, el vendedor procede a la demostración o presentación con hechos del producto que está ofreciendo generando interés y convencimiento al cliente.

Persuasoria

Por medio de una labor persuasiva es como se logran desvanecer los obstáculos que el mismo prospecto se haya impuesto y lo lleva a aceptar la conveniencia de adquirir el producto o servicio.

Insatisfacción permanente + Creencia infunda de que algo falta = Margen de necesidades

Para generar el deseo en el prospecto a cliente, hay que considerar algunos elementos como:

- Sugerir ideas. Calidad, garantía, seriedad, competencia técnica, ventajas especiales. Algunas veces es necesario ideas negativas como: muerte, desamparo, penuria, pérdida, robo, etc.
- Evitar resistencias. Costumbre, lealtad a competencia, incredulidad, desconfianza, pereza, etc.
- Manejar motivaciones. Conocerlas, identificarlas y manejarlas.

En esta última fase es la más relevante, ya que si el comprador tiene alguna duda respecto a la compra del producto, el vendedor procede a desenvolver más información, convenciendo al cliente que es necesario que adquiera dicho producto.

Cierre de la Venta

(Parra Eric & Madero María, 2003: 68). Nos comenta lo siguiente:

El último paso del proceso de la venta es el cierre. Lograr la venta en todos los pasos es la verdadera función de la empresa y del vendedor, ya que la habilidad para realizar el cierre constituye el fin último, de donde se cristalizará el provecho y la utilidad de la operación y actividad empresarial.

Objeción

Recuerde que las objeciones son comunes y normales en toda actividad de venta, pero lo importante es la actitud con que las enfrentemos. En el siguiente esquema mental encontrará diez normas básicas de conducta que es conveniente adoptar.

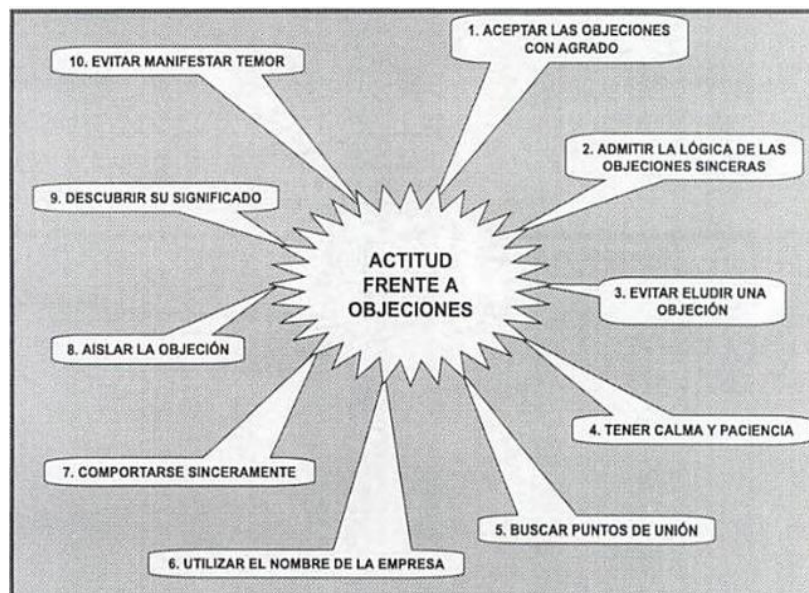


Figura 6: Actitud frente a objeciones.
Realizado por: Parra & Madero. 2003: 87
Fuente: Estrategias de ventas y negociación

El cierre de la venta es el logro del seguimiento de todos los pasos vistos anteriormente respecto a la venta, obviamente logrando venderla, pero si ocurre una objeción por parte del comprador, el vendedor debe tomar las mejores actitudes presentadas en la figura anterior.

Técnicas de cierre

Técnica Presuntiva

Se basa en dar por hecho el cierre de la venta. Su éxito se basa en que la propia convicción imprime a las palabras y a los actos un sello que crea empatía con el cliente.

Técnica del contacto físico

Consiste en que después de entusiasmar al cliente con el producto, lo dejemos en sus manos para que lo pruebe, dejarlo a "vistas", que lo maneje o que lo use.

Técnica de la eventualidad

Se puede aplicar en dos modalidades: eventualidad amenazante o eventualidad de incentivo.

Se puede concluir que el procedimientos nos permite conocer cómo realizar un cierre de venta exitoso, son varios procedimientos como el simple hecho del convencimiento de la palabra, el convencimiento a través de la muestra del producto, etc.

2.4.2.2. Marco conceptual de la variable dependiente

Gestión financiera

“La administración financiera se refiere a la adquisición, el financiamiento y la administración de activos, con algún propósito general en mente.” (**Van James, Wachowicz John**, 2002: 2).

“Toda acción encaminada a sustituir un capital por otro u otros equivalentes en diferentes momentos del tiempo, aplicando una determinada ley financiera en un determinado punto de referencia.” (**Crespo Tomás, Nieto Andrés, López José, Peña José**, 2004: 13)

“Implica la asignación de financiamiento necesario para sustentar los activos, existen muchas fuentes de financiamiento. Cada una tiene determinadas características en cuanto al costo, vencimiento, disponibilidad, reclamaciones de activos y otros términos que imponen los proveedores del capital.” (**Van James, Wachowicz John**, 2002: 10).

Los autores citados anteriormente concuerdan en lo siguiente que la gestión financiera viene a ser el uso correcto y organizado de los ingresos y gastos de la empresa con la finalidad de que abastezca o llegue a cubrir de una manera eficiente los gastos que se va a realizar en la misma.

Análisis financiero

(**Pérez Laura**, 1993: 10), nos dice que:

Por análisis financiero se entiende el estudio de los ingresos, costos y rentabilidad de empresas individuales, considerando todos los factores de producción como pagados a precios corrientes de mercado.

Es el instrumento fundamental que permite determinar la capacidad financiera de la empresa para llevar adelante un proyecto. La proyección financiera, también llamada flujo de caja o cash-flow, permitirá verificar si

la empresa es capaz de generar los fondos requeridos para llevar a cabo el proyecto

Según **Valls José** (1999: 92).

El análisis financiero tiene como objeto la comparación sistemática entre masas patrimoniales del activo (representativas de los recursos empleados) y del pasivo (representativas de los fondos obtenidos) con el fin de analizar el grado de compatibilidad entre ambas desde los puntos de vista de estabilidad financiera de la empresa y de posibilidades para un desarrollo equilibrado, y de este modo ayudar a la toma de decisiones en tiempo útil.

“El análisis financiero implica la determinación de los niveles de riesgo y rendimiento esperado de activos financieros individuales, así como de grupos de activos financieros.” (**Gordon Alexander, Sharpe William, Bailey Jeffery**, 2003: 282)

Los autores citados anteriormente concuerdan en lo siguiente que el análisis financiero en forma concreta tiende a ser el examen exhaustivo del estado de costos y gastos de la empresa con la finalidad de conocer el estado actual de la misma.

Indicadores financieros

Los indicadores de rendimiento se refieren a la información financiera..., incluye indicadores básicos que se expresan en valores absolutos, e indicadores compuestos, integrados por dos indicadores dentro de un grupo y que expresan en valores absolutos e indicadores compuestos. (**Corona Enrique, Bejarano Virginia, González José**, 2014: 96).

Los indicadores financieros miden las consecuencias de decisiones tomadas en el pasado pero no son capaces de proyectar hacia el futuro el rendimiento de la organización, es decir, no aseguran el mantenimiento de ventajas competitivas producidas por mejoras continuas en la organización. El asunto se puede resumir en conocer y mejorar nuestra posición competitiva, no en relación a nuestro pasado sino en relación a la posición que ocupan nuestros competidores. (Arjona Miguel, 1999: 109).

- a. Índice de Liquidez- Miden la capacidad de la empresa para cumplir sus obligaciones a corto plazo.
- b. Índices de Nivelación. Analizan las contribuciones de los propietarios de la empresa comparados con el financiamiento y créditos externos.
- c. Índices de Actividad. Evalúa la efectividad con que la empresa utiliza sus recursos.
- d. Índices de Utilidad. Miden la eficacia total de la administración de acuerdo a la recuperación generada por las ventas y por la inversión.

(**Martínez María**, 2003: 97), menciona que:

Indicadores financieros asumidos para reflejar el cumplimiento de los objetivos económicos de la firma. A este concepto se le llama desempeño financiero, el cual ha sido el modelo dominante en la investigación empírica estratégica. Típico de este acercamiento sería examinar indicadores como crecimiento de ventas y utilidades, reflejando en medidas tales como retorno sobre inversión y retorno sobre ventas.

Los autores citados anteriormente concuerdan en lo siguiente que los indicadores financieros son resultados cuantitativos del comportamiento de la empresa en

diferentes áreas, el cual nos ayuda a comparar los resultados con un factor de referencia y poder diagnosticar la existencia de desviaciones, de este modo proceder a la toma de decisiones correctivas.

Rentabilidad

De acuerdo a **Busom Isabel** (2005: 64):

Los resultados de la actividad empresarial se pueden medir mediante distintos indicadores, unos de carácter financiero y contable, otros de carácter más estructural o económico, y con diversos horizontes temporales. Desde una perspectiva económica se pone especial énfasis en las medidas que reflejan la capacidad de la empresa de incrementar la productividad a medio y largo plazo y en consecuencia en la capacidad de competir con otras empresas tanto en el mercado doméstico como en el internacional. El incremento de la productividad de la empresa es lo que le puede permitir a la empresa ganar o mantener cuota de mercado, aumentar las ventas, aumentar la ocupación o facilitar su supervivencia.

“La rentabilidad es una expresión económica de la productividad que relaciona no los insumos con los productos, sino los costos con los ingresos. Es la productividad del capital invertido.” (**Camino Ronnie, Muller Sabine**, 1991: 23).

“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” (**Garia Ricardo, Velar Luis Ángel F, Cañadas Ángel**, 2009: 220)

Los autores citados anteriormente concuerdan en lo siguiente que la rentabilidad no es nada más que el beneficio que se obtiene de una inversión aportada.

Considerando el monto que se llegó a invertir conjuntamente al tiempo transcurrido desde la inversión.

2.5. HIPÓTESIS

El proceso ventas incide en la rentabilidad de la empresa “CODELITESA S.A”.

2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

2.6.1. Variable Independiente: Proceso Ventas

2.6.2. Variable Dependiente: Rentabilidad

2.6.3 Unidad de observación: Empresa “CODELITESA S.A”.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. EL ENFOQUE

Según **Herrera Luis** (2008: 94). Manifiesta que el paradigma cuantitativo es:

- Privilegia técnicas cuantitativas
- Realidad repetible
- Busca las causas de los hechos que estudia
- Medición controlada
- Perspectiva desde afuera
- Orientado a la comprobación inferencias replicables de hipótesis
- Énfasis en el resultado final.
- Asume una realidad estable

Es por esto que la presente investigación es predominantemente cuantitativa ya que la información obtenida, se le otorga valores numéricos los mismos, que nos permitirán analizar la información y procesarla la misma con la ayuda de herramientas estadísticas.

3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se apoya en la utilización de las siguientes modalidades básicas de la investigación:

- De Campo.
- Bibliografía Documental.

3.2.1. De Campo

Según **Herrera Luis** (2008: 95)

Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen. en esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto.

3.2.2. Bibliográfica documental

Según **Herrera Luis** (2008: 95)

Tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos independientes para observar los efectos en las respectivas variables dependientes autores sobre cuestión determinada, basándose en documentos (fuentes primarios), o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias). Su aplicación se recomienda especialmente en estudios sociales comparados de diferentes modelos, tendencias, o de realidades socioculturales; en estudios geográficos, históricos, geopolíticos, literarios, entre otros.

3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Los niveles o tipos de investigación se basan en los siguientes tipos:

- Exploratoria.
- Descriptiva

3.3.1. Exploratoria

Según **Herrera Luis** (2008: 97)

Este tipo de investigación tiene las características de que, posee una metodología más flexible, tiene una mayor amplitud y dispersión, posee un estudio poco estructurado, pero permite, generar hipótesis, Reconocer variables de interés investigativo, sondear un problema poco investigativo o desconocido en un contexto particular.

3.3.2. Descriptiva

Según **Herrera Luis** (2008: 97)

El método descriptivo tienen las características de, permite predicciones rudimentarias, es de medición precisa, requiere de conocimiento suficiente, muchas investigaciones de este tipo tienen de interés de acción social, y busca comparar entre dos o más fenómenos, situaciones o estructuras, clasificar elementos y estructuras, modelos de comportamiento según ciertos criterios, caracterizar una comunidad, distribuir datos variables consideradas aisladamente.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

Según **Proño Jaime** (2008: 98) manifiesta que:

La población es la totalidad de elementos a investigar respecto a ciertas características. En muchos casos, no se puede investigar a toda la población, sea por razones económicas, por falta de auxiliares de investigación o porque no se dispone del tiempo necesario, circunstancias en que se recurre a un método estadístico de muestreo, que consiste en

seleccionar una parte de los elementos de un conjunto, de manera que sea lo más representativo del colectivo en las características sometidas a estudio.

Población

CANTIDAD	SUJETOS DE INVESTIGACIÓN
1	Gerente propietario
1	Responsable del Dpto. de Ventas
11	Asesores comerciales
1	Jefe de Bodega
12	Ayudantes de Bodega
1	Jefe de Cartera
1	Contador General
7	Auxiliares Contables
35	TOTAL POBLACIÓN

Tabla 1: Población

Realizado por: GAMBOA, Paulina (2014)

3.4.2. Muestra

Para el presente trabajo de investigación, no se calculó la muestra ya que la población es relativamente pequeña, por lo tanto se trabajara con toda la población.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.5.1. Variable Independiente: Proceso ventas

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS / INSTRUMENTOS
<p><u>Proceso ventas :</u> Es aquella que se realiza para evaluar el grado de eficiencia, eficacia y economía en el logro de los objetivos previstos por la organización y con los que se ha manejado los recursos en el área de ventas.</p>	Eficiencia	Objetivos cumplidos / Objetivos planteados	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Aplica usted técnicas de venta en su interacción con el cliente? • ¿La empresa cuenta con un adecuado procedimiento de comunicación oportuno de promociones y descuentos para las ventas? • ¿Cree Ud. que los vendedores cumplen con exactitud las tareas planificadas mensualmente? 	Encuesta – Cuestionario. (Anexo 1)
	Eficacia	Valor devengado / Valor presupuestado	<ul style="list-style-type: none"> • ¿La Empresa cuenta con un adecuado sistema de selección de personal y posee políticas de reclutamiento, inducción, capacitación y desarrollo del personal? 	Encuesta – Cuestionario. (Anexo 1)
	Economía	Utilidad neta / Activo total	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se planifica reingenierías para mejorar los procesos de venta para mejorar la rentabilidad de la compañía? 	Encuesta – Cuestionario. (Anexo 1)

Tabla 2: Variable Independiente

Realizado por: GAMBOA, Paulina (2014)

3.5.2. Variable dependiente: Rentabilidad

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS / INSTRUMENTOS
<p>Rentabilidad: Es el resultado del proceso productivo y distributivo; es la utilidad o ganancia del negocio por realizar sus actividades. Mide el existo de la empresa así como su eficiencia; es un Indicador del rendimiento.</p>	- Rentabilidad Económica	<ul style="list-style-type: none"> • $\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$ • $\text{Prueba Ácida} = \frac{(\text{Activo Corriente} - \text{Inventario})}{\text{Pasivo corriente}}$ • $\text{Endeudamiento del Activo} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$ • $\text{Endeudamiento del patrimonio} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio}}$ • $\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Patrimonio}}$ • $\text{Rotación de Cartera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por cobrar}}$ • $\text{Rotación de Ventas} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$ 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿La empresa cuenta con una liquidez suficiente para el desarrollo de sus operaciones? • ¿La empresa tiene las garantías necesarias para otorgamientos de créditos por parte de instituciones financieras? • ¿Posee cartera vencida? • ¿Tiene políticas y procedimientos establecidos para el otorgamiento de créditos? • ¿Realizan la gestión necesaria para disminuir la cartera vencida? • ¿Realizan un control de calidad del proceso de venta? 	Encuesta – Cuestionario. (Anexo 1)
	Rentabilidad Financiera	- Pérdida en el ejercicio	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cree Ud. que la rentabilidad aumentará al mejorar la gestión de ventas? 	Encuesta – Cuestionario. (Anexo 1)

Tabla 3: Variable dependiente

Fuente: Empresa “CODELITESA S.A

Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

3.6.1. Plan para la recolección de información.

Según **Bernal César** (2014:49)

En las investigaciones de tipo descriptivo, correlacional, estudio de caso, experimental, entre los principales aspectos por considerar en la fase de trabajo de campo son los siguientes:

- Establecer contacto con la población objeto de estudio.
- Diseñar y validar los instrumentos para la recolección de la información.
- Aplicar los instrumentos y recolección de la información.
- Elaborar el marco teórico formal de la investigación.
- Procesar la información recolectada.
- Analizar y discutir los resultados de la información recolectada.
- Redactar las conclusiones y recomendaciones.

Establecer contacto con la población del estudio Según **Bernal César** (2014:49), En el método tradicional o general de investigación científica, el desarrollo de la investigación o trabajo de campo suele comenzar con el contacto con la población objeto del estudio, es decir, de la población de la cual se obtendrá la información para dar respuesta a los objetos de estudio. Esto se realiza con el propósito de allegarse información general sobre la respectiva población u objeto de estudio y que será el soporte para el diseño y aplicación de los instrumentos, así como el proceso de recolección de la información.

Diseñar y validar los instrumentos para la recolección de la información Según **Bernal César** (2014:50), Vale mencionar que hay investigaciones cuyo propósito general es el diseño y la validación de un determinado instrumento de recolección de información y por ende, toda la fase de trabajo de campo consiste en diseñar y validar el respectivo instrumento. También hay que reconocer que para el desarrollo de muchas

investigaciones suelen utilizarse instrumentos existentes ya validados en contextos similares a los de la investigación que se va a realizar; en este caso, se recomienda utilizar esos instrumentos y, si es necesario, realizar los ajustes a los mismos.

Aplicar los instrumentos y recolección de la información según Bernal César (2014:50), En la actualidad, en investigación científica hay gran variedad de técnicas o instrumentos para la recolección de información en el trabajo de campo de una determinada investigación. De acuerdo con el método y el tipo de investigación por realizar, se utilizan unas u otras técnicas. Esta subfase del trabajo de campo consiste, entonces, en aplicar la técnica o conjunto de técnicas definidas para tal efecto, y que son las apropiadas para dar respuesta a los objetivos o hipótesis de la investigación definidos en el anteproyecto.

La Encuesta

Según **Herrera Luis** (2004:120)

La Encuesta es una técnica de recolección de información por la cual los informantes responden por escrito a preguntas entregadas por escrito. Tanto la entrevista como la encuesta estructurada necesitan el apoyo de un cuestionario. Este instrumento es una serie de preguntas impresas sobre hechos y aspectos que interesan investigar, las cuales son contestadas por la población o muestra de estudio

El cuestionario

Según **Herrera Luis** (2004:120)

Sirve de enlace entre los objetivos de la investigación y la realidad estudiada. La finalidad del cuestionario es obtener, de manera sistemática, información de la población investigada, sobre las variables que interesan estudiar. Esta investigación generalmente se

refiere a lo que las personas encuestadas son, hacen, opinan, sienten, esperan, aman o desprecian, aprueban o desaprueban, a los motivos de sus actos, etc.

3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Según Herrera Luis (2008:125) Los datos recogidos (datos en bruto) se transforman siguiendo ciertos procedimientos:

Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.

Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.

Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis: cuadros de una sola variable, etc.

OPCIONES DE RESPUESTAS	PREGUNTAS
SI	
NO	

Tabla 4: Procesamiento y análisis de la información.
Realizado por: GAMBOA, Paulina (2014).

Manejo de información (reajuste de cuadros con casillas vacías o con datos tan reducidos cuantitativamente, que no influyen significativamente en los análisis).

Estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

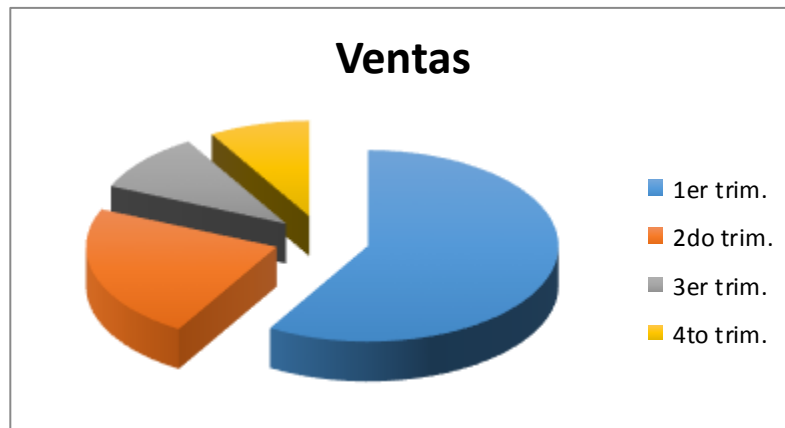


Figura 7: Grafico Estadístico
Realizado por: GAMBOA, Paulina (2014).

Para la comprobación de la hipótesis se utilizará el método del Ji – cuadrado, según Levin Richard y Rubin David (2010:451), para ir más allá de nuestra intuición acerca de las frecuencias observadas y esperadas, podemos usar el estadístico ji – cuadrada, que se calcula de la siguiente manera:

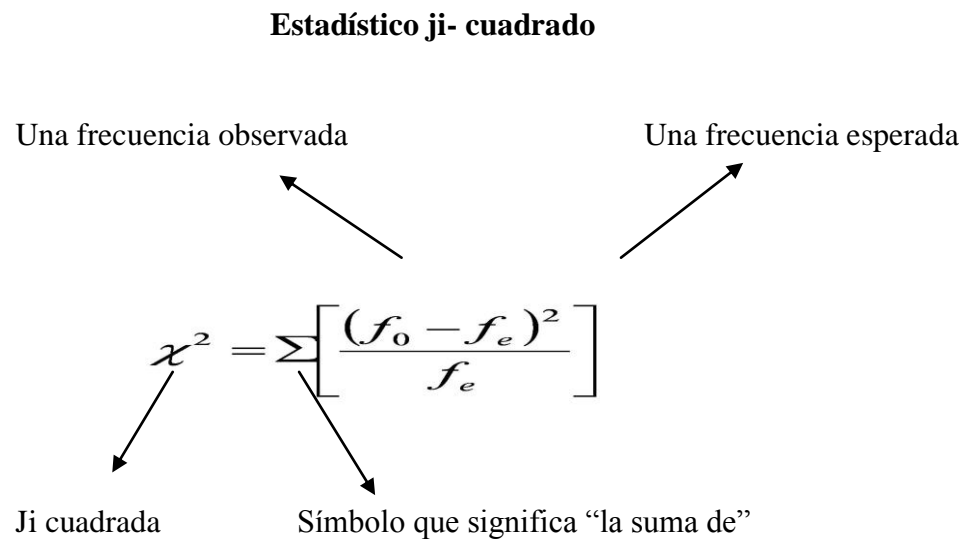


Figura 8: Estadístico Ji - cuadrado
Realizado por: GAMBOA, Paulina (2014).

Para la elaboración de las conclusiones y recomendaciones, tomamos en cuenta los objetivos específicos:

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
Evaluar el proceso ventas para determinar sus falencias, de ser el caso, con el fin de proponer mejoras que contribuyan al cumplimiento de los presupuestos de ventas.		
Analizar la rentabilidad y verificar como afecta el incumplimiento del proceso ventas a la misma.		
Proponer políticas y procedimientos que permitan mejorar el proceso ventas y por ende cumplir con los presupuestos y de esta forma contribuir a mejorar la rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A.		

Tabla 5: Conclusiones y recomendaciones
Realizado por: GAMBOA, Paulina (2014).

CAPÍTULO IV

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Dirigido a: Al personal de ventas y administrativo de la empresa CODELITESA S.A.

1. ¿Aplica usted técnicas de venta en su interacción con el cliente?

Tabla 6: Técnicas de venta

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	5	23,81
NO	7	33,33
A VECES	9	42,86
TOTAL	21	100,00

Fuente: Empresa "CODELITESA S.A"
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)



Figura 9: Técnicas de venta
Fuente: Empresa "CODELITESA S.A"
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

ANÁLISIS

De acuerdo a la gráfica el 43% de los vendedores afirman que a veces aplican técnicas de venta en la interacción con el cliente, mientras que el 33% manifiesta que no se aplica ninguna clase de técnica, finalmente el 23% señala que si utiliza ciertas técnicas de venta.

INTERPRETACIÓN

Las técnicas para ventas no son utilizadas de manera habitual, más bien demuestra que son poco comunes entre los vendedores de CODELITESA S. A. lo que demuestra que este hecho puede disminuir las ventas es decir afecta directamente a los ingresos que percibe la empresa.

2. ¿La empresa cuenta con un adecuado procedimiento de comunicación oportuno de promociones y descuentos para las ventas?

Tabla 7: Procedimientos de comunicación

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	8	38,10
NO	7	33,33
A VECES	6	28,57
TOTAL	21	100,00

Fuente: Empresa “CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)



Figura 10: Procedimientos de comunicación
Fuente: Empresa “CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

ANÁLISIS

La gráfica hace referencia que el 38% de los vendedores cuentan con un adecuado procedimiento de comunicación oportuno de promociones y a la vez descuentos, mientras que el 33% de los mismos manifiesta que no existe, finalmente el 29% afirma que ocasionalmente hay este tipo de comunicación.

INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los vendedores afirman que existe una comunicación respecto a las promociones y descuentos que se establecen para los productos, lo mismo que resulta muy beneficioso que tengan conocimiento y por lo tanto una armonía al momento de establecer los precios.

3. ¿Está de acuerdo con una reingeniería para mejorar los procesos de venta para mejorar la rentabilidad de la compañía?

Tabla 8: Reingeniería para mejorar los procesos de venta

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	21	100,00
NO	-	-
TOTAL	21	100,00

Fuente: Empresa "CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

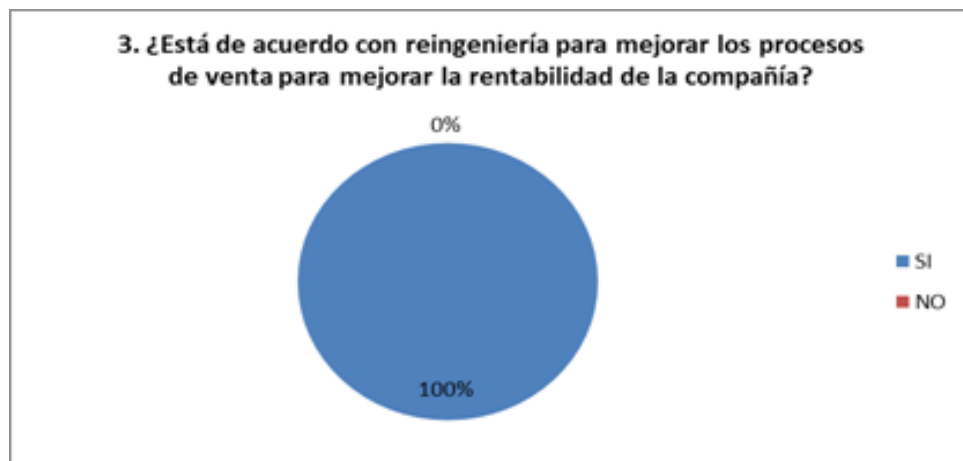


Figura 11: Reingeniería para mejorar los procesos de venta

Fuente: Empresa "CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

ANÁLISIS

De acuerdo a la información obtenida previa a la encuesta realizada se obtiene que el 100% de los vendedores están de acuerdo con reingeniería para mejorar los procesos de venta con la finalidad de que la rentabilidad de la Compañía resulte óptima.

INTERPRETACIÓN

El total de los vendedores están de acuerdo en que haya una reingeniería con la finalidad de mejorar la rentabilidad de la empresa, lo que demuestra que están dispuestos a realizar cambios para corregir cualquier proceder que actualmente se esté ejecutando.

4. ¿Cree usted que es necesario normar el funcionamiento del departamento de ventas con un manual de políticas y procedimientos?

Tabla 9: Normar el funcionamiento del departamento de ventas

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	14	66,67
NO	7	33,33
TOTAL	21	100,00

Fuente: Empresa “CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

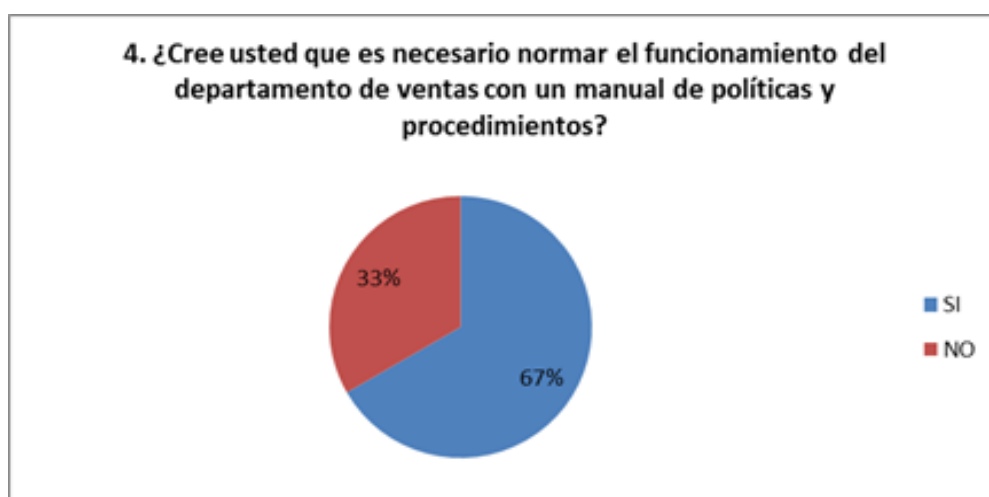


Figura 12: Normar el funcionamiento del departamento de ventas

Fuente: Empresa “CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

ANÁLISIS

Según los datos obtenidos el 67% del total de vendedores dice que es necesario normar el funcionamiento del departamento con un manual de políticas y procedimientos, finalmente el 33% afirma que no existe la necesidad de haya manual de políticas.

INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los vendedores afirma que es realmente necesario el normar el funcionamiento del departamento de ventas con un manual de políticas y procedimientos, demuestra que existe la necesidad de la misma para un mejor funcionamiento del departamento.

5. ¿Ha recibido usted capacitaciones impartidas por la empresa para mejorar las ventas?

Tabla 10: Capacitaciones impartidas por la empresa

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	8	38,10
NO	13	61,90
TOTAL	21	100,00

Fuente: Empresa "CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)



Figura 13: Capacitaciones impartidas por la empresa
Fuente: Empresa "CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

ANÁLISIS

De acuerdo a los datos obtenidos se registra que el 62% de los vendedores no han recibido ningún tipo de capacitaciones por la empresa con la finalidad de mejorar las ventas, mientras que el 38% restante señala que si han obtenido.

INTERPRETACIÓN

Las capacitaciones sin duda es un elemento fundamental para el correcto desempeño del departamento de ventas, sin embargo la mayor parte de los vendedores han manifestado que no se realiza ningún tipo de capacitación por parte de la empresa.

6.-¿Se encuentra satisfecho con el sueldo y el ambiente laboral que tiene en la empresa?

Tabla 11: Satisfecho con el sueldo y el ambiente laboral

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	11	52,38
NO	10	47,62
TOTAL	21	100,00

Fuente: Empresa “CODELITESA S.A
 Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

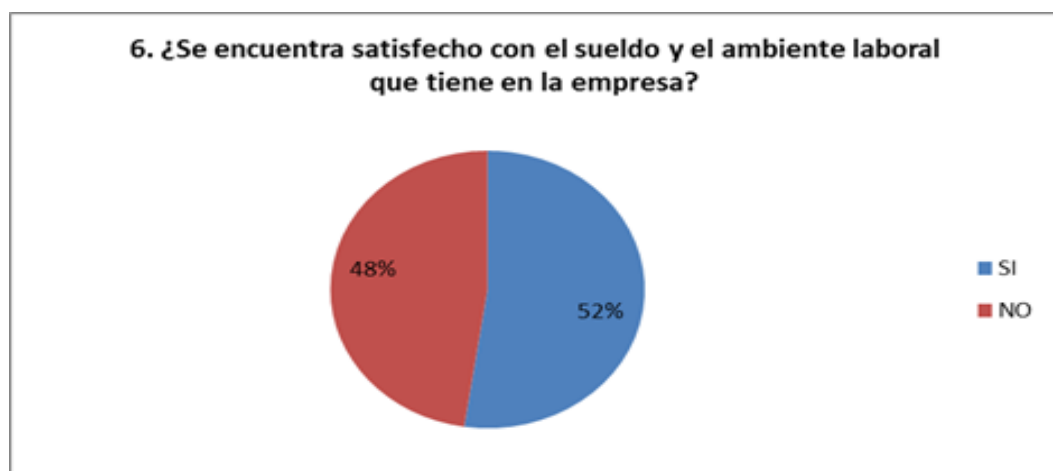


Figura 14: Satisfecho con el sueldo y el ambiente laboral
 Fuente: Empresa “CODELITESA S.A
 Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

ANÁLISIS

Según los datos obtenidos los vendedores representados por un 52% manifiestan que se encuentran satisfechos con el sueldo que perciben así como el ambiente laboral que tienen en la empresa, sin embargo un 48% de los vendedores restante afirma lo contrario.

INTERPRETACIÓN

El ambiente laboral y el sueldo que percibe cada uno de los vendedores sin lugar a dudas es un aspecto importante para el buen desempeño, hay que mencionar que la mitad está satisfecho, pero la otra parte se encuentra insatisfecha.

7.-¿Cree usted que se debe mejorar la gestión del departamento de ventas con la implementación de políticas y procedimientos del mismo?

Tabla 12: Mejorar la gestión del departamento de ventas

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	15	71,43
NO	6	28,57
TOTAL	21	100,00

Fuente: Empresa “CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)



Figura 15: Mejorar la gestión del departamento de ventas
Fuente: Empresa “CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

ANÁLISIS

De acuerdo a los datos obtenidos el 71% de los vendedores están conscientes que se debe mejorar la gestión del departamento de ventas con la implementación de políticas y procedimientos, mientras que el 29% restante afirma que no.

INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los vendedores afirma que se debe mejorar la gestión del departamento de ventas con la implementación de políticas y procedimientos del mismo, lo que demuestra que existe la necesidad de la misma para un mejor funcionamiento del departamento.

Dirigido a: Al personal de bodega de la empresa CODELITESA S. A.

1. ¿Tienen políticas y procedimientos establecidos para el manejo de la bodega de la empresa?

Tabla 13: Tiene políticas y procedimientos

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	6	46,15
NO	7	53,85
TOTAL	13	100,00

Fuente: Empresa “CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

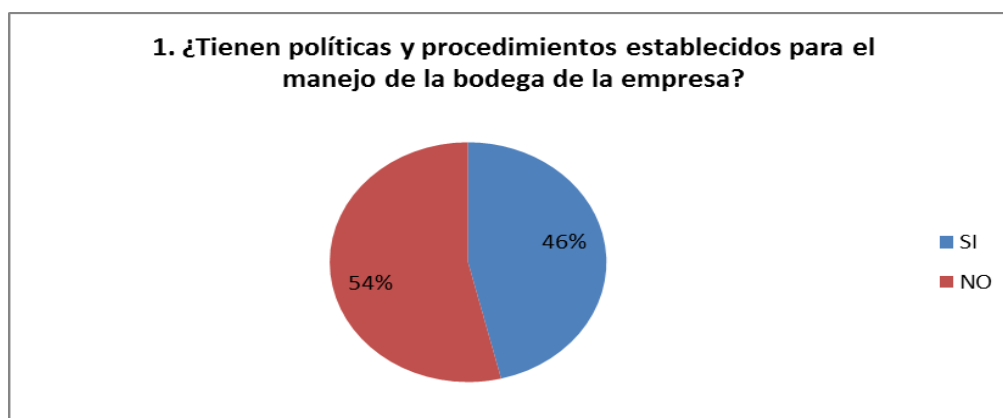


Figura 16: Tienen políticas y procedimientos
Fuente: Empresa “CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

ANÁLISIS

Según los datos obtenidos, el 54% del personal de bodega afirma que no tienen políticas y procedimientos establecidos para el manejo del respectivo departamento, mientras que el 46% restante manifiesta que si tienen políticas y procedimientos establecidos.

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los datos obtenidos las políticas y procedimientos para el departamento de bodega no existen, lo que demuestra que puede traer graves consecuencias la inexistencia de las mismas.

2. ¿Poseen una rotación aceptable de inventarios de la empresa?

Tabla 14: Rotación aceptable de inventarios

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	6	46,15
NO	7	53,85
TOTAL	13	100,00

Fuente: Empresa "CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

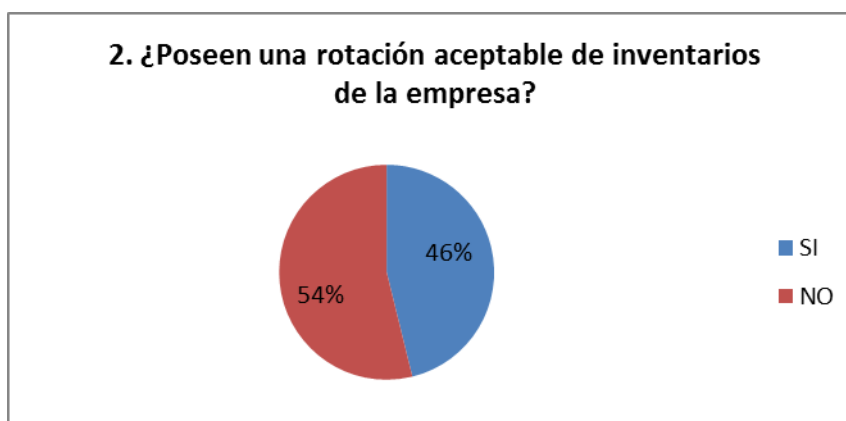


Figura 17: Rotación aceptable de inventarios
Fuente: Empresa "CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

ANÁLISIS

De acuerdo a los datos obtenidos del personal de bodega, el 54% afirma que la empresa no posee una rotación aceptable de inventarios, mientras que el 46% restante manifiesta que la rotación de inventarios es aceptable.

INTERPRETACIÓN

Los resultados obtenidos demuestran que la rotación que mantiene los productos de la empresa no es aceptables, este aspecto es relevante ya que los productos que se comercializan deben estar registrados las rotaciones para la toma de decisiones.

3. ¿Cada qué tiempo realizan control de inventarios?

Tabla 15: Control de inventarios

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
MENSUAL	6	46,15
TRIMESTRAL	4	30,77
SEMESTRAL	2	15,38
ANUAL	1	7,69
TOTAL	13	100,00

Fuente: Empresa “CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)



Figura 18: Control de inventarios
Fuente: Empresa “CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

ANÁLISIS

La información obtenida por parte del personal de bodega correspondiente al 46% afirma que el control de inventarios se lo realiza mensualmente, mientras que el 31% manifiesta que se lo realiza trimestralmente, finalmente el 15% asevera que se realiza semestralmente.

INTERPRETACIÓN

Los datos obtenidos de ésta gráfica manifiestan que las constataciones físicas o control de inventarios se realizan mensualmente, esta información es alentadora ya que de esta forma se tiene un conocimiento certero de lo que ocurre con los inventarios mensualmente.

4. ¿Tiene un sistema informático para el manejo de inventarios?

Tabla 16: Sistema informático para el manejo de inventarios

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	8	61,54
NO	5	38,46
TOTAL	13	100,00

Fuente: Empresa “CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)



Figura 19: Sistema informático para el manejo de inventarios

Fuente: Empresa “CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

ANÁLISIS

Según los datos obtenidos por parte del personal de bodega correspondiente al 62% afirma que poseen un sistema informático para el manejo de inventarios, mientras que el 38% manifiesta que no existe el manejo informático.

INTERPRETACIÓN

El departamento de bodega cuenta con un sistema informático para el manejo de inventarios, lo que resulta una ventaja para la empresa, ya que se obtendrá un manejo adecuado de existencias de inventarios.

5. ¿Realizan sus despachos a tiempo?

Tabla 17: Despachos a tiempo

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	9	69,23
NO	4	30,77
TOTAL	13	100,00

Fuente: Empresa "CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

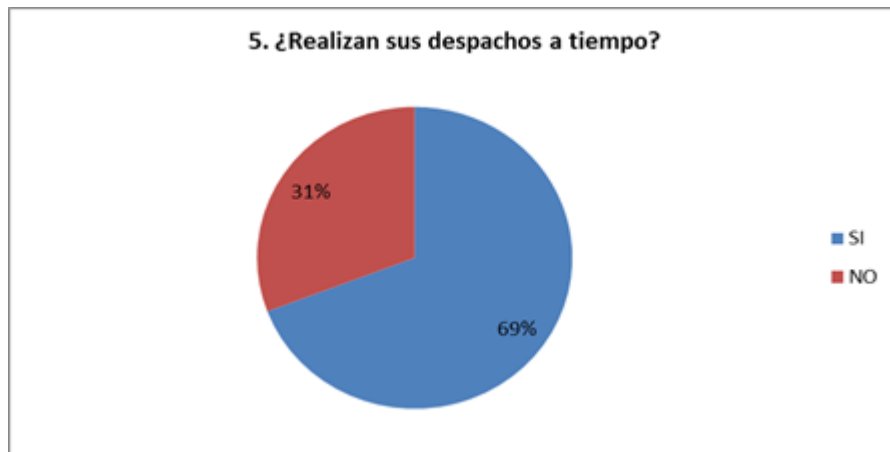


Figura 20: Despachos a tiempo
Fuente: Empresa "CODELITESA S.A
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

ANÁLISIS

De acuerdo a la información obtenida por parte del departamento de bodega el 69% afirma que se realizan los despachos a tiempo mientras que el 31% restante manifiesta que no lo es.

INTERPRETACIÓN

Los datos obtenidos de ésta gráfica manifiestan que la mayor parte de despachos de mercaderías se las realiza a tiempo lo que demuestra eficiencia en cada uno de los pedidos que se realiza, cabe señalar que existe un porcentaje representativa que manifiestan que no se realizan los despachos a tiempo.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN
ENTREVISTA**

“Analizar el Proceso Ventas y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa
CODELITESA S.A, en el año 2013”

Dirigido a: Al personal administrativo de la empresa CODELITESA S. A.

1. ¿Cree Ud. que los vendedores cumplen con exactitud las tareas planificadas mensualmente?

Los vendedores solo cumplen con un 80% del presupuesto mensual.

2. ¿La Empresa cuenta con un adecuado sistema de selección de personal y posee políticas de reclutamiento, inducción, capacitación y desarrollo del personal?

Si bajo los parámetros requeridos.

3. ¿La empresa cuenta con una liquidez suficiente para el desarrollo de sus operaciones?

La empresa cuenta un capital suficiente para las operaciones requeridas lo que nos ha permitido crecer con nuestros supermercados.

4. ¿La empresa tiene las garantías necesarias para otorgamientos de créditos por parte de instituciones financieras?

Si contamos con un patrimonio suficiente para obtener las garantías necesarias.

5. ¿A su criterio cual sería el factor porque sus clientes se encuentran en mora?

Parte de gestión por parte de nuestro equipo de ventas y la economía actual.

6. ¿Tiene políticas y procedimientos establecidos para el otorgamiento de créditos?

Si pero a pesar de tener nuestros colaboradores no cumplen con las garantías necesarias.

7. ¿Realizan la gestión necesaria para disminuir la cartera vencida?

Como empresa si la realizamos con el departamento de cartera, pero muchas de las veces tenemos que actuar como la competencia ya que ellos otorgan más tiempo de cancelación a los clientes.

8. ¿Realizan un control de calidad del proceso de venta?

Este control se lo realiza mediante reuniones semanales entre todo el departamento de venta para ver las novedades de toda la semana.

9. ¿Cree Ud. que la rentabilidad aumentará al mejorar la gestión de ventas?

Si porque al realizar una gestión adecuada en el mercado se optimiza recursos, tiempo y de esa manera se mejora la rentabilidad

10. ¿Se toma en cuenta en la empresa los reclamos y sugerencias que realizan los clientes?

Claro que si ya que para nosotros nuestros clientes son lo más importante para nosotros y tratamos de solucionar inmediatamente lo que requiere nuestro cliente.

4.2 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

La verificación de la hipótesis planteada se efectuará a partir de los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los 21 elementos que forman parte al personal de ventas y administrativo de la empresa CODELITESA S. A. para ello se utilizará el método del Chi – cuadrado.

Planteamiento de la hipótesis.

HA: El proceso de ventas incide en la rentabilidad de la empresa “CODELITESA S.A” en el año 2013.

HO: El proceso de ventas **NO** incide en la rentabilidad de la empresa “CODELITESA S.A” en el 2013.

Verificación de la hipótesis

Frecuencias Observadas

OBSERVADAS (O)			
PREGUNTA RESPUESTA	3	7	SUMATORIA
SI	21	15	36
NO	0	6	6
SUMATORIA	21	21	42

Tabla 18: Frecuencias Observadas
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

Frecuencias Esperadas

ESPERADAS (E)		
PREGUNTA RESPUESTA	3	7
Si	18,00	18,00
NO	3,00	3,00

Tabla 19: Frecuencias esperadas
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

Probabilidad de ocurrencia = 95%

$\infty = 100\% - 95\%$

$\infty = 5\%$

$\infty = 5\% / 100$

$\infty = 0.05$

Regla de decisión

Grado de libertad (gl) = (Filas - 1) (Columnas - 1)

(gl) = (F - 1) (C - 1)

(gl) = (2 - 1) (2 - 1)

(gl) = (1) (1)

(gl) = 1

Se encontró el grado de libertad correspondiente: gl= 1

Proporciones de área para la distribución X²

Grados libertad	Probabilidad de un valor superior - Alfa (α)				
	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
1	2,71	3,84	5,02	6,63	7,88
2	4,61	5,99	7,38	9,21	10,6
3	6,25	7,81	9,35	11,34	12,84
4	7,78	9,49	11,14	13,28	14,86
5	9,24	11,07	12,83	15,09	16,75
6	10,64	12,59	14,45	16,81	18,55
7	12,02	14,07	16,01	18,48	20,28
8	13,36	15,51	17,53	20,09	21,95
9	14,68	16,92	19,02	21,67	23,59
10	15,99	18,31	20,48	23,21	25,19

Tabla 20: Probabilidad de un valor superior
Fuente: Estadística aplicada a administración y economía
Elaborado por: Leonard J. Kazmier

El valor del Chi cuadrado Tabular, según la tabla es de **3,84**

Chi Cuadrado

CHI CUADRADO					
PREGUNTA	O	E	O - E	(O - E) ²	(O - E) ² /E
3	21	18,00	3,00	9,00	0,50
	0	3,00	-3,00	9,00	3,00
7	15	18,00	-3,00	9,00	0,50
	6	3,00	3,00	9,00	3,00
X²					7,00

Tabla 21: Chi Cuadrado
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

El X^2 , calculado es

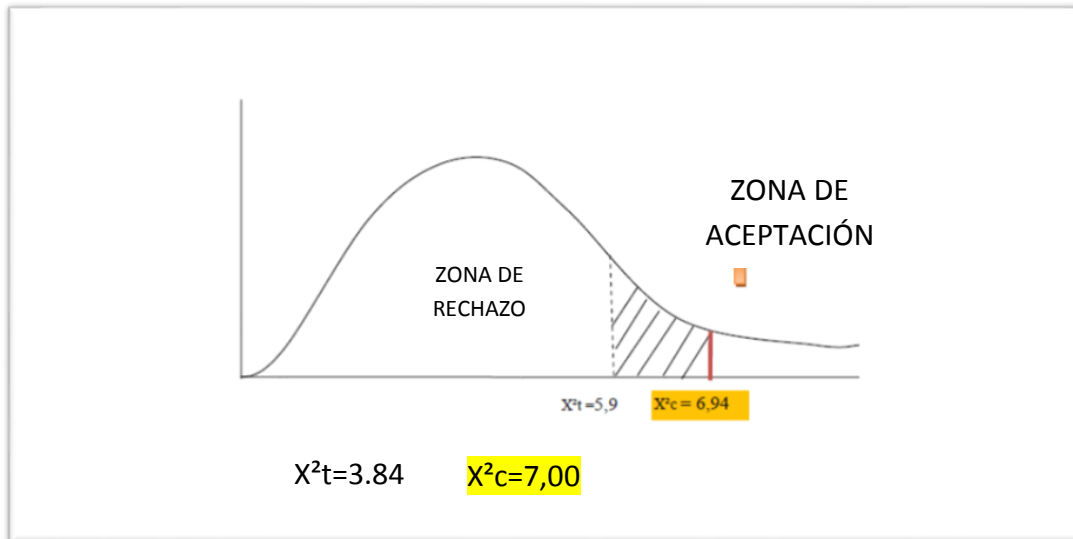


Figura 21: Zonas

Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

Conclusión

Como 7,00 es mayor que 3,84 se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. El proceso de ventas incide en la rentabilidad de la empresa “CODELITESA S.A” en el 2013.

Análisis del presupuesto de ventas

Estadística de Ventas en Dólares por Oficina

DESCRIPCIÓN	VENTAS AÑO 2013	PORCENTAJE
MATRIZ	8.266.335,64	67,43%
SUCURSAL 1	1.632.526,30	13,32%
SUCURSAL2	880.025,69	7,18%
SUCURSAL 3	838.693,67	6,84%
SUCURSAL 4	640.865,55	5,23%

Tabla 22: Estadísticas de ventas por oficina
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)



Figura 22: Ventas por oficina y sucursales.
Fuente: Empresa "CODELITESA S.A"
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

Conclusión:

Se puede observar que del totales de las ventas de la empresa CODELITESA S.A. la matriz represente al 68% la cual represente el mayor ingreso de toda la empresa en las ventas, caserita 3 representa el 13%, caserita 2 y caserita 1 representan el 7% y por ultimo la caserita 4 represente el 5% con las cuales se completa todas las ventas de la empresa.

Análisis del presupuesto versus ventas realizadas año 2013.

MESES	PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 2013	VENTAS REALIZADAS	DIFERENCIA
ENERO	\$ 903.444,30	\$ 807.607,25	\$ 95.837,05
FEBRERO	\$ 831.102,28	\$ 605.886,48	\$ 225.215,80
MARZO	\$ 766.337,72	\$ 663.309,87	\$ 103.027,85
ABRIL	\$ 766.337,72	\$ 786.140,14	\$ -19.802,42
MAYO	\$ 766.638,49	\$ 701.544,51	\$ 65.093,98
JUNIO	\$ 755.601,54	\$ 683.213,06	\$ 72.388,48
JULIO	\$ 766.638,43	\$ 727.836,96	\$ 38.801,47
AGOSTO	\$ 776.755,25	\$ 663.017,75	\$ 113.737,50
SEPTIEMBRE	\$ 768.754,44	\$ 684.014,42	\$ 84.740,02
OCTUBRE	\$ 883.279,92	\$ 752.631,75	\$ 130.648,18
NOVIEMBRE	\$ 859.390,40	\$ 674.960,72	\$ 184.429,68
DICIEMBRE	\$ 781.911,30	\$ 516.172,74	\$ 265.738,56
TOTAL	\$ 9.626.191,79	\$ 8.266.335,64	\$ 1.359.856,15

Tabla 23: Análisis del presupuesto de ventas Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

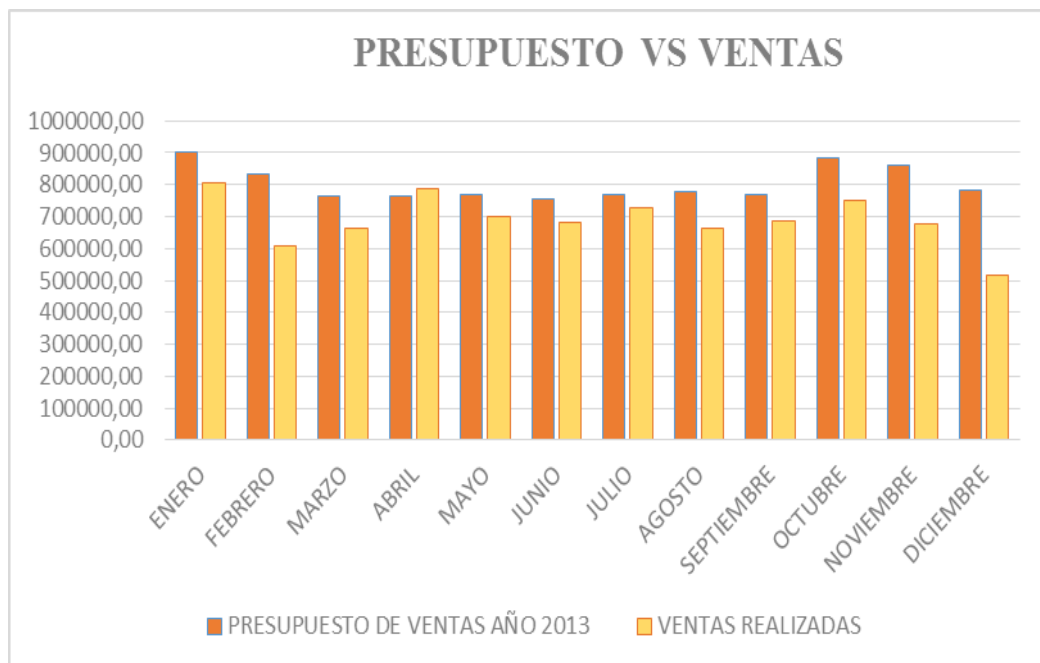


Figura 23: Presupuesto vs ventas. Fuente: Empresa "CODELITESA S.A Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

Conclusión:

Realizando el análisis del presupuesto de ventas versus las ventas realizadas se puede determinar que en el año 2013 el departamento de ventas dejaron de vender \$ 1.359.856,15 el cual si repercute para la rentabilidad de la empresa que dejo de obtener este recurso.

NIVEL DE CUMPLIMIENTO POR MES DEL AÑO 2013

MESES	NIVEL DE CUMPLIMIENTO %
ENERO	89,39%
FEBRERO	72,90%
MARZO	86,56%
ABRIL	102,58%
MAYO	91,51%
JUNIO	90,42%
JULIO	94,94%
AGOSTO	85,36%
SEPTIEMBRE	88,98%
OCTUBRE	85,21%
NOVIEMBRE	78,54%
DICIEMBRE	66,01%
TOTAL	85,87%

Tabla 24: Nivel de cumplimiento del presupuesto por mes.
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

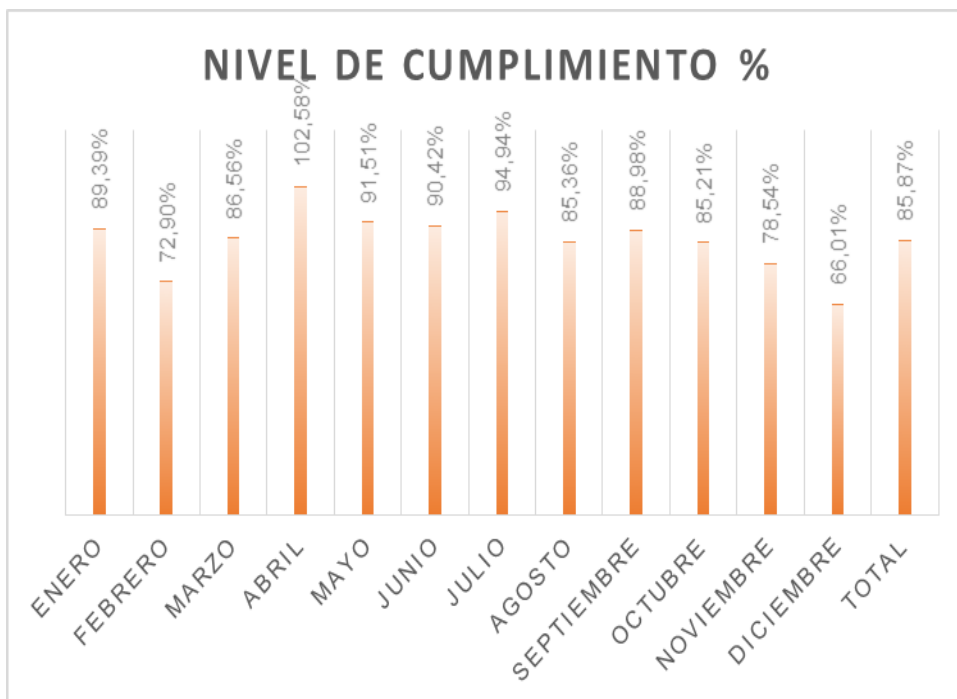


Figura 24: Nivel de cumplimiento de presupuesto por mes.

Fuente: Empresa "CODELITESA S.A

Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

Conclusión:

El promedio del presupuesto de ventas podemos observar que solo se cumplió con un 85,87% del presupuesto en el año 2013 determinando que el peor mes de cumplimiento es el mes de Diciembre con un cumplimiento solo del 66,01%.

Ventas generadas por vendedores

VENDEDORES	VENTAS EN DOLARES	PORCENTAJE
VENDEDOR 1	1.236.963,43	14,96%
VENDEDOR 2	921.862,39	11,15%
VENDEDOR 3	889.510,76	10,76%
VENDEDOR 4	833.770,88	10,09%
VENDEDOR 5	707.167,51	8,55%
VENDEDOR 6	682.537,35	8,26%
VENDEDOR 7	673.244,11	8,14%
VENDEDOR 8	657.946,73	7,96%
VENDEDOR 9	601.538,52	7,28%
VENDEDOR 10	531.116,06	6,43%
VENDEDOR 11	530.677,90	6,42%
TOTAL	8.266.335,64	100,00%

Tabla 25: Estadísticas de ventas por vendedor.
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

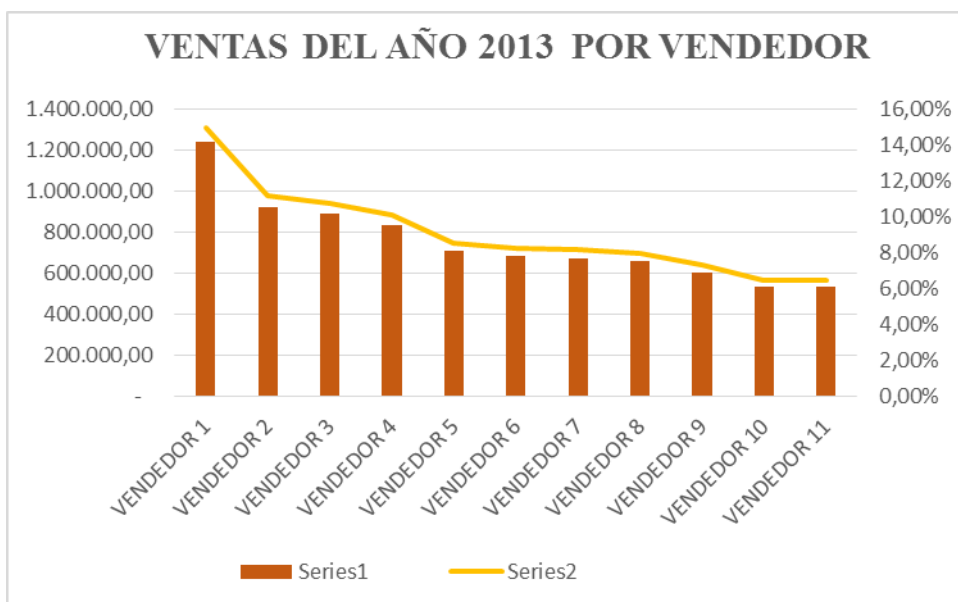


Figura 25: Ventas por vendedor.
Fuente: Empresa "CODELITESA S.A"
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

Conclusión:

En este análisis se puede determinar el nivel de cumplimiento de cada vendedor y cuanto sumaron a la empresa en sus ventas totales de todo el año 2013, el cual observamos que el Vendedor a cumplido con un 14,96%, seguido del Vendedor 2 con un 11,75% los cuales cumplen con el proceso de ventas adecuado pero del resto de los vendedores que se mantiene del 9% no cumplen con su proceso de ventas adecuado.

Análisis de Horizontal

CODELITESA S.A.				
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS				
NOMBRE CUENTA	SALDO ACUMULADO(2012)	SALDO ACUMULADO(2013)	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
I N G R E S O S	-	-		
VENTAS	13.783.820,38	13.094.539,01	-689.281,37	-5,26%
DESC.DEV.Y RECGS.EN VENTAS	-1.247.272,13	-903.112,02	344.160,11	-38,11%
OTROS INGRESOS OPERACIONALES	622,00	461,01	-160,99	-34,92%
TOTAL VENTAS NETAS	12.537.170,25	12.191.888,00	-345.282,25	-2,83%
INGRESOS EXCENTOS	29.089,79	16.921,37	-12.168,42	-71,91%
TOTAL I N G R E S O S	12.566.260,04	12.208.809,37	-357.450,67	-2,93%
COSTO DE VENTAS	11.449.284,43	10.938.583,58	-510.700,85	-4,67%
DESC. DEVOL. Y RECARGOS EN COMPRAS	390.818,09	396.446,03	5.627,94	1,42%
TOTAL COSTOS OPERACIONALES	11.058.466,34	10.542.137,55	-516.328,79	-4,90%
UTILIDAD BRUTA	1.507.793,70	1.666.671,82	158.878,12	9,53%
E G R E S O S				
G. SUELDOS, SALARIOS Y REMUNERACIONES	208.730,38	201.240,51	-7.489,87	-3,72%
G. APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL	36.320,77	38.589,85	2.269,08	5,88%
G. BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	36.532,86	35.824,92	-707,94	-1,98%
G. PROVISION PARA JUBILACION	2.339,00	12.529,00	10.190,00	81,33%
G. HONORARIOS COMISIONES Y DIETAS PERS.N	3.095,00	2.282,01	-812,99	-35,63%
G. MANTENIMIENTOS Y REPARACIONES	39.963,50	13.359,13	-26.604,37	-199,15%
G. COMISION A SOCIEDADES	-	140,49	140,49	100,00%
G.SUMINISTROS DE OFICINA	21.216,71	25.924,94	4.708,23	18,16%
G. COMBUSTIBLES	1.048,68	59,37	-989,31	-1666,35%
G. SEGUROS SALUD	146,53	5.111,26	4.964,73	97,13%
G. SEGUROS Y REASEGUROS	10.956,30	24.791,96	13.835,66	55,81%
GASTOS DE TRANSPORTE	5.488,56	6.369,13	880,57	13,83%
GASTOS DE GESTION	3.014,88	6.284,33	3.269,45	52,03%
OTROS GASTOS LOCALES	63.421,01	44.200,42	-19.220,59	-43,49%
SERVICIOS BASICOS	22.959,00	28.574,92	5.615,92	19,65%
NOTARIOS Y REGISTRADORES DE LA PROPIEDAD	166,68	156,49	-10,19	-6,51%
IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y OTRAS	18.972,65	12.429,64	-6.543,01	-52,64%
GASTO DEPRECIACION	127.640,02	117.966,72	-9.673,30	-8,20%

GASTO DE AMORTIZACIONES	4.997,78	3.843,87	-1.153,91	-30,02%
PROVISION DE CUENTAS INCOBRABLES	7.386,86	7.843,90	457,04	5,83%
INTERESES Y COMISIONES BANCARIAS	41.515,19	28.600,06	-12.915,13	-45,16%
INTERESES PAGADOS A TERCEROS	-	1.217,20	1.217,20	100,00%
GASTOS DE VIAJE	5.332,37	-	-5.332,37	-100,00%
PERDIDA EN VENTA DE ACTIVOS	38,73	7,60	-31,13	-409,61%
GASTO MULTAS-INTERESES	29.278,19	68.707,22	39.429,03	57,39%
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	13.887,03	11.512,21	-2.374,82	-20,63%
G. ARRENDAMIENTOS	61.956,53	184.021,76	122.065,23	66,33%
G. SUM. Y HERRAM. COMPUTACION		5,31	5,31	100,00%
TOTAL GASTOS DE OPERACION	766.405,21	881.594,22	115.189,01	13,07%
GASTOS DE VENTAS	-	-		
G. SUELDOS, SALARIOS Y REMUNERACIONES	199.855,37	192.870,74	-6.984,63	-3,62%
G. APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL	43.302,69	45.944,57	2.641,88	5,75%
G. BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	48.671,49	49.909,80	1.238,31	2,48%
G. HONORARIOS COMISIONES Y DIETAS PERS.N	70.191,79	54.239,37	-15.952,42	-29,41%
G. MANTENIMIENTOS Y REPARACIONES	93.408,56	121.128,90	27.720,34	22,88%
GASTO AJUSTE DECIMALES	0,27		-0,27	-100,00%
G. PROMOCION Y PUBLICIDAD	39.648,61	25.717,75	-13.930,86	-54,17%
G. COMBUSTIBLES	26.343,04	24.532,80	-1.810,24	-7,38%
G. LUBRICANTES	5,36	25,03	19,67	78,59%
G. SEGUROS Y REASEGUROS	7.564,55	2.274,30	-5.290,25	-232,61%
G. SUMINISTROS Y MATERIALES	46.572,41	35.310,91	-11.261,50	-31,89%
GASTOS DE TRANSPORTE	3.412,41	15.298,84	11.886,43	77,69%
GASTOS DE GESTION	5.741,25	3.135,28	-2.605,97	-83,12%
GASTOS HOSPEDAJE	11.797,89	5.093,28	-6.704,61	-131,64%
GASTOS ALIMENTACION	42.504,76	45.424,38	2.919,62	6,43%
NOTARIOS Y REGISTRADORES DE LA PROPIEDAD	152,57	-	-152,57	-100,00%
IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y OTRAS	5,00	-	-5,00	-100,00%
PROVISION DE CUENTAS INCOBRABLES	9.576,81	-	-9.576,81	-100,00%
INTERESES Y COMISIONES BANCARIAS	865,02	732,26	-132,76	-18,13%
INTERESES PAGADOS A TERCEROS	528,24	1.078,86	550,62	51,04%
GASTOS A SER REEMBOLSADOS	343,00	-	-343,00	-100,00%

GASTO MULTAS- INTERESES	12.204,28	80.205,02	68.000,74	84,78%
GASTOS IMPUESTO A LA RENTA	94.995,46	88.746,45	-6.249,01	-7,04%
TOTAL GASTOS DE VENTAS	757.690,83	791.668,54	33.977,71	4,29%
TOTAL E G R E S O S	1.524.096,04	1.673.262,76	149.166,72	8,91%
PERDIDA	-16.302,34	-6.590,94	9.711,40	-147,34%

**Tabla 26: Análisis horizontal del estado de pérdidas y ganancias
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)**

En el presente análisis horizontal podemos observar que existe un decrecimiento de las ventas en un 2,83% lo que ocasiona que se sigue manteniendo en pérdida al final de los períodos analizados lo cual no es favorable para la rentabilidad de la empresa.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Existe una deficiencia en la gestión al proceso ventas, debido a que no aplican técnicas de ventas tal como nos muestra en la encuesta al personal de la empresa donde afirmar lo anterior con un NO un 33,33% y a veces un 42,86%, todo el personal investigado piensa que se debe realizar una reingeniería en el proceso venta y de esta manera mejorar la rentabilidad.
- Se pudo determinar también que mediante un análisis al presupuesto de las ventas totales del año 2013, el 32% corresponde a ventas de sucursales y el 68% de las ventas pertenece a matriz, siendo este el principal ingreso de las ventas influidas al presupuesto, de las cuales mediante la gestión realizada por los vendedores llegaron a cumplir con el 85.87 % de las ventas presupuestadas.
- Al analizar dos periodos podemos observar que existe un disminución en las ventas de un 2,83% lo cual es perjudicial para la empresa, determinando de esta manera a inexistencia en la gestión realiza por el departamento de ventas.
- El departamento de ventas no cuenta con políticas y procedimientos que regulen a un buen funcionamiento provocado por la falta de

capacitaciones al personal de ventas, lo cual puede ser un factor predominante al momento para no mejorar la rentabilidad de la misma.

RECOMENDACIONES

- Al existir una relación directa entre la gestión de políticas y procedimientos del departamento de ventas y la rentabilidad de la empresa, la solución al problema planteado sería la creación e implementación de políticas y procedimientos al departamento de ventas.
- Se recomienda la implementación de tecnología GPS para determinar, evaluar el desempeño de cada uno de los vendedores mediante su gestión de ventas diaria en cada una de las rutas asignadas.
- Dar el seguimiento correspondiente a cada una de los presupuesto individuales y mensuales para la toma de decisiones oportunas a través de la misma establecer la mejora continua y de esta manera fortalecer el crecimiento de la rentabilidad.
- Realizar un manual de procedimientos y políticas que norme el funcionamiento del departamento de ventas y mejorar la gestión realizada del mismo.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

TÍTULO: Políticas y procedimientos para mejorar el proceso ventas y por ende cumplir con los presupuestos y de esta forma contribuir a mejorar la rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A.

INSTITUCIÓN EJECUTORA: CODELITESA S.A.

UBICACIÓN: Provincia de Tungurahua.

BENEFICIARIOS: Propietarios, directivos y personal de la empresa CODELITESA S.A.

TIEMPO ESTIMADO PARA LA EJECUCIÓN: 5 meses

EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE: La investigadora

6.2 ANTECEDENTES PROPUESTA

Según **Cristina Monserrath (2012:98)** con la propuesta “Diseño de un Modelo de Control Interno basado en Políticas y Procedimientos Contables para La Cooperativa de Transportes Tungurahua”, previo a la obtención de Ing. en Contabilidad y Auditoría CPA. En la Universidad Técnica de Ambato. Con el objetivo principal “Diseñar un Modelo de control interno basado en de políticas y procedimientos contables para mejorar la rentabilidad de la Cooperativa de Transportes Tungurahua”

A lo que comenta lo siguiente:

La propuesta de un Manual de Políticas y Procedimientos Contables permitirá una mejor coordinación de funciones al ser desempeñadas de una mejor forma las obligaciones de los empleados, estableciendo entonces un ambiente en el que éstos o cualquier persona que ingrese nuevo a la organización se sienta con agrado de realizar su trabajo proporcionado así un ambiente laboral más agradable. Además permitirá salvaguardar de mejor manera los activos de la empresa ya que al estar estos bien protegidos se evitará que la entidad obtenga pérdida de dinero ayudando así a la rentabilidad de la empresa.

De acuerdo a **Yadira Araceli Herrera Martínez (2007:108,201)** con la siguiente tema de la propuesta “Auditoría del control interno del proceso de ventas y distribución”, previo a la obtención del título en Ingeniera en Finanzas Contador Público Auditor en la Escuela Politécnica del Ejército, Sangolquí, con el objetivo de:

Determinar el grado de cumplimiento de reglamentos que rigen para el área de ventas y distribución.

Determinar la eficiencia y eficacia de los procedimientos de Ventas y distribución de Tesalia Springs Company

Verificar los procedimientos de control interno establecidos para el área de ventas y distribución.

Emitir conclusiones y recomendaciones relacionadas la administración del control, ejecución, y coordinación con el proceso de ventas y distribución.

Llegando a la siguiente conclusión:

La auditoría del Control Interno permite determinar a través de un examen analítico, sistemático y continuo, áreas críticas o procedimientos deficientes mediante la aplicación de pruebas y técnicas, así como también la aplicación de normar y leyes para emitir opción profesional que ayudara a la consecución de los objetivos por ende a la mejor continua de la empresa.

De acuerdo a **Dennys Martín García Cárdenas & Guillermo Vitaliano Ubilla Vásquez (2012:132,182)** con la propuesta “Desarrollo de Manual de Procedimientos para Mejorar el Proceso de Control Interno en la empresa Intervisatrade S.A.” previo a la obtención del título en Ingeniería en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil. Con el objetivo de:

Definir políticas y procedimientos para el adecuado control interno, permitiendo un ágil y adecuado flujo de procesos.

Definir responsabilidades en los procedimientos ejecutados en la organización.

Realizar propuestas que ayuden a mantener de forma correcta los procesos administrativos.

Buscar la optimización de recursos.

Dando la siguiente conclusión:

Por lo tanto a cada uno de los procedimientos analizados y que muestran ciertas falencias, hemos establecido la importancia de la implementación de un manual de políticas y procedimientos a ser considerados por la administración y altos mandos de la compañía con el propósito de formalizar la información interna y mantener controles necesarios en la empresa.

Según Erika Beatriz Falquez León & Evelyn Anabel Paredes Hidalgo (2012:74,112) con el tema “Diseño de los Manuales de Procedimientos para las Áreas de Compras y Ventas de Mercaderías de la Distribuidora AJ” previo a la obtención del título en Ingeniería en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil. En su propuesta de Manual de Procedimientos para el Área de Ventas de Mercadería con el objetivo general:

Optimizar las actividades diarias en la Distribuidora, direccionar al personal para que realicen las tareas asignadas evitando duplicidad, y el procedimiento de ventas de mercadería siga un proceso lógico y con la documentación necesaria para obtener excelentes resultados.

A lo que menciona la siguiente conclusión:

Para mantener un adecuado control sobre los activos de la Distribuidora, se debe velar por establecer medidas que faciliten la conciliación de los valores. El personal de logística es el encargado de la recaudación de valores a los clientes, y para su gestión llevan las copias de las facturas, en algunos casos no se recauda el total de las facturas, y entre la premura de la cobranza por el riesgo existente en el sector, se pierde el control sobre las facturas a las que se aplica la cobranza, disminuyendo la eficiencia en la conciliación entre los valores recibidos y las facturas enviadas a cobro.

6.3 JUSTIFICACIÓN

En el mundo actual frente al avance tecnológico y el nivel intelectual, las empresas comerciales se ven en la obligación de buscar soluciones a sus problemas y al mismo tiempo estrategias que les permitan ser líderes en los mercados y cada vez más competitivas frente a otras.

En definitiva muchas razones que impulsan al investigadora a analizar las distintas debilidades y problemas que se han estado surgiendo en la empresa CODELITESA S.A., encontrando como más comunes: las técnicas para efectuar ventas de interacción con el cliente son poco usuales, los vendedores no reciben ningún tipo de capacitación para mejorar su rendimiento con lo que respecta a las ventas, la inexistencia de políticas y procedimientos para el desarrollo de funciones en el departamento de ventas y que tampoco existe una rotación aceptable de inventarios en la empresa, etc., disminuyendo así la rentabilidad de la empresa y el incumplimiento de los objetivos que la entidad se ha planteado.

Por estas razones el investigador se ve motivado a plantearse como alternativa de solución el desarrollo de Políticas y procedimientos que permitan mejorar el proceso ventas y por ende cumplir con los presupuestos y de esta forma contribuir a mejorar la rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A.

Con el motivo de a través un manual de políticas y procedimientos cada funcionario tenga el preciso conocimientos de lo que debe desarrollar en sus distintas funciones eliminando debilidades y problemas hallados y mejorando principalmente el proceso que se lleva a cabo para realizar las ventas e incrementando la rentabilidad de la compañía.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 Objetivo General

Desarrollo de políticas y procedimientos que permitan mejorar el proceso ventas y de esta forma contribuir a mejorar la rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A.

6.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar las políticas y procedimientos del proceso de ventas de la empresa CODELITESA S. A.
- Evaluar las políticas y procedimientos del proceso de ventas de la empresa CODELITESA S. A.
- Desarrollar políticas y procedimientos que optimicen el proceso de ventas de la empresa CODELITESA S. A.

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Ambiental:

En el presente proyecto de investigación al desarrollar y aplicar la propuesta realizada sobre políticas y procedimientos para mejorar el proceso de ventas, con esto también se pretende disminuir los niveles estadísticos de riesgos y enfermedades que los trabajadores pueden contraer en la empresa, creando un mejor ambiente laboral sin ningún costo adicional.

Económica:

De igual forma la propuesta desarrollada en este capítulo se enfoca en la parte financiera de la empresa, ya que al diseñar políticas y procedimientos para mejorar el proceso de ventas la entidad tendrá mayores beneficios económicos, cabe recalcar que la misma va a financiar el presente proyecto por lo que se le considera factible.

Socio- Cultural:

Dentro del proyecto se toma en cuenta la actividad de capacitación al personal de dichas políticas y procedimientos para que este conozca cómo debe realizar o manejar sus respectivas funciones, lo cual consolidará la calidad de administración empresarial y por ende los resultados del desempeño laboral de los trabajadores sean de manera eficaz y oportuna.

Organizacional:

En lo que compete a la factibilidad organizacional sobre la propuesta del diseño de políticas y procedimientos se llevara a cabo, debido a que la empresa cuenta con un personal potencial el mismo que se busca capacitarlo para que el proceso de ventas que desarrolla mejore de manera eficaz y oportuna, logrando que los objetivos planteados sean cumplidos a cabalidad.

Tecnológica:

En la actualidad la tecnología es uno de los factores más relevantes en el comercio empresarial, siendo de soporte en los distintos procesos productivos y al mismo tiempo en la optimización de recursos, al ejecutar la presente propuesta se pretende que las ventas incrementaran por lo que la empresa se verá en la obligación de adquirir tecnología que permita que la entidad seguir siendo competitiva al cumplir las exigencias del cliente.

6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA**6.6.1 Concepto de las 5 Es:****Eficiencia**

Según la Academia mexicana de Auditoria Integral en el libro de Maldonado Milton. (2011:23). “La eficiencia consiste en lograr la utilización más productiva de bienes materiales y de recursos humanos y financieros.”

Según MKME en el libro de Maldonado Milton. (2011:23), define a la eficiencia como “el grado óptimo y racional con que se utilizan los recursos humanos, financieros, tecnológicos, materiales y el tiempo.”

Eficacia

Según la Academia mexicana de Auditoria Integral en el libro de Maldonado Milton. (2011:23). “Es el grado en que los programas están consiguiendo los objetivos propuestos.”

Efectividad

Según Maldonado Milton. (2011:27). La efectividad o la eficacia es el grado en que son alcanzados, en forma continua, los objetos de los programas y los efectos esperados en una entidad. Otros conceptos relacionados son eficacia operacional y eficacia organizacional.

Cuando se habla de eficacia operacional se refiere al logro de los resultados esperados pero relacionándolos con los sistemas de entrega de los bienes y servicios producidos y al rendimiento o eficiencia de dichos sistemas.

La eficacia organizacional, es un concepto aún más amplio y se refiere a la capacidad total de la entidad y las interacciones dentro de la planificación estratégica, estructuras y procesos Administrativos y los recursos humanos y financieros, todos en relación con las metas de la organización y el ambiente externo.

Economía

Según la Academia mexicana de Auditoria Integral en el libro de Maldonado Milton. (2011:24). “Economía se refiere a los términos y condiciones conforme a los cuales se adquieren bienes y servicios en cantidad y calidad apropiadas, en el momento oportuno y a menor costo posible.”

De acuerdo a Maldonado Milton. (2011:25). Por economía se entiende los términos y condiciones bajo los cuales la administración debería adquirir

los insumos del proceso productivo (recursos financieros, humanos, materiales y tecnológicos). Economía significa obtener la cantidad y calidad justa de los recursos, el tiempo, lugar y costo justo.

Ética

Según la Academia mexicana de Auditoría Integral en el libro de Maldonado Milton. (2011:24). La ética es parte de la Filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre.

La conducta del personal en función a sus deberes contemplados en la Constitución, las leyes, las normas de buenas costumbres de la sociedad. El Código de Conducta o Ética de la entidad, son susceptibles a evaluarse en una Entidad.

El informe COSO contiene una buena orientación para su evaluación.

Ecología

Según la Academia mexicana de Auditoría Integral en el libro de Maldonado Milton. (2011:24). Podrá definirse como el examen y evaluación al medio ambiente, el impacto al entorno y la propuesta de soluciones reales y potenciales.

Es interminable la lista de motivos por los cuales el hombre ha causado daños irreparables a la naturaleza. Es tal el daño que los países desarrollados están dedicando ingentes recursos para proteger el medio ambiente. La enseñanza que en esta materia recibe el educando en las aulas, el hogar y por los medios de comunicación es importante.

6.6.2 Fases de la auditoría de gestión según varios autores

En el libro de Maldonado Milton. (2011:41, 42, 43), constan las fases de la auditoría según varios autores:

➤ **ILACIF**

A inicios de la década del 70 se contaba con el Manual Latinoamericano de Auditoría Profesional del Sector Público editado por el Instituto Latinoamericano de Ciencias Fiscalizadoras ILACIF, actualmente OLACEFS, propuso 5 fases: Estudio preliminar, Revisión de legislación, políticas y normas, evaluación de control interno, desarrollo de hallazgos, comunicación de resultados; y, monitoreo de recomendaciones.

La primera fase es justificable para una auditoría realizada por la ISA que no conoce a la entidad más no por la Auditoría Interna (opcional). Estas fases, en su mayoría se han tomado para la propuesta ecléctica.

➤ **Instituto Mexicano de Contadores Públicos IMCP**

El IMCP en cambio tiene una propuesta de tres fases y sus respectivas sub fases:

Fase 1. Familiarización, que contempla el estudio del medio (que sería para el caso de una auditoría externa), estudio de la gestión administrativa (breve visión) y visita de las instalaciones.

Fase 2. Investigación y análisis que contempla entrevistas, evaluación de la gestión administrativa y examen de la documentación.

Fase 3. Diagnóstico con una fase creativa que considera ensayar el modelo conceptual de la estrategia administrativa, prioridad que debe darse a los elementos del modelo y costo- beneficio del modelo diseñado. Una segunda sub fase es la re verificación de los hallazgos y la última es el informe.

➤ **Academia Mexicana de la Auditoría Integral**

Esta organización mexicana, propone 5 fases con sus respectivas sub fases:

Fase I. Análisis general y diagnóstico que comprende evaluación preliminar, plan de trabajo, ejecución y diagnóstico.

Fase II. Planeación estratégica con determinación de objetivos, elaboración del programa, determinación de recursos y seguimiento del programa.

Fase III. Ejecución, que contempla obtención de evidencias, técnicas y recursos y finalmente coordinación y supervisión.

Fase IV. Informe de resultados que contempla observaciones y oportunidades de mejora, estructura, contenido y presentación; discusión con el cliente y definición de compromisos e informe ejecutivo.

Fase V. Diseño, implantación y evaluación con sus respectivas sub fases: diseño, implantación y evaluación. Nota. Esta fase de la Academia se toma para la propuesta ecléctica bajo el nombre de monitoreo estratégico para empatar con el concepto de supervisión a que hace mención el informe COSO y por la estrategia que deben definir el auditor y la administración para lograr la implantación efectiva de las recomendaciones, a través de un líder y un equipo propuesto para este fin.

➤ Según **Michael Graig — Cooper y Philippe de Backer** en su obra Auditoría de Gestión- que está orientada a la auditoría de recursos humanos, sostienen las siguientes fases:

- Definición del problema y determinación de estrategia.
- Documentación de la presente organización y determinación de los perfiles de talento requeridos.
- Entrevistas individuales múltiples de ejecutivos y consolidación de hallazgos.
- Valoración sistemática de individuos, equipos y estructuras internas.

- Conclusiones y recomendaciones para el desarrollo individual del ejecutivo.
- Retroacción individual.

6.6.3 Limitaciones del control interno

De acuerdo a Maldonado Milton. (2011:57, 58).

Transcripción de la Guía Internacional de Auditoría N° 6:

"El control interno puede proporcionar solamente una seguridad razonable de que lleguen a alcanzarse los objetivos de la administración a causa de limitaciones inherentes al mismo control interno, tales como:

- a) El requisito usual de la administración de que un control es eficaz en relación a su costo; es decir, que el costo de un procedimiento de control no sea desproporcionado a la pérdida potencial debida a fraudes o errores;
- b) El hecho de que la mayoría de los controles tiendan a ser dirigidos a tipos de operaciones esperadas y no a operaciones poco usuales;
- c) El error humano potencial debido a descuido, distracción, errores de juicio o comprensión equivocada de instrucciones;
- d) La posibilidad de burlar los controles por medio de colusión con partes externas a la entidad o con empleados de la misma;
- e) La posibilidad de que una persona responsable de ejercer el control pudiera abusar de esa responsabilidad, por ejemplo, un miembro de la administración que violara algún control;
- f) La posibilidad de que los procedimientos pudieran llegar a ser inadecuados debido a cambios de las condiciones y que el cumplimiento con esos procedimientos pudiera deteriorar el control.

6.6.4 Símbolos del Flujoograma

De acuerdo a Maldonado Milton. (2011:62, 63). Con flujoogramas de la propia entidad o con flujoogramas elaborados por el propio auditor también se evalúa el control interno.

Símbolos

Es muy extensa la lista de símbolos para flujoogramas, pero el auditor para ganar tiempo reduce los símbolos al mínimo número posible, y a la derecha del símbolo puede escribir con más amplitud conceptos explicativos. El objetivo del flujoograma es detectar:

- Puntos fuertes
- Puntos débiles
- Controles clave

De esta manera el auditor tiene una visión del control inter-y precia globalmente los sistemas y subsistemas. De esta evaluación saldrán las áreas críticas para la siguiente fase.


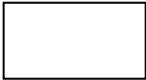
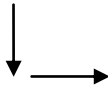
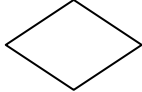



SÍMBOLOS MÁS UTILIZADOS EN UN FLUJOGRAMA	
DESCRIPCIÓN	SÍMBOLO
Documento	
Registro y/o procedimiento	
Líneas de dirección	
Decisión	
Archivo Permanente o temporal; almacenamiento	
Conector	
Frecuencia de tiempo	

Figura 26: Símbolos del Flujoograma
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

6.6.5 Las 9 Es de la auditoría del futuro

Según Maldonado Milton. (2011:133, 134, 135, 136). Las 9 Es de la auditoría del futuro a pesar que en el curso de Auditoría de Gestión se hace referencia a las tres primeras. Es que se evaluaban anteriormente: eficiencia, efectividad, economía: actualmente se incorporan ética y ecología. Sin embargo, con un criterio muy optimista cabe señalar que algún día se evaluarán las 9 Es.

I. EFICIENCIA. Definida como el grado (más óptimo posible) en la utilización de los recursos humanos, materiales, financieros, tecnológicos y tiempo.

2. EFICACIA O EFECTIVIDAD. Que debe establecer como el grado de cumplimiento de metas preestablecidas.

Con la incorporación de la Planificación Estratégica, la evaluación de eficacia contribuye a retroalimentar los sistemas administrativos en el tiempo y el espacio. Permite reforzar las fortalezas y aprovechar las oportunidades de la entidad; y, atenuar las debilidades y amenazas. A su vez, coadyuva a solidificar la misión institucional para proyectar su visión de futuro.

3. ECONOMÍA. Trabajar con los mejores y menores costos posibles sin desperdicio innecesario. Especialmente, en épocas de crisis para empresas y gobiernos con problemas de escasez de recursos y altos costos, es imperioso el ahorro y uso económico de los bienes.

4. ECOLOGÍA. A pesar que la preocupación por el medio ambiente y la depredación de los recursos se dio inicio en Roma en 1972; poco a poco se va desarrollando el control ambiental. Van apareciendo normas ambientales que deben cumplir las entidades públicas y privadas y es función del auditor evaluar su cumplimiento para evitarse problemas. Recuerde quien depreda paga.

La auditoría ambiental, asociada con el color verde, es parte del informe de auditoría.

5. ÉTICA. Como la corrupción administrativa ha llegado a niveles inconcebibles, la propia sociedad va tomando conciencia de los problemas y dando soluciones de carácter ético.

No sólo los códigos de ética de los profesionales están en vigencia y deben cumplirse; sino que los gobiernos coadyuvan con leyes que deben cumplirse.

Si bien a un tema delicado y nuevo el control ético, no es menos cierto que la ética y moral tienen reglas antiguas como la humanidad. Por lo tanto, se requerirá una decisión política de cada entidad para evaluar la ética e informar con el mayor cuidado sobre este delicado campo.

Se sugiere consultar el Informe COSO donde hay una buena orientación para que el auditor pueda evaluar el componente de ética.

6. EXCELENCIA. A pesar del refrán que dice "Lo perfecto es enemigo de lo bueno", el Papa Juan Pablo II en su obra "Cruzando el umbral de la esperanza", sostiene que el ser humano puede llegar a la perfección.

Los avanzados sistemas de Control de Calidad o Calidad Total, tienen como meta de producir artículos con cero defectos.

Toda obra humana es perfectible y por ello el auditor con sus informes debe proponer recomendaciones para mejoras reales o potenciales.

Es una equivocación creer que el departamento de Auditoría Interna debe desaparecer porque la entidad entra en un sistema de calidad total.

Sin pretender llegar a la perfección, una entidad puede llegar a la excelencia y en ese plano el auditor puede contribuir positivamente con sus informes.

7. EDUCACIÓN. La administración del futuro gravitará alrededor de los recursos humanos.

Los viejos paradigmas que la capacitación con una pérdida de tiempo y dinero cambian por el de inversión y desarrollo institucional. Mientras en nuestros países se planifican 40 horas de capacitación muchos otros invierten 200 horas anuales como mínimo.

Por lo tanto, al evaluar el delicado sistema de talento humano es de suma importancia para la entidad el evaluar la capacitación y desarrollo profesional como parte del permanente proceso de educación del ser humano.

8. EQUIDAD. El concepto de desarrollo sostenible contenido en el informe Brunhland considera tres vertientes principales:

«Crecimiento económico, Justicia (equidad) social y Equilibrio ecológico»

Los países a futuro tendrán que entrar en la auditoría social y dentro de ella propender a un equilibrio y armonía entre gobernantes y gobernados, y empresarios y trabajadores. El criterio de equidad se asocia con el de ética; prueba de ello es el concepto de una empresa francesa que en una carta de compromiso, su ética se formula en el respecto equilibrado de los seis asociados principales que son: Empresa, cliente, proveedores, accionistas, asalariados y el Estado (Fuente La Ética en los negocios de Gélínier).

Llegará el día que el equilibrio social y ecológico dejen de ser utopías y el auditor contribuirá a que estas sean una realidad.

6.-EMANCIPACIÓN. Si bien la libertad política de nuestros países se dio el siglo pasado, lamentablemente no se ha dado una emancipación económica y de pensamiento.

6.7 MODELO OPERATIVO

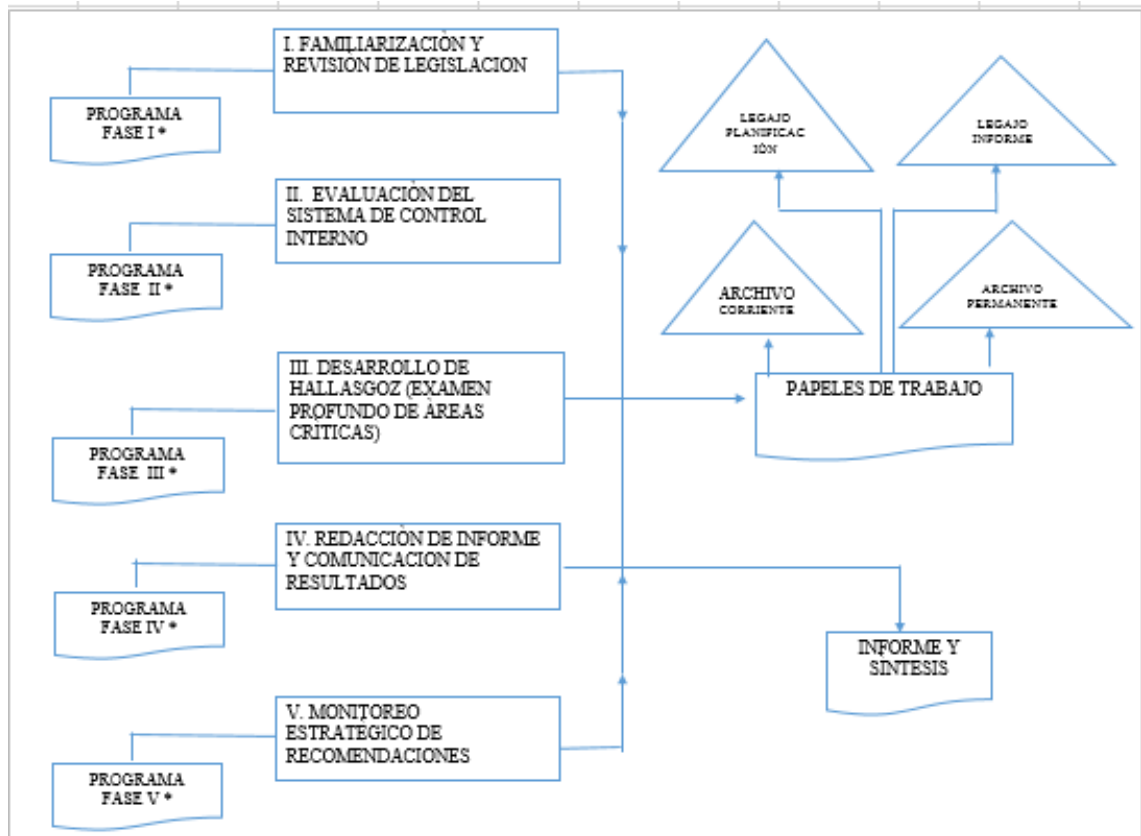


Figura 27: Modelo operativo
Investigado por: GAMBOA Paulina (2014)

AUDITORIA DE GESTIÓN
AL PROCESO VENTAS
DE LA EMPRESA CODELITESA S.A.

FASES

Fase I Familiarización y Revisión

Fase II Evaluación del sistema del control interno

Fase III. Desarrollo de Hallazgos (Examen profundo de áreas críticas)

Fase IV. Redacción de informe y comunicación de resultados

Fase V. Monitoreo Estratégico de Recomendaciones

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ARCHIVO PERMANENTE

ÍNDICE	REF. P/T
Información general de la empresa	AP1
Antecedentes	AP2
Misión y Visión	AP3
FODA	AP4
Organigrama Estructural	AP5
Balance General	AP6
Estado de Excedentes y Perdidas	AP7
Reglamento vendedores	AP8

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ARCHIVO
PERMANENTE

INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

NOMBRE COMERCIAL:

CODELITESA S.A.

RUC

1890153638001

PROPIETARIOS:

Sr. Luis Teneda y la Lic. Martha Hidalgo

UBICACIÓN

Av. La manuelita Sáenz entre Av., Antonio Clavijo y Av. Víctor Hugo

ACTIVIDAD COMERCIAL

Distribución y comercialización de productos de consumo masivo a nivel de la zona centro.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ANTECEDENTES

CODELITESA S.A. nace por la perseverancia, sueño y visión del Señor Luis Fernando Teneda Bonilla y la Lcda. Martha Hidalgo Espinoza, como todo al inicio, las cosas no fueron fáciles, peor aún al no contar con un buen capital de trabajo, sin embargo gracias a la experiencia adquirida en una empresa multinacional como vendedor y jefe de crédito en una institución bancaria respectivamente, lograron formar lo que hoy en día es, CODELITESA S.A., la mayor distribuidora de productos de consumo masivo del país y la cadena de supermercados “MI CASERITA”.

En 1995, inicia su actividad con la razón social “DELITE”, su día a día lo realizaban en una bodega de 70 m².

Los primeros años, “DELITE” visitaban los cantones de la provincia de Tungurahua a través de sus tres vendedores, amigos del propietario, ofertaban: vinos, ron, whisky, las necesidades de este mercado hizo que “DELITE” incrementara en su portafolio otros productos, también visitan otras zonas como: Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua, Pichincha, Napo, Pastaza, Guayas, etc.

El trabajo constante que día a día desempeñaba “DELITE” logró ganar confianza de marcas importantes que depositaron la responsabilidad de distribuir sus productos para toda la zona central: la Fabril del Ecuador, Conservas Isabel, Jabonería Wilson S.A, Proalco, Familia del Ecuador, Primera Línea S.A., Osram del Ecuador, Eveready del Ecuador, líneas que orgullosamente lo venimos manejando en la actualidad.

En el 2001 Colgate–Palmolive y Kimberly Clark, forman parte de nuestra empresa con sus productos, quienes muy acertadamente nos asesoran para transformar a “DELITE” en una persona jurídica, CODELITESA S.A.

Año a año con la bendición de DIOS y la gestión muy acertada de nuestro señor Gerente y Presidente, incorporan otros productos líderes como son:

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP2 2/2

Nestlé del Ecuador, Productos Incremar, Johnson Y Johnson, Jhonsonwats, Virumeq, Marbelsa, Industrias Catedral, Proesa, Arroz Súper Extra, La Pradera, Maicena Iris, Paca, Azucarera Valdez, Industrias Snob, Pantene, Cordovez, Rey Ventas, Dispasific, Papel Institucional Bouquet, etc., líneas que hasta la presente fecha comercializamos.

En el año 2005 para cumplir otro de los sueños de sus accionistas se crea nuestro primer supermercado en la ciudad de Ambato en la Av. Cevallos y Maldonado denominado “AL KOSTO”, con una infraestructura de 100 m2.

En el 2008 inicia su actividad la sucursal 2, en la calle Juan B. Vela y T. Sevilla, con nueva razón social “Supermercados Mi Caserita”, nombre autóctono de nuestra provincia que se escuchan en los mercados populares “**Vengan les atiando mis Caseritas**”.

En el 2011 nace “Mi Caserita” 3 en el sector de Huachi Chico, Segundo Granja y Julio Jaramillo.

En el 2012 inicia su actividad “Mi Caserita” 4, en el cantón Pelileo.

La experiencia de nuestros accionistas en la distribución de productos de excelente calidad y a los mejores precios, más la confianza de instituciones financieras, nuestros colaboradores y la de nuestros proveedores tanto de la distribuidora como de los supermercados, han contribuido para que sigamos sirviendo a nuestra colectividad con “excelencia”.

El lema de la empresa es:

“El éxito solo lo logramos, gracias a tres cosas fundamentales:

DIOS, PERSEVERANCIA, DISCIPLINA.”

“El éxito no se improvisa se construye”

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

Misión y Visión

Misión

Comercializar los mejores productos de consumo masivo, para satisfacer la demanda de todos nuestros clientes de la zona central. Contamos con el personal competitivo que motivados alcanzarán la excelencia en Ventas. Somos una empresa innovadora.

Visión

Somos Codelitesa la empresa líder en distribución de alimentos y tenemos rentabilidad tenemos excelente captación de mercado somos su empresa amiga somos una entidad responsable que con servicio y trabajo llegaremos a un mejor nivel de vida para nuestros colaboradores.

Objetivos

- Mejorar el desarrollo de nuestros procesos para aumentar las ventas.
- Mejorar la calidad en el servicio a nuestros clientes.
- Asegurar una adecuada planificación y ejecución en los procesos de ventas, enfocada en el aprovechamiento de tiempo y atención al cliente.
- Implementación efectiva del sistema de gestión de calidad para mejorar los procesos existentes. Cumpliendo con los requisitos de las normas de ISO 9001 – 2008.
- Capacitación permanente de todo el personal para mejorar los procesos existentes.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

FODA

FORTALEZAS

Se cuenta con una gama de productos de primera necesidad y otros.
El diseño de las estanterías, perchas, exhibidores son los apropiados para la comodidad del cliente.
Los precios son económicos y accesibles para los consumidores.
Las diferentes ubicaciones de los locales son estratégicas.
Cuenta con maquinaria, equipo y tecnología de punta para la correcta atención, mantención y traslado de los productos.

OPORTUNIDADES

Apoyo a las micro y medianas empresas por parte del Gobierno Ecuatoriano.
El beneficio por parte de los proveedores al adquirir mercadería al por mayor y la constante rotación de estos.
Clientes permanentes.
Cuenta con una variedad de productos a elección, gusto y satisfacción del cliente.
La creación de nuevos nichos de mercado por ende la expansión de la organización.

DEBILIDADES

Control interno deficiente e inadecuado sistema de inventarios y ventas.
Falta de cumplimiento de objetivos y metas.
Baja planificación de emprendimiento.
Escasa capacitación al personal.
Escasa información entre personal en los distintos niveles jerárquicos

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP4 2/2

AMENAZAS

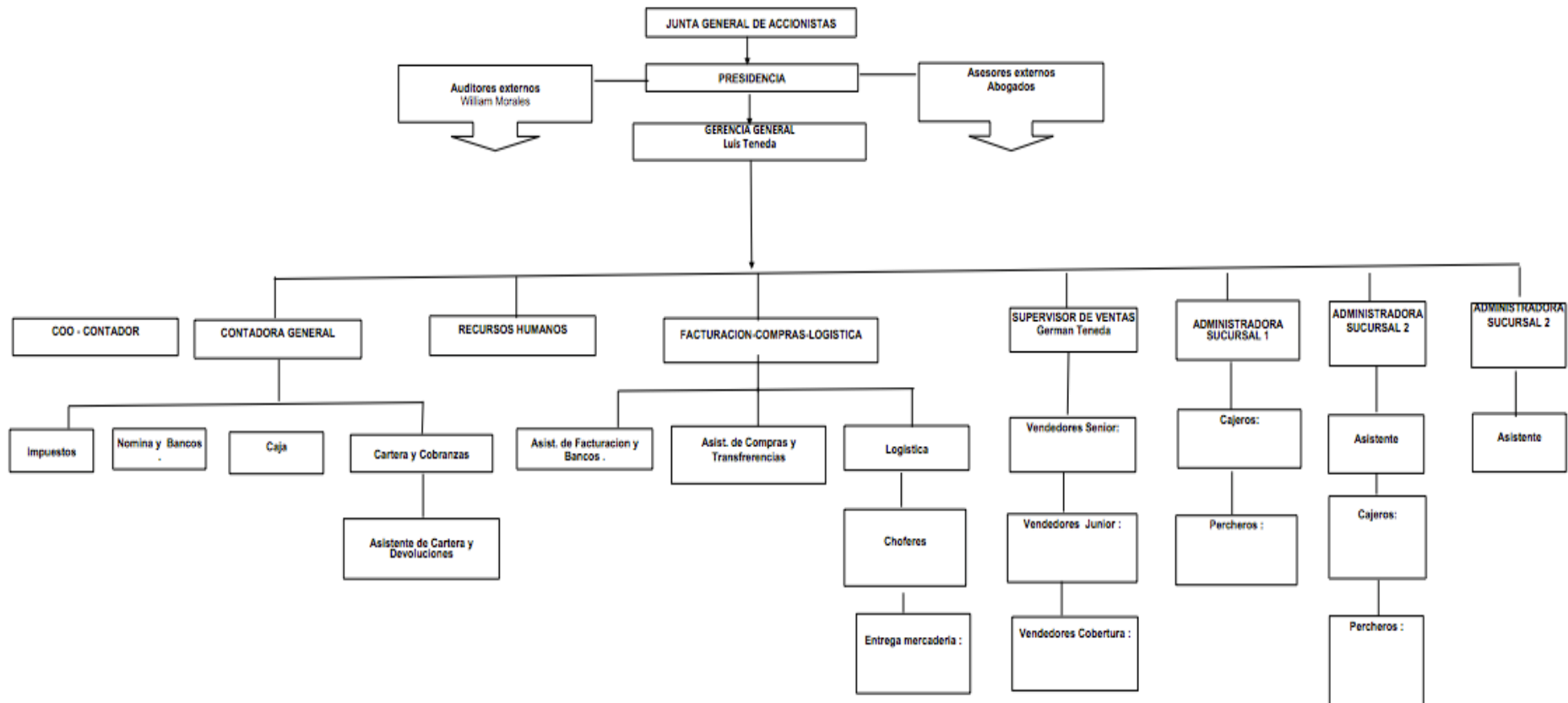
Inestabilidad del precio de los productos.
Crecimiento del mercado competitivo.
Crisis económica, aumento de la inflación.
Baja motivación de los trabajadores.
Toma de decisiones sin información oportuna.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP 5

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha:27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha:12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP6 1/7

ESTADOS FINANCIEROS



CODELITESA
R.U.C. :
BALANCE GENERAL
A 31 De Diciembre Año 2013

Página : 1

Cuenta	Descripción	Parciales	Totales
1	ACTIVO		
11	CORRIENTE		
111	DISPONIBLE		
11101	CAJA		
11101001	CAJA EFECTIVO	3,400.00	
11101002	CAJA CHEQUES	123,551.46	
11101003	CAJA CHICA	1,510.61	
	TOTAL CAJA		128,462.07
11102	BANCOS		
11102004	B.FOMENTO C/CTE 0130-045000	3,131.36	
11102005	COAC SAN FRANCISCO LTDA.	10,978.35	
11102007	B.BOLIVARIANO C/CTE.120500	1,430.85	
11102009	BANCO PICHINCHA AH. 2200156433	101,427.71	
	TOTAL BANCOS		116,968.27
	TOTAL DISPONIBLE		245,430.34
112	EXIGIBLE		
11201	CLIENTES CODELITESA S.A.		
11201001	CLIENTES CODELITESA	834,632.53	
11201099	PROVISION CUENTAS INCOBRABLES	55,604.76	
	TOTAL CLIENTES CODELITESA S.A.		779,027.77
11204	PRESTAMOS EMPLEADOS		
11204002	PRESTAMO CARLOS ACOSTA	708.22	
11204004	PRESTAMO EULER ARAUJO	2,700.76	
11204005	PRESTAMO HYDALGUER BASTIDAS	685.25	
11204008	PRESTAMO GUSTAVO CANCHINA	222.23	
11204023	PRESTAMO ELMO MEDINA	1,854.29	
11204031	PRESTAMO JUAN F. PEREZ	109.98	
11204036	PRESTAMO MARCOS ROSERO	2,121.52	
11204043	PRESTAMO HECTOR TENEDA	-0.01	
11204056	PRESTAMO EDISON LOPEZ	235.91	
11204064	PRESTAMO SANTIAGO VILLACRES	133.69	
11204074	PRESTAMO DAVID PAREDES	950.09	
11204099	PRESTAMO OMAR RODRIGUEZ	304.57	
11204109	PRESTAMO CARLOS CASANOVA	554.34	
11204123	PRESTAMO JOSE MOREJON	584.98	
11204124	PRESTAMO ISRAEL PAREDES	2,236.29	
11204140	PRESTAMO DARIO VILLACRES	643.92	
11204141	PRESTAMO NANCY DIAZ	456.09	
11204142	PRESTAMO SILVANA MONCAYO	333.97	
11204149	PRESTAMO SANTIAGO SUPE	166.67	
11204162	PRESTAMO ANALUISA CARLOS	3.23	
11204163	PRESTAMO VARGAS MILTON	253.01	
11204167	PRESTAMO LLERENA XAVIER	200.00	
11204173	PRESTAMO CESAR SANCHEZ	915.08	
11204181	PRESTAMO JORGE LEYME	0.01	
11204187	PRESTAMO SANTIAGO OÑA	330.00	

Elaborado por: P.L.G.J.

Fecha:27/01/2014

Revisado por: E.A.P.P.

Fecha:12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP6 2/7



CODILITE SA

R.U.C. :

BALANCE GENERAL

A 31 De Diciembre Año 2013

Página : 2

Cuenta	Descripción	Parciales	Totales
11204190	PRESTAMO GRACIELA TORRES	4.48	
11204198	PRESTAMO WILMA CAMPOS	1,299.90	
11204201	PRESTAMO ACOSTA SANDRO	557.09	
11204226	PRESTAMO JULIO MELO	299.90	
11204231	PRESTAMO JORGE GUALPA	1,352.59	
11204232	PRESTAMO OJEDA VERONICA	136.08	
11204245	PRESTAMOS TITE JOSE	369.98	
11204246	PRESTAMO ROBERTO MARTINEZ	456.37	
11204247	PRESTAMOS JOSE MELO	99.79	
11204251	PRESTAMO MARLON ORTIZ	113.04	
11204252	PRESTAMO CRISTHIAN GUAMBO	20.96	
11204257	PRESTAMO FERNANDA TENEDA	6,035.80	
11204258	PRESTAMO MAURO CARVAJAL	1.37	
11204260	PRESTAMO CALOS LEDESMA	20.00	
11204263	PRESTAMO VINICIO BORJA	89.39	
11204265	PRESTAMO GONZALO CUZCO	19.05	
11204268	PRESTAMO DIANA MARTINEZ	10.00	
11204270	PRESTAMO CRISTINA SANCHEZ	951.70	
11204271	PRESTAMO GABRIELA TOAZA	16.23	
11204272	PRESTAMOS FAUSTO PORTERO	22.19	
11204273	PRESTAMOS VINICIO PAREDES	20.92	
11204275	PRESTAMO PRICILA PAREDES	167.55	
11204276	PRESTAMO SANTIAGO JIMENEZ	49.76	
	TOTAL PRESTAMOS EMPLEADOS		28,818.23
11205	COMISARIATO EMPLEADOS		
11205045	COMPRAS LUIS TENEDA	12.00	
11205093	COMPRAS MARIO TIVIANO	25.81	
11205223	COMPRAS MARCO CHILLAGANA	55.98	
11205225	COMPRAS LIGIA SANTANA	3.83	
11205245	COMPRAS JOSE MELO	69.53	
11205246	COMPRAS PRICILA PAREDES	14.02	
11205258	COMPRAS MAURO CARVAJAL	85.31	
11205265	COMPRAS GONZALO CUZCO	38.80	
11205267	COMPRAS LOPEZ DARIO	16.30	
11205269	COMPRAS MARITZA GORDON	15.51	
11205270	COMPRAS GABRIELA TOAZA	27.74	
11205271	COMPRAS PROAÑO ESTEBAN	1.20	
	TOTAL COMISARIATO EMPLEADOS		366.03
11206	OTRAS CUENTAS POR COBRAR		
11206006	CTAS.COBRAR L.TENEDA	3,054.61	
11206009	CTAS.COBRAR M.HIDALGO	13,217.72	
11206078	CNTAS POR COBRAR SEGUNDO COYAGO	43,534.81	
11206080	CUENTAS POR COBRAR JOED ESCOBAR	155.08	
11206082	CTAS. POR COBRAR NESTOR ULLOA	1,488.53	
11206083	CTAS POR COBRAR WILLIAM MORALES	223.21	
11206178	CTAS.COBRAR JENNY CURIPOMA	22,218.07	

Elaborado por: P.L.G.J. Fecha:27/01/2014

Revisado por: E.A.P.P. Fecha:12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP6 3/7



CODELITESA

R.U.C. :

BALANCE GENERAL

A 31 De Diciembre Año 2013

Página : 3

Cuenta	Descripción	Parciales	Totales
	TOTAL OTRAS CUENTAS POR COBRAR		83,892.03
	TOTAL EXIGIBLE		892,104.06
113	REALIZABLE		
11301	INVENTARIO MERCADERIAS		
11301001	INVENT.MERCAD.TARIFA 12%	1,095,208.23	
11301002	INVENT.MERCAD.TARIFA 0%	301,956.77	
11301003	INVENTARIO VNR	83,930.89	
	TOTAL INVENTARIO MERCADERIAS		1,313,234.11
11307	INVENTARIOS NESTLE		
11307001	INVENTARIO CADUCADOS NESTLE	-0.01	
11307002	INVENTARIO CADUCADOS VARIO	0.05	
11307003	INVENTARIO ING. ENTRE CODIG	-0.05	
11307004	INVENTARIO AJUSTE	0.54	
11307005	INVENTARIO AJUSTE COSTO	0.01	
	TOTAL INVENTARIOS NESTLE		0.54
	TOTAL REALIZABLE		1,313,234.65
114	PAGOS ANTICIPADOS		
11401	IMPTS.PAGADOS ANTICIPADOS		
11401001	IMPUESTO RETENIDO 1%	42,367.20	
11401003	ANTICIPO IMPT.RENTA	88,746.45	
11401004	IVA PAGADO - CODELITESA	-0.01	
11401005	CREDITO TRIBUTARIO DEL IVA	-0.01	
11401007	CREDITO TRIBUTARIO IMPTO RENTA	32,099.36	
	TOTAL IMPTS.PAGADOS ANTICIPADOS		163,212.99
	TOTAL PAGOS ANTICIPADOS		163,212.99
115	ANTICIPO PROVEEDORES		
11501	ANTICIPO PROVEEDORES		
11501001	ANTICIPO PROVEEDORES	4,885.40	
	TOTAL ANTICIPO PROVEEDORES		4,885.40
	TOTAL ANTICIPO PROVEEDORES		4,885.40
	TOTAL CORRIENTE		2,618,867.44
12	ACTIVOS FIJOS		
121	NO DEPRECIABLE		
12101	TERRENO		
12101001	TERRENO	390,167.42	
	TOTAL TERRENO		390,167.42
	TOTAL NO DEPRECIABLE		390,167.42
122	DEPRECIABLE		
12201	EDIFICIOS		
12201001	EDIFICIOS	392,431.70	
12201002	(-)DEP.ACUMUL.EDIFICIOS	115,518.86	
	TOTAL EDIFICIOS		276,912.84
12202	VEHICULOS		
12202001	VEHICULOS	465,310.48	
12202002	(-)DEP.ACUMUL. VEHICULOS	313,487.29	
	TOTAL VEHICULOS		151,823.19

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha:27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha:12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP6 4/7



CODELITESA
R.U.C. :
BALANCE GENERAL
A 31 De Diciembre Año 2013

Página : 4

Cuenta	Descripción	Parciales	Totales
12203	EQUIPO DE COMPUTO		
12203001	EQUIPO DE COMPUTO	33,823.94	
12203002	(-)DEP.ACUMUL. EQ/COMPUTO	29,313.77	
	TOTAL EQUIPO DE COMPUTO		4,510.17
12205	MUEBLES Y ENSERES		
12205001	MUEBLES Y ENSERES	157,307.30	
12205002	(-)DEP.ACUMUL. MUEB/ENSERES	51,643.92	
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		105,663.38
12210	MAQUINARIA Y EQUIPO		
12210001	MAQUINARIA Y EQUIPO	33,693.26	
12210002	(-)DEP.ACUMUL. MAQUINARIA	6,061.05	
	TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO		27,632.21
12211	PROGRAMAS DE COMPUTACION		
12211001	PROGRAMAS DE COMPUTACION	20,387.00	
12211002	(-) AMORTIZACION ACUM. PROG	15,606.59	
	TOTAL PROGRAMAS DE COMPUTACION		4,780.41
	TOTAL DEPRECIABLE		571,322.20
	TOTAL ACTIVOS FIJOS		961,489.62
13	DIFERIDOS		
131	CARGOS DIFERIDOS		
13105	SEGUROS EQUINOCCIAL		
13105001	SEGUROS EQUINOCCIAL	4,193.73	
	TOTAL SEGUROS EQUINOCCIAL		4,193.73
13106	SEGUROS COLONIAL		
13106001	SEGUROS COLONIAL	4,381.92	
	TOTAL SEGUROS COLONIAL		4,381.92
13107	SEGUROS PANAMERICAN LIFE INSURANCE		
13107001	SEGUROS PANAMERICAN LIFE INSURANCE	416.63	
	TOTAL SEGUROS PANAMERICAN LIFE INSURANCE		-416.63
	TOTAL CARGOS DIFERIDOS		8,992.28
132	ACTIVO DIFERIDO		
13201	ACTIVO POR IMPUESTOS DIFERIDOS		
13201001	ACTIVO POR IMPUESTOS DIFERIDO	38,710.57	
	TOTAL ACTIVO POR IMPUESTOS DIFERIDOS		38,710.57
	TOTAL ACTIVO DIFERIDO		38,710.57
	TOTAL DIFERIDOS		47,702.85
14	OTROS ACTIVOS		
141	OTROS ACTIVOS		
14101	VALORES EN GARANTIA LARGO PLAZO		
14101001	GARANTIAS	3,600.00	
	TOTAL VALORES EN GARANTIA LARGO PLAZO		3,600.00
	TOTAL OTROS ACTIVOS		3,600.00
	TOTAL OTROS ACTIVOS		3,600.00
	TOTAL A C T I V O		3,631,659.91
2	P A S I V O		
21	CORRIENTE		

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha:27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha:12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP6 5/7



CODELITESA
R.U.C. :
BALANCE GENERAL
A 31 De Diciembre Año 2013

Página : 5

Cuenta	Descripción	Parciales	Totales
211	SOBREGIROS BANCARIOS		
21101	SOBREGIROS BANCARIOS		
21101001	PICHINCHA	372,026.71	
21101002	PRODUBANCO 0208008271	98,560.26	
21101003	PRODUBANCO 0208008243	13,526.02	
	TOTAL SOBREGIROS BANCARIOS		484,112.99
	TOTAL SOBREGIROS BANCARIOS		484,112.99
212	PROVEEDORES POR PAGAR		
21201	PROVEEDORES - INVENTARIOS		
21201001	PROVEEDORES INVENTARIOS	1,167,484.42	
	TOTAL PROVEEDORES - INVENTARIOS		1,167,484.42
21202	PROVEEDORES BIENES-SERVICIOS		
21202001	PROVEEDORES BIENES Y SERVICIOS	114,149.74	
	TOTAL PROVEEDORES BIENES-SERVICIOS		114,149.74
21203	OBLIGACIONES POR PAGAR A BANCOS		
21203003	BANCO PICHINCHA 270795-00	100,000.00	
21203025	PRESTAMO BCO. PICHINCHA 1946019-00	65,000.00	
	TOTAL OBLIGACIONES POR PAGAR A BANCOS		165,000.00
21204	ANTICIPO CLIENTES		
21204001	ANTICIPO CLIENTES	16,618.60	
	TOTAL ANTICIPO CLIENTES		16,618.60
	TOTAL PROVEEDORES POR PAGAR		1,463,252.76
213	OBLIGACIONES ACUMULADOS		
21301	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS		
21301004	IVA POR PAGAR	57,142.06	
21301005	IMPT/RENTA POR PAGAR	88,746.45	
21301006	30% RET.IVA POR PAGAR	1,299.25	
21301007	70% RET.IVA POR PAGAR	321.70	
21301008	100% RET.IVA POR PAGAR	3,044.65	
21301009	RET.REL.DEP.POR PAGAR	6,118.29	
21301045	CS 340 1% OTRAS RETENCION	128.55	
21301046	CS 312 1% RET TRANSF BS	6,559.91	
21301050	CS 309 1% PUBLICIDAD Y CO	2.76	
21301051	CS 310 1% TRANSPORTE PRIVA	105.80	
21301052	CS 372 1% SEGUROS Y REASE	7.32	
21301053	CS 341 2% OTRAS RETENCIO	189.06	
21301054	CS 342 8% OTRAS RETENCIONES	1,744.28	
21301056	CS 303 HONORARIOS PROFESIONALES 10%	21.50	
	TOTAL OBLIGACIONES TRIBUTARIAS		165,431.58
21302	OBLIGACIONES CON EL IESS		
21302001	AP.PERSONAL POR PAGAR	3,161.27	
21302002	AP.PATRONAL POR PAGAR	5,968.97	
21302003	0.5% SECAP POR PAGAR	161.95	
21302004	0.5% IECE POR PAGAR	178.53	
21302005	PREST.QUIROGRAFARIO IESS	1,534.50	
21302006	FONDOS DE RESERVA POR PAGAR	2,515.54	

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha:27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha:12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP6 6/7



CODELITESA

R.U.C. :

BALANCE GENERAL

A 31 De Diciembre Año 2013

Página : 6

Cuenta	Descripción	Parciales	Totales
21302007	IESS POR PAGAR	45.57	
	TOTAL OBLIGACIONES CON EL IESS		13,566.33
21303	PROVISIONES SOCIALES		
21303001	XIII SUELDO POR PAGAR	9,980.65	
21303002	XIV SUELDO POR PAGAR	3,599.35	
21303003	VACACIONES POR PAGAR	31,210.29	
21303005	15% TRABAJADORES POR PAGAR	11,512.35	
21303006	SUELDOS POR PAGAR	22,289.70	
	TOTAL PROVISIONES SOCIALES		78,592.34
21304	CUENTAS POR PAGAR		
21304007	CTAS. POR PAGAR S.EQUINOC	4,297.36	
21304017	CTAS. POR PAGAR BCO. PICHINCHA AH	5.00	
21304018	CUENTA POR PAGAR BONO NAVIDEÑO	47.57	
	TOTAL CUENTAS POR PAGAR		4,349.93
21305	OBLIGACIONES POR PAGAR VARIOS		
21305003	MULTAS EMPLEADOS	622.43	
	TOTAL OBLIGACIONES POR PAGAR VARIOS		622.43
21306	CUENTAS POR PAGAR		
21306001	CTAS.PAGAR M.HIDALGO	83,929.19	
21306003	CTAS.PAGAR DINERS	7,284.12	
21306005	CTAS.PAGAR L.HIDALGO	120.28	
	TOTAL CUENTAS POR PAGAR		91,333.59
21308	PROVISION DESAHUCIO		
21308001	PROVISION DESAHUCIO	17,876.00	
	TOTAL PROVISION DESAHUCIO		17,876.00
	TOTAL OBLIGACIONES ACUMULADOS		371,772.20
215	SOBRANTES		
21501	SOBRANTES		
21501001	SOBRANTES CODELITESA	3,222.07	
21501002	SOBRANTES CASERITA 1	5.24	
21501004	SOBRANTES MOVILIZACION	0.17	
21501005	SOBRANTES LA FABRIL	394.56	
21501006	SOBRANTES CASERITA 3	64.16	
	TOTAL SOBRANTES		3,686.20
	TOTAL SOBRANTES		3,686.20
	TOTAL CORRIENTE		2,322,824.15
22	A LARGO PLAZO		
221	OBLIGACIONES POR PAGAR		
22101	OBLIGACIONES CON TERCEROS		
22101003	PROVICION JUBILACION PATRONAL	49,874.00	
	TOTAL OBLIGACIONES CON TERCEROS		49,874.00
	TOTAL OBLIGACIONES POR PAGAR		49,874.00
222	PASIVO IMPUESTOS DIFERIDOS		
22201	PASIVO POR IMPUESTOS DIFERIDOS		
22201001	PASIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS	4,248.28	
	TOTAL PASIVO POR IMPUESTOS DIFERIDOS		4,248.28

Elaborado por: P.L.G.J.

Fecha:27/01/2014

Revisado por: E.A.P.P.

Fecha:12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP6 7/7



Página : 7

CODELITESA

R.U.C. :

BALANCE GENERAL

A 31 De Diciembre Año 2013

Cuenta	Descripción	Parciales	Totales
	TOTAL PASIVO IMPUESTOS DIFERIDOS		4,248.28
	TOTAL A LARGO PLAZO		54,122.28
	TOTAL PASIVO		2,376,946.43
3	PATRIMONIO		
31	APORTACION CAPITAL		
311	APORTACION CAPITAL		
31103	CAPITAL SOCIAL		
31103001	CAPITAL SOCIAL	125,181.00	
31103002	APORTES FUTURA CAPITALIZACION	348,550.32	
	TOTAL CAPITAL SOCIAL		473,731.32
	TOTAL APORTACION CAPITAL		473,731.32
312	RESERVAS		
31201	RESERVAS		
31201001	RESERVAS LEGALES	10,542.33	
	TOTAL RESERVAS		10,542.33
	TOTAL RESERVAS		10,542.33
313	RESULTADOS		
31301	PERD.Y GANAS. ACTUAL		
31301001	UTILIDAD EJERCICIO ACTUAL	-6,590.94	
31301003	UTILIDAD EJERCICIO 2010	412,475.63	
	TOTAL PERD.Y GANAS. ACTUAL		405,884.69
31303	RESULTADOS AÑOS ANTERIORES		
31303001	RESULTADOS AÑOS ANTERIORES	375,568.17	
	TOTAL RESULTADOS AÑOS ANTERIORES		375,568.17
	TOTAL RESULTADOS		781,452.86
314	RESULTADOS POR ADOPCION PRIMERA VEZ NIIF		
31401	RESULTADOS NIIFS		
31401001	RESULTADOS ACUM. ADOPCION PRIMERA VEZ NI	-11,013.13	
	TOTAL RESULTADOS NIIFS		-11,013.13
	TOTAL RESULTADOS POR ADOPCION PRIMERA VE		-11,013.13
	TOTAL APORTACION CAPITAL		1,254,713.38
	TOTAL PATRIMONIO		1,254,713.38
	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		3,631,659.81

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP7 1/9

Página : 1



CODELITESA
R.U.C. :
ESTADO DE EXCEDENTES Y PERDIDAS
A 31 De Diciembre Año 2013

Cuenta	Descripción	Acumulado
4	INGRESOS	
41	INGRESOS OPERACIONALES	
411	VENTAS NETAS	
41101	VENTAS	
41101001	VENTAS TARIFA 12%	8,949,874.99
41101002	VENTAS TARIFA 0%	4,102,876.25
41101004	OTROS INGRESOS	25,218.58
41101006	REVERSO AÑOS ANTERIORES	16,569.19
	TOTAL VENTAS	13,094,539.01
41102	DESC.DEV.Y RECGS.EN VENTAS	
41102001	(-)DESCT.VENTAS TARIFA 12%	390,855.42
41102002	(-)DEVOL.VENTAS TARIFA 12%	171,710.96
41102003	(+)RECG.VENTAS TARIFA 12%	314.80
41102004	(-)DESCT.VENTAS TARIFA 0%	290,316.46
41102005	(-)DEVOL.VENTAS TARIFA 0%	50,574.41
41102006	(+)RECG.VENTAS TARIFA 0%	30.43
	TOTAL DESC.DEV.Y RECGS.EN VENTAS	-903,112.02
41103	OTROS INGRESOS OPERACIONALES	
41103001	SOBRANTES	0.04
41103003	INTER.GANADOS BANCOS	377.32
41103005	INTERESES CLIENTES	83.65
	TOTAL OTROS INGRESOS OPERACIONALES	461.01
	TOTAL VENTAS NETAS	12,191,888.00
421	INGRESOS EXCENTOS	
42102	INGRESOS EXCENTOS	
42102004	OTROS INGRESOS EXCENTOS	2.67
42102005	RESULTADOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS	16,918.70
	TOTAL INGRESOS EXCENTOS	16,921.37
	TOTAL INGRESOS EXCENTOS	16,921.37
	TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	12,191,888.00
	TOTAL I N G R E S O S	12,208,809.37
5	C O S T O S	
51	COSTOS OPERACIONALES	
511	COSTO DE VENTAS	
51101	COSTO DE VENTAS	

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha:27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha:12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP7 2/9

Página : 2



CODELITESA
R.U.C. :
ESTADO DE EXCEDENTES Y PERDIDAS
A 31 De Diciembre Año 2013

Cuenta	Descripción	Acumulado
51101001	COSTO VENTAS TARIFA 12%	7,502,892.92
51101002	COSTO VENTAS TARIFA 0%	3,435,690.66
	TOTAL COSTO DE VENTAS	10,938,583.58
	TOTAL COSTO DE VENTAS	10,938,583.58
512	DESC. DEVOL. Y RECARGOS EN COMPRAS	
51201	DESC. DEVOL. Y RECARGOS EN COMPRAS	
51201001	(-)DESCT.COMPRAS TARIFA 12%	228,646.95
51201002	(-)DEVOL.COMPRAS TARIFA 12%	11,245.39
51201003	(+)RECG.COMPRAS TARIFA 12%	-672.19
51201004	(-)DESCT.COMPRAS TARIFA 0%	141,802.69
51201005	(-)DEVOL.COMPRAS TARIFA 0%	15,423.19
	TOTAL DESC. DEVOL. Y RECARGOS EN COMPRAS	396,446.03
	TOTAL DESC. DEVOL. Y RECARGOS EN COMPRAS	396,446.03
	TOTAL COSTOS OPERACIONALES	10,542,137.55
	TOTAL C O S T O S	10,542,137.55
	UTILIDAD BRUTA	1,566,671.82
6	E G R E S O S	
61	GASTOS	
611	GASTOS DE OPERACION	
61101	G. SUELDOS, SALARIOS Y REMUNERACIONES	
61101001	GASTO SALARIO UNIFICADO	158,975.84
61101002	GASTO HORAS EXTRAS	39,164.07
61101003	GASTO SUBSIDIO FAMILIAR	150.00
61101004	GASTO SUBSIDIO ANTIGUEDAD	1,317.00
61101005	GASTO INCENTIVO ADMINISTRATIVO	1,633.60
	TOTAL G. SUELDOS, SALARIOS Y REMUNERACIO	201,240.51
61102	G. APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL	
61102001	GASTO FONDO DE RESERVAS	13,884.99
61102002	GASTO APOORTE PATRONAL-IECE-SECAP	22,671.48
61102003	GASTO APOORTE AL IECE-SECAP	2,033.38
	TOTAL G. APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL	38,589.85
61103	G. BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	
61103001	GASTO XIII SUELDO	17,385.35
61103002	GASTO XIV SUELDOS	9,967.44
61103003	GASTO VACACIONES	8,472.13

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha:27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha:12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP7 3/9

Página : 3



CODELITESA
R.U.C. :
ESTADO DE EXCEDENTES Y PERDIDAS
A 31 De Diciembre Año 2013

Cuenta	Descripción	Acumulado
	TOTAL G. BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZA	35,824.92
61104	G. PROVISION PARA JUBILACION	
61104001	GASTOS DE PROVISION PARA JUBILACION	12,529.00
	TOTAL G. PROVISION PARA JUBILACION	12,529.00
61105	G. HONORARIOS COMISIONES Y DIETAS PERS.N	
61105001	GASTO HONORARIOS PROFESIONALES	2,282.01
	TOTAL G. HONORARIOS COMISIONES Y DIETAS	2,282.01
61108	G. MANTENIMIENTOS Y REPARACIONES	
61108001	GASTOS DE MANTENIMIENTOS DE OFICINA	7,152.66
61108002	GASTOS DE MANTENIMIENTO DE EQUIPO ELECTR	2,308.45
61108003	GASTOS DE MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE OFI	3,651.59
61108005	GASTOS MANTENIMIENTO VEHICULOS CORSA	246.43
	TOTAL G. MANTENIMIENTOS Y REPARACIONES	13,359.13
61109	G. COMISION A SOCIEDADES	
61109001	GASTOS COMISIONES PAGADAS	140.49
	TOTAL G. COMISION A SOCIEDADES	140.49
61110	G.SUMINISTROS DE OFICINA	
61110004	INTERNET	7,060.91
61110005	SUMINISTROS DE OFICINA	17,298.16
61110006	COPIAS ADMINISTRATIVAS	125.49
61110008	UNIFORMES DEL PERSONAL	1,440.38
	TOTAL G.SUMINISTROS DE OFICINA	25,924.94
61111	G. COMBUSTIBLES	
61111003	G. COMBUSTIBLES D MAX	59.37
	TOTAL G. COMBUSTIBLES	59.37
61113	G. SEGUROS SALUD	
61113001	GASTO SEGURO SALUD	5,111.26
	TOTAL G. SEGUROS SALUD	5,111.26
61114	G. SEGUROS Y REASEGUROS	
61114001	G. SEGUROS COLONIAL 22699	4,408.32
61114002	G. SEGUROS EQUINOCCIAL 50735	857.10
61114003	G. SEGUROS COLONIAL 22997	2,884.23
61114004	G. SEGUROS COLONIAL 22868	5,370.82
61114005	G. SEGUROS ASEG. SUR 704923	2,518.38
61114006	G. SEGUROS COLONIAL 22092	1,405.08

Elaborado por: P.L.G.J.

Fecha:27/01/2014

Revisado por: E.A.P.P.

Fecha:12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP7 4/9

Página : 4



CODELITESA
R.U.C. :
ESTADO DE EXCEDENTES Y PERDIDAS
A 31 De Diciembre Año 2013

Cuenta	Descripción	Acumulado
61114007	G. SEGUROS EQUINOCCIAL 64729	2,006.14
61114008	G. SEGUROS PAN AMERICAN LIFE 176250	4,583.37
61114027	G. SEGUROS EQUINOCCIAL 51190	152.54
61114028	G. SEGUROS EQUINOCCIAL 50128	31.58
61114029	G. SEGUROS EQUINOCCIAL 50735	171.42
61114030	G. SEGUROS EQUINOCCIAL 68333	402.98
	TOTAL G. SEGUROS Y REASEGUROS	24,791.96
61116	GASTOS DE TRANSPORTE	
61116001	MOVILIZACION DE MENSAJERIA	6,369.13
	TOTAL GASTOS DE TRANSPORTE	6,369.13
61117	GASTOS DE GESTION	
61117002	AGASAJOS A EMPLEADOS	6,284.33
	TOTAL GASTOS DE GESTION	6,284.33
61118	OTROS GASTOS LOCALES	
61118001	HOSPEDAJE	1,270.28
61118002	ALIMENTACION	13,271.18
61118003	AUDITORIA EXTERNA	10,200.00
61118004	GASTO SEGURIDAD Y VIGILANCIA	1,717.22
61118005	MATRICULAS VEHICULOS	9,676.51
61118006	G. CAPACITACION	4,491.48
61118007	G. ACCIDENTES DE TRABAJO	187.79
61118008	G. JUDICIALES	100.00
61118009	REGLAMENTO DE SEGURIDAD D	555.55
61118010	PERMISOS DE SALUD Y FUNCIONAMIENTO	1,542.13
61118012	GASTOS SOAT	872.28
61118014	GASTOS BURO DE CREDITO EQUIFAX	310.00
61118015	GASTO CERTIFICACION FIRMAS ELECTRONICA	6.00
	TOTAL OTROS GASTOS LOCALES	44,200.42
61119	SERVICIOS BASICOS	
61119001	AGUA	1,472.08
61119002	LUZ	16,980.83
61119003	TELEFONO CONVENCIONAL	7,700.40
61119004	CELULARES	2,421.61
	TOTAL SERVICIOS BASICOS	28,574.92
61120	NOTARIOS Y REGISTRADORES DE LA PROPIEDAD	
61120001	GASTOS NOTARIALES	156.49
	TOTAL NOTARIOS Y REGISTRADORES DE LA PRO	156.49

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha:27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha:12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP7 5/9

Página : 5



CODELITESA
R.U.C. :
ESTADO DE EXCEDENTES Y PERDIDAS
A 31 De Diciembre Año 2013

Cuenta	Descripción	Acumulado
61121	IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y OTRAS	
61121001	PATENTE MUNICIPAL	3,856.13
61121002	SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS	3,287.53
61121003	CAMARA DE COMERCIO	420.00
61121005	GASTO IMPUESTOS MUNICIPALES	729.73
61121006	GASTOS IMPUEST.BOMBEROS	90.00
61121008	GASTOS IMPUESTOS MUNIC. PREDIOS	2,447.25
61121009	GASTOS AVALUOS Y PERITAJES	674.60
61121011	GASTOS IMPORTACION	924.40
	TOTAL IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y OTRAS	12,429.64
61122	GASTO DEPRECIACION	
61122001	G. DEPRECIACION EDIFICIOS	21,471.00
61122002	G. DEPRECIACION VEHICULOS	75,353.01
61122003	G. DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO	2,779.68
61122005	G. DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	15,730.80
61122006	G. DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO	2,632.23
	TOTAL GASTO DEPRECIACION	117,966.72
61123	GASTO DE AMORTIZACIONES	
61123001	AMORTIZACION PROGRAMAS COMP	3,843.87
	TOTAL GASTO DE AMORTIZACIONES	3,843.87
61124	PROVISION DE CUENTAS INCOBRABLES	
61124001	GASTO CUENTAS INCOBRABLES	7,843.90
	TOTAL PROVISION DE CUENTAS INCOBRABLES	7,843.90
61125	INTERESES Y COMISIONES BANCARIAS	
61125001	GASTO INTERESES BANCARIAS	17,658.67
61125002	GASTO INTERESES SOBREGIROS	1,102.11
61125003	GASTO COMISIONES BANCARIAS	6,755.68
61125004	GASTOS EMISION DE ESTADOS BANCARIOS	14.00
61125006	GASTOS INTERESES MORA	266.41
61125007	GASTOS INTERESES TARJETAS	378.50
61125008	GASTOS GARANTIAS BANCARIAS	1,200.00
61125009	GASTOS CHEQUERA	1,095.20
61125010	GASTO CONFIRMACIONES BANCARIAS	129.49
	TOTAL INTERESES Y COMISIONES BANCARIAS	28,600.06
61126	INTERESES PAGADOS A TERCEROS	
61126001	GASTO INTERESES PERSONA NATURAL	1,217.20
	TOTAL INTERESES PAGADOS A TERCEROS	1,217.20

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha:27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha:12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP7 6/9

Página : 6



CODELITESA
R.U.C. :
ESTADO DE EXCEDENTES Y PERDIDAS
A 31 De Diciembre Año 2013

Cuenta	Descripción	Acumulado
61130	PERDIDA EN VENTA DE ACTIVOS	
61130001	PERDIDA EN REDEONDEO DECIMALES	1.21
61130002	PERDIDA EN INVENTARIOS	6.39
	TOTAL PERDIDA EN VENTA DE ACTIVOS	7.60
61131	GASTO MULTAS-INTERESES	
61131001	GASTO MULTAS-INTERESES IESS.	699.74
61131002	GASTO MULTAS IMPUST. FISCALES	52.02
61131005	OTROS GASTOS NO DEDUCIBLES	67,919.02
61131006	MULTAS COMISION TRANSITO	36.44
	TOTAL GASTO MULTAS-INTERESES	68,707.22
61133	15% PARTICIPACION TRABAJADORES	
61133001	15% PARTICIPACION TRABAJADORES	11,512.21
	TOTAL 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	11,512.21
61134	G. ARRENDAMIENTOS	
61134001	ARRENDAMIENTO BIENES INMUEBLES P. NATURA	34,187.00
61134002	ARRENDAMIENTO BIENES INMUEBLES SOCIEDADE	149,834.76
	TOTAL G. ARRENDAMIENTOS	184,021.76
61135	G. SUM. Y HERRAM. COMPUTACION	
61135001	G. SUM. Y HERRAM. COMPUTA	5.31
	TOTAL G. SUM. Y HERRAM. COMPUTACION	5.31
	TOTAL GASTOS DE OPERACION	881,594.22
	TOTAL GASTOS	881,594.22
62	GASTOS DE VENTAS	
62101	G. SUELDOS, SALARIOS Y REMUNERACIONES	
62101001	GASTO SALARIO UNIFICADO	165,859.78
62101002	GASTO HORAS EXTRAS	21,039.80
62101003	GASTO SUBSIDIO FAMILIAR	324.00
62101004	GASTO SUBSIDIO DE ANTIGUEDD	2,073.00
62101005	GASTO INCENTIVO DE VENTAS	3,574.16
	TOTAL G. SUELDOS, SALARIOS Y REMUNERACIONES	192,870.74
62102	G. APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL	
62102001	GASTO FONDO DE RESERVAS	16,016.02
62102002	GASTO APORTE AL IESS	27,390.05
62102003	GASTO APORTE AL IECE-SECAP	2,538.50
	TOTAL G. APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL	45,944.57

Elaborado por: P.L.G.J.

Fecha:27/01/2014

Revisado por: E.A.P.P.

Fecha:12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP7 7/9

Página : 7



CODELITESA
R.U.C. :
ESTADO DE EXCEDENTES Y PERDIDAS
A 31 De Diciembre Año 2013

Cuenta	Descripción	Acumulado
62103	G. BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	
62103001	GASTO XIII SUELDO	20,527.14
62103002	GASTO XIV SUELDO	13,498.23
62103003	GASTO VACACIONES	10,263.43
62103004	GASTOS INDEM. DESAHUCIO	5,621.00
	TOTAL G. BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZA	49,909.80
62105	G. HONORARIOS COMISIONES Y DIETAS PERS.N	
62105001	GASTO HONORARIOS PROFESIONALES	2,605.00
62105002	GASTO COMISIONES EN VENTAS	51,634.37
	TOTAL G. HONORARIOS COMISIONES Y DIETAS	54,239.37
62108	G. MANTENIMIENTOS Y REPARACIONES	
62108001	GASTOS DE MANTEN. EDIFICIO 12 DE NOVIEMB	1,295.98
62108002	GASTOS DE MANTENIMIENTO CASERITA 3	21,763.12
62108003	GASTOS DE MANTENIMIENTO DE BODEGA CODELI	28,515.29
62108004	GASTOS DE MANTENIMIENTO VEHICULOS HINO 1	7,806.62
62108007	GASTOS DE MANTENIMIENTO VEHICULOS HINO 4	667.86
62108010	MANTENIMIENTO VEHICULOS DE	9,543.01
62108011	MANTENIMIENTO NKR	1,055.32
62108012	MANTENIMINETO NQR	79.13
62108013	MANTENIMIENTO NPR	58.81
62108014	MANTENIMIENTO HINO 500	1,903.68
62108015	MANTENIMIENTO HINO GH	5.36
62108016	GASTO MANTENIMIENTO CASERITA 1	22,357.94
62108017	GASTO INTALACIONES EQUIPOS CASERITAS	26,076.78
	TOTAL G. MANTENIMIENTOS Y REPARACIONES	121,128.90
62110	G. PROMOCION Y PUBLICIDAD	
62110008	UNIFORMES DEL PERSONAL	705.59
62110010	GASTOS OBSEQUIOS - PROMOCIONES	12,560.29
62110011	GASTOS PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	11,879.08
62110012	GASTOS DE PUBLICACIONES	572.79
	TOTAL G. PROMOCION Y PUBLICIDAD	25,717.75
62111	G. COMBUSTIBLES	
62111004	G. COMBUSTIBLES TDI-0211 MITSU	1,461.87
62111005	G. COMBUSTIBLES TBB-2982 GH	2,342.66
62111006	G. COMBUSTIBLES TBA-1280 GD	1,970.09
62111007	G. COMBUSTIBLES TBA-1279 NKR	1,228.40
62111008	G. COMBUSTIBLES TBA-1278 NQR	1,933.88
62111009	G. COMBUSTIBLES TBA-1277 NPR	1,575.49

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha:27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha:12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP7 8/9

Página : 8



CODELITESA
R.U.C. :
ESTADO DE EXCEDENTES Y PERDIDAS
A 31 De Diciembre Año 2013

Cuenta	Descripción	Acumulado
52111010	G. COMBUSTIBLES VENTAS	11,803.62
52111011	G. COMBUSTIBLE TBA-6424 FC	2,198.93
52111013	G. COMBUSTIBLE 2	17.86
	TOTAL G. COMBUSTIBLES	24,532.80
52112	G. LUBRICANTES	
52112010	G.LUBRICANTES VEHICULOS DE VENTAS	25.03
	TOTAL G. LUBRICANTES	25.03
52114	G. SEGUROS Y REASEGUROS	
52114011	G. SEGUROS CHEVROLET NUEVOS	2,274.30
	TOTAL G. SEGUROS Y REASEGUROS	2,274.30
52115	G. SUMINISTROS Y MATERIALES	
52115001	ASEO Y LIMPIEZA	853.10
52115002	SUMINISTROS PARA BODEGA	19,741.97
52115003	SUMINISTROS PARA OFICINAS	14,715.84
	TOTAL G. SUMINISTROS Y MATERIALES	35,310.91
52116	GASTOS DE TRANSPORTE	
52116002	MOVILIZACION INTERNA	7,821.49
52116003	MOVILIZACION PROVINCIAL	7,477.35
	TOTAL GASTOS DE TRANSPORTE	15,298.84
52117	GASTOS DE GESTION	
52117002	AGASAJOS A EMPLEADOS	3,135.28
	TOTAL GASTOS DE GESTION	3,135.28
52118	GASTOS HOSPEDAJE	
52118001	HOSPEDAJE ZONA A (AMBATO)	10.71
52118002	HOSPEDAJE ZONA B (LATACUNGA)	26.79
52118003	HOSPEDAJE ZONA C (RIOBAMBA)	86.35
52118004	HOSPEDAJE ZONA D (ALAUSSI)	1,351.42
52118005	HOSPEDAJE ZONA E (GUARANDA)	420.29
52118007	HOSPEDAJE ZONA G (LA COSTA)	1,506.77
52118009	HOSPEDAJE ZONA I (PUYO)	636.51
52118010	HOSPEDAJE ZONA J (TENA)	408.35
52118011	HOSPEDAJE ZONA K (STO DOMINGO)	144.64
52118013	HOSPEDAJE ZONA M (SANGOLQUI)	502.45
	TOTAL GASTOS HOSPEDAJE	5,093.28
52119	GASTOS ALIMENTACION	
52119001	ALIMENTACION ZONA A (AMBATO)	29,796.00

Elaborado por: P.L.G.J. Fecha:27/01/2014

Revisado por: E.A.P.P. Fecha:12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP7 9/9

Página : 9



CODELITESA
R.U.C. :
ESTADO DE EXCEDENTES Y PERDIDAS
A 31 De Diciembre Año 2013

Cuenta	Descripción	Acumulado
62119002	ALIMENTACION ZONA B (LATACUNGA)	1,802.35
62119003	ALIMENTACION ZONA C (RIOBAMBA)	1,874.20
62119004	ALIMENTACION ZONA D (ALAUZI)	828.42
62119005	ALIMENTACION ZONA E (GUARANDA)	3,510.39
62119007	ALIMENTACION ZONA G (LA COSTA)	1,009.65
62119009	ALIMENTACION ZONA I (PUYO)	2,703.67
62119010	ALIMENTACION ZONA J (TENA)	2,199.25
62119011	ALIMENTACION ZONA K (STO DOMINGO)	322.66
62119012	ALIMENTACION ZONA L (MACHACHI)	586.77
62119013	ALIMENTACION ZONA M (SANGOLQUI)	790.82
	TOTAL GASTOS ALIMENTACION	45,424.38
62125	INTERESES Y COMISIONES BANCARIAS	
62125001	INTERESES Y COMISIONES BANCARIAS	732.26
	TOTAL INTERESES Y COMISIONES BANCARIAS	732.26
62126	INTERESES PAGADOS A TERCEROS	
62126001	INTERESES PAGADOS A TERCEROS	1,078.86
	TOTAL INTERESES PAGADOS A TERCEROS	1,078.86
62131	GASTO MULTAS-INTERESES	
62131006	OTROS GASTOS NO DEDUCIBLES	5,400.41
62131007	GASTO INVENTARIO VNR	74,804.61
	TOTAL GASTO MULTAS-INTERESES	80,205.02
62132	GASTOS IMPUESTO A LA RENTA	
62132001	IMPUESTO A LA RENTA 25%	88,746.45
	TOTAL GASTOS IMPUESTO A LA RENTA	88,746.45
	TOTAL GASTOS DE OPERACION	881,594.22
	TOTAL GASTOS DE VENTAS	791,668.54
	TOTAL EGRESOS	1,673,262.76
	PERDIDA	-6,590.94

Elaborado por: P.L.G.J. Fecha:27/01/2014

Revisado por: E.A.P.P. Fecha:12/02/2014

Reglamento de trabajo de Codelitesa

Obligaciones de los vendedores

- a) Sigilo de la información de la compañía, y no deberá informar a la competencia sobre volúmenes de venta, promociones, etc. Así mismo lo que considera proyectos o estrategias que realice la compañía.
- b) Cumplir con el horario de trabajo en las rutas asignadas, atender con responsabilidad a todos los clientes de acuerdo al cronograma presentado en cada mes.
- c) Informar con responsabilidad todo lo que la compañía le encomienda informar a los clientes.
- d) Entregar inmediatamente Notas de crédito que por descuentos adicionales el cliente ha sido favorecido.
- e) No recibir cobros de valores adicionales. del saldo que tienen los clientes.
- f) Evitar realizar convenios personales con los clientes. así como evitar recibir dinero o bienes, lo que permitirá no confundir la relación comercial que mantiene con la Compañía.
- g) No podrá realizar ventas de productos personales o de la competencia a los clientes.
- h) Es obligación del vendedor de la compañía entregar inmediatamente los valores cobrados a la empresa sin faltantes.
- i) Utilizar correctamente los equipos electrónicos que son entregados para la recepción de pedidos así como también los catálogos que son entregados por la Compañía
- j) No deberá reportarse a atender a los clientes en estado etílico.
- k) Para el trabajo en zonas foráneas deberá el vendedor reportarse en la mañana y en la tarde para registrar su asistencia al trabajo así como también mantener informado sobre cualquier novedad de esa zona, su respaldo será el Ticket de teléfono.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

**ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013**

AP8 2/5

- l) No realizar pedidos falsos o inventados.
- m) Mantener buena relación con todos los clientes.
- n) Realizar la distribución tienda a tienda, en la zona asignada.
- o) No incumplir el presupuesto de ventas durante tres meses consecutivos en el año.
- p) Manejar adecuadamente las facturas originales por cobrar de nuestros clientes que son diariamente entregadas-

Art. 33.- Además de las prohibiciones establecidas para el trabajador determinadas en el Art. 46 del Código de Trabajo y que se las incorpora, en su totalidad de manera expresa a este reglamento se establecen las siguientes:

- a) Tomar bebidas alcohólicas durante las horas de trabajo o presentarse al trabajo en estado de embriaguez o introducir bebidas embriagantes a cualquier dependencia de la Compañía. Ser adicto a estupefacientes y / o presentarse al trabajo bajo la acción de estos o introducirlos a cualquier dependencia de la Compañía o de las instalaciones de los clientes
- b) Hacer escándalos y pelear dentro las dependencias de la Compañía o en la de sus clientes o cualquier otro acto público reñido con la moral y las buenas costumbres dentro de los lugares de trabajo.
- c) Portar armas de cualquier clase dentro de los lugares de trabajo o fuera de ellos a excepción del personal que tiene autorización para el cuidado de propiedades o instalaciones de la Compañía
- d) Abandonar su trabajo sin permiso respectivo o encargar sus obligaciones a otra persona sin consentimiento expreso de su jefe inmediato.
- e) Usar herramientas, equipo y materiales de la Compañía en trabajos particulares o disponer de estos o de producción o bienes en general de la Compañía, así como horas de trabajo en ocupaciones que no sean las que le han sido confiadas.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP8 3/5

- f) Poner escritos insultantes o dibujos obscenos en las paredes de la compañía o en cualquier dependencia de trabajo.
- g) Usar palabras indecorosas o ejecutar actos que estén reñidos con la moral en horas de trabajo y en general dentro de las dependencias de trabajo.
- h) Dormir durante horas de trabajo.
- i) Suspender sus trabajos para formar grupos o tertulias con sus compañeros.
- j) Propagar rumores falsos que vengán en desprestigio de la compañía y sus representantes o de sus superiores.
- k) Trabajar dentro de la jornada de trabajo para otra entidad, Compañía o persona particular mientras esté vigente su contrato de trabajo con la Compañía, salvo que se haya recibido autorización para esta.
- l) Intervenir o realizar proselitismo político o religioso dentro de las instalaciones de la Compañía.
- m) Endosar, entregar o vender a otra persona, sea esta del servicio de la Compañía o extraña a ellas, las órdenes, fichas, documentos o insignias de identificación que la Compañía da a sus trabajadores sean de la naturaleza que fueren.
- n) Si son chóferes y conductores de vehículos desconocer de las leyes y reglamentos de tránsito y dejar de cumplir con las obligaciones de obtener su licencia anual y portar todos los documentos en orden para evitar perjuicios a la Compañía, por el retardo en el desempeño de las funciones o labores encomendadas a estos trabajadores.
- o) Permitir que persona alguna maneje el vehículo que esté a cargo del trabajador, así como llevar carga no autorizada salvo el caso que reciba orden del jefe inmediato superior; en cuyo caso éste será responsable.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP8 4/5

- p) Movilizar el vehículo sin haber recibido orden de su superior o conducir el vehículo por trayectos vías o lugares que no sean los indicados por la Compañía.
- q) Transportar a personas extrañas en los vehículos de propiedad de la Compañía salvo el caso de ayuda en prevención de algún acto de fuerza mayor o por asunto estrictamente operacional el trabajador responderá personal y pecuniariamente por los accidentes daños y perjuicios que por su culpa negligencia o imprudencia debidamente comprobada se hubieren ocasionado. r.
- r) Descuidar el vehículo entregado, y no dar aviso al superior de los daños que se hayan presentado en él.
- s) Utilizar sin permiso de la Compañía máquinas, enseres, vehículos, herramientas o cualquier o. pertenencia de la Compañía, o de empleados en trabajos particulares o en actividades distintas de las propias o disponer arbitrariamente de estos.
- t) Difundir entre sus compañeros o entre particulares secretos e informaciones de la Compañía.
- u) Involucrarse en actividades que representen intereses contrapuestos con la compañía o que sea socio, accionistas, directivo o gestor de otra Compañía perteneciente al mismo ámbito de la Compañía.
- v) Ser promotor o actor de fraudes a la Compañía, como por ejemplo alterar gastos de la comida, viajes u otros similares.
- w) Participar como cómplices o encubridores en cualquier acto sancionado do por el código penal que perjudique a la Compañía, o a sus clientes
- x) Participar en juegos de azar dentro de las oficinas y en general en las dependencias de trabajo.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

AP8 5/5

- y) Negarse a efectuar trabajos que le hayan sido encomendados dentro del desempeño de sus obligaciones.
- z) Fumar en los lugar, en donde exista la orden de no hacerlo o escupir o ensuciar en los sitios en los que se debe mantener absoluta limpieza.
- aa) Dar dinero en préstamo a sus compañeros de trabajo recibir de nuestros clientes. así corno también el entregar completo la mercadería facturada.
- bb) No sujetarse a la fecha señalada para que el trabajador haga uso de las vacaciones.
- cc) Suspender el trabajo, que por su naturaleza no puede interrumpir sin antes haber entregado el servicio al reemplazante. Si se presenta el caso de ausencia del reemplazante, avisará al jefe quien tomará las medidas del caso.
- dd) No cerciorarse, por sí mismo del perfecto funcionamiento del motor y demás accesorios del vehículo entregado comprobando el estado de los frenos antes de salir a viaje o comenzar el trabajo que demanda el empleo de un vehículo.
- ee) No dar cuenta estricta a la Compañía de toda la carga que se le encomienda para su transporte haciéndose directamente responsable personal y pecuniariamente por todo artículo del cargamento hasta la entrega al destinatario o bodega designada por el despachador; salvo el caso de pérdida o deterioro que se deba a fuerza mayor, hecho que deberá ser justificado.
- ff) Maltratar físicamente o verbalmente a nuestros clientes. de comprobarse se considera falta grave.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ARCHIVO
CORRIENTE

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

ÍNDICE ARCHIVO CORRIENTE

FASE I: Análisis preliminar y diagnóstico.

Visita previa

Evaluación de control interno

Análisis FODA

Componentes a examinar

FASE II:

Programa de auditoria de gestión

Memorándum de planificación

FASE III: Ejecución

Programa de auditoria

Análisis de actividades

Verificación de objetivos empresariales

Análisis de comunicación de metas alcanzadas

Evaluaciones de metas departamentales

FASE I: Informe de resultados

Redacción de informe y comunicación de resultados

FASE V: Monitoreo Estratégico de

Recomendaciones

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

**FASE I: Análisis preliminar y
diagnóstico**

PROGRAMA DE AUDITORÍA DE GESTIÓN

ENTIDAD: CODELITESA S.A.

OBJETIVO: Evaluar el control interno de los componentes de la gestión empresarial.

ARCHIVO CORRIENTE

N.-	ÍNDICE	REF. P/T	Elaborado por:	Fecha:
1	Realice la visita previa	A1	P.L.G.J	27/01/2014
2	Evalúe el control interno	A2	P.L.G.J	27/01/2014
3	Efectúe el análisis FODA	A3	P.L.G.J	27/01/2014
4	Selección de componentes a examinar	A4	P.L.G.J	27/01/2014

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha:27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha:12/02/2014

CREACIÓN

CODELITESA S.A. nace por la perseverancia, sueño y visión del Señor LUIS FERNANDO TENEDA BONILLA y la LCDA. MARTHA HIDALGO ESPINOZA, como todo al inicio, las cosas no fueron fáciles, peor aún al no contar con un buen capital de trabajo, sin embargo gracias a la experiencia adquirida en una empresa multinacional como vendedor y jefe de crédito en una institución bancaria respectivamente, lograron formar lo que hoy en día es, CODELITESA S.A., la mayor distribuidora de productos de consumo masivo del país y la cadena de supermercados “MI CASERITA”.

FINALIDAD


Comercializar los mejores productos de consumo masivo, para satisfacer la demanda de todos nuestros clientes de la zona central. Contamos con el personal competitivo que motivados alcanzarán la excelencia en Ventas. Somos una empresa innovadora.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

A2 1/2

Aplicación de cuestionario de control interno

 CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO			
DEPARTAMENTO:	FECHA:	ELABORO:	
VENTAS	NOVIEMBRE 2014	PAULINA GAMBOA	
CUESTIONARIO			
NO.	ITEM	SI	NO
1	Tienen una persona encargada para la supervisión y que vela el cumplimiento de objetivos del departamento.		X
2	Cuentan con manuales escritos para el desarrollo y control de las funciones del personal así como sus actividades.	X	
3	Realizan planificaciones para cada semana de trabajo, para lograr el cumplimiento de metas y tiempos.		X
4	Realizan el plan operativo anual del departamento.		X
5	Realizan evaluaciones al personal para medir su desempeño.	X	
6	Realizan controles de pedidos devueltos.	X	
7	Realizan controles de tiempos de entrega de pedidos.		X
8	Realizan evaluaciones de atención al cliente post venta.	X	
9	Realizan un análisis y se toma los correctivos, con respecto a las sugerencias y reclamos de los clientes.		X
10	Se aplican indicadores de gestión para la evaluación del departamento.		X
11	Se a realizado anteriormente un control interno.		X
12	Se realiza por lo menos una vez al año una auditoria interna o externa en el departamento.	X	
13	Realizan por lo menos una vez al año control de inventarios.	X	
14	Realizan informes de actividades	X	
TOTAL		7	7
REVISADO POR:		APROBADO POR:	

☐

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

Con los resultados obtenidos, procedemos a calcular el nivel de confianza, el mismo que se lo calcula de la siguiente manera:

$$NC = RP / TR \text{ (Nivel de Confianza = Respuestas Positivas / Total Respuestas)}$$

$$NC = 7/14 = 0.5 * 100 = 50 \%$$

Al resultado obtenido se lo colocará o se lo determinará según los siguientes parámetros:

NIVEL DE CONFIANZA		
BAJO	MODERADO	ALTO
15% - 50%	51% - 75%	76% - 95%
ALTO	MODERADO	BAJO
RIESGO DE CONTROL		

Decisión

Según los resultados obtenidos al aplicar el cuestionario de control interno y al calcular el nivel de confianza, el mismo que nos arrojó un resultado del 50% es por ende que nuestro departamento tiene un nivel de confianza moderado y un riesgo de control situado en la misma escala.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ANÁLISIS FODA

FODA	OPORTUNIDADES (O) 1. Apoyo a las micro y medianas empresas por parte del Gobierno Ecuatoriano.	AMENAZAS (A) 1. Inestabilidad del precio de los productos.
FORTALEZAS (F) 1. Se cuenta con una gama de productos de primera necesidad y otros.	ESTRATEGIA F.O Realizar planificaciones que puedan ayudar a través del sector público a la empresa a crecer.	ESTRATEGIA F.A Ofrecer productos de calidad para la entera satisfacción y preferencia del cliente.
DEBILIDADES (D) 1. Control interno deficiente e inadecuado sistema de inventarios y ventas.	ESTRATEGIA D.O Reestructurar un manual para el correcto manejo de inventarios y ventas	ESTRATEGIA D.A Realizar una capacitación al personal para el mejoramiento de atención al cliente.

FODA	OPORTUNIDADES (O) 2. El beneficio por parte de los proveedores al adquirir mercadería al por mayor y la constante rotación de estos.	AMENAZAS (A) 2. Crecimiento del mercado competitivo.
FORTALEZAS (F) 2. El diseño de las estanterías, perchas, exhibidores son los apropiados para la comodidad del cliente.	ESTRATEGIA F.O Aprovechar todos los recursos para innovar la presentación de la mercadería.	ESTRATEGIA F.A Innovar el diseño y la presentación del local y los productos como estrategia de marketing.
DEBILIDADES (D) 2. Falta de cumplimiento de objetivos y metas.	ESTRATEGIA D.O Analizar los principales indicadores que den a conocer el cumplimiento de cada objetivo.	ESTRATEGIA D.A Mejorar el servicio de seguimiento de clientes consecutivos.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

A3 2/3

FODA	OPORTUNIDADES (O) 3. Clientes permanentes.	AMENAZAS (A) 3. Crisis económica, aumento de la inflación
FORTALEZAS (F) 3. Los precios son económicos y accesibles para los consumidores	ESTRATEGIA F.O Realizar convenios con empresas consumidoras por mayor.	ESTRATEGIA F.A Seleccionar estrategia que dependerán de las capacidades disponibles en cada momento y de la predisposición a afrontar riesgos por parte de la compañía.
DEBILIDADES (D) 3. Baja planificación de emprendimiento.	ESTRATEGIA D.O Realizar nuevas planificaciones que proyecten nuevos objetivos.	ESTRATEGIA D.A Planificar estrategias que se enfoque en lo que el cliente exige para su satisfacción.

FODA	OPORTUNIDADES (O) 4. Cuenta con una variedad de productos a elección, gusto y satisfacción del cliente.	AMENAZAS (A) 4. Baja motivación de los trabajadores
FORTALEZAS (F) 4. Las diferentes ubicaciones de los locales son estratégicas.	ESTRATEGIA F.O Mantener un buen stock de inventarios para la disponibilidad permanente de los productos.	ESTRATEGIA F.A Estimular a los trabajadores de la empresa con su estabilidad laboral.
DEBILIDADES (D) 4. Escasa capacitación al personal.	ESTRATEGIA D.O Efectuar capacitaciones al personal de la organización acerca del proceso de ventas.	ESTRATEGIA D.A Investigar las necesidades de los diferentes trabajadores departamentales y suplirlas.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

A3 3/3

FODA	OPORTUNIDADES (O) 5. La creación de nuevos nichos de mercado por ende la expansión de la organización.	AMENAZAS (A) 5. Toma de decisiones sin información oportuna
FORTALEZAS (F) 1. Cuenta con maquinaria, equipo y tecnología de punta para la correcta atención, mantención y traslado de los productos.	ESTRATEGIA F.O Fusionar la nueva tecnología y maquinaria de punta conjuntamente con los nuevos locales ubicados estratégicamente.	ESTRATEGIA F.A Analizar los principales índices financieros de la empresa, previo a la reunión directiva.
DEBILIDADES (D) 5. Escasa información entre personal en los distintos niveles jerárquicos	ESTRATEGIA D.O Aplicar trabajos grupales para mejorar la comunicación entre personal.	ESTRATEGIA D.A Imponer nuevas reglas de comunicación de información interna de la empresa y entre empleados.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

Determinación de Componentes

En la Auditoria de Gestión se tomaron en cuenta los siguientes departamentos para la evaluación de los componentes.

Departamento de Gerencia

- Elaboración del Plan Anual de Ventas
- Asegurar el cumplimiento de las políticas y procedimientos plateados, y modificarla de manera necesaria.
- Autorizar las transacciones tanto operativas y financieras de la empresa.
- Supervisar el cumplimiento de las funciones de su equipo de trabajo.
- Cumplir estrictamente los presupuestos de nuestros proveedores.
- Asegurar la adquisición y canalización de financiamiento
- Revisar y APROBAR los pedidos que traen los vendedores.
- Reunirse semanalmente con todo el equipo de ventas.
- Coordinar con el responsable de Bodega sobre el nivel de inventarios.

Departamento Administrativo y Financiero

- Llevar la contabilidad de la empresa de manera oportuna y veraz.
- Mantener informado a la empresa por medio de informes los índices económicos de la empresa.
- Comprobar y analizar las conciliaciones bancarias y arqueos de caja.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

A4 2/3

- Cuadrar los saldos de IVA y retenciones efectuadas a lo largo del cada periodo.
- Llevar un control eficaz de la cuenta inventarios.
- Mantenerse actualizado con las cuentas con proveedores y clientes.
- Entregar a gerencia información financiera completa y verídica para que la junta pueda tomar decisiones correctas de beneficio para la empresa.
- Elaborar mensualmente el Informe de Cumplimiento Tributario
- Registrar y clasificar los documentos de manera oportuna y ordenada.
- Invertir los recursos de la empresa de manera segura y productiva.
- Asesorar y apoyar el resto de áreas de la empresa para la optimización de los recursos de la misma.

Departamento de Ventas:

- Ingresar al sistema la información de las Facturas de Compra, programa COPS, Archivo de Inventarios, Compras-Inventarios.
- Archivar la documentación de compras en las respectivas carpetas.
- Procesar INGRESOS Y EGRESOS de mercaderías (promociones).
- Impresión de Notas de Egreso para el despacho de la mercadería de bodega.
- Revisar los Pedidos de los señores vendedores.
- Conciliar la información de INGRESOS Y EGRESOS DE MERCADERÍAS.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

A4 3/3

- Supervisar permanentemente el cumplimiento del Programa mensual de ventas por parte de los vendedores.
- Coordinar con el responsable de Bodega para la verificación de los inventarios de productos de baja rotación.
- Cumplir estrictamente las políticas de crédito y descuentos.
- Atención de calidad a los clientes.
- Monitorear a la competencia.

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

FASE II: Planificación Específica.

PROGRAMA DE AUDITORIA DE GESTIÓN

Objetivo: Evaluar la gestión empresarial.

No.	Descripción	Ref. P/T	Elaborado por:	Fecha
1	Memorándum de planificación.	PE1	P.L.G.J.	27/01/2014
2	Análisis departamental <ul style="list-style-type: none">• Gerencia• Depto. Administrativo y Financiero.• Depto. Ventas.	PE2	P.L.G.J.	27/01/2014

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

MEMORÁNDUM DE PLANIFICACIÓN

<p>Auditoría de gestión a las áreas de:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gerencia.• Departamento administrativo financiero• Departamento de ventas <p>Período: 2014</p>
<p>1.-Tiempo estimado de duración</p> <p>Para la ejecución de la auditoría de gestión se ha estimado 1 meses.</p> <p>Inicio: 27 de Enero del 2014</p> <p>Fin: 28 de febrero del 2014</p>
<p>2.-Presupuesto:</p> <p>El presupuesto que se estima es de \$ 1000</p>
<p>3.-Recursos humanos.</p> <p>Auditor operativo</p>
<p>4.-Recursos materiales</p> <p>Suministros de oficina, equipo de cómputo, impresiones, fotocopias.</p>
<p>5.- Producto a obtenerse</p> <p>Informe de evaluación</p>

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 27/01/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 12/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

PE1 1/2

Áreas: Gerencia, Depto. Administrativo-Financiero y Depto. Ventas

Periodo: 2014

Objetivo: Determinar el grado de eficiencia y eficacia de las unidades departamentales

No.	Descripción	Ref. P/T	Elaborado por:	Fecha
Gerencia				
1	Verificar si existe una buena distribución de personal para cada actividad	J1	P.L.G.J.	19/02/2014
2	Determinar si se informa al personal del cumplimiento de metas y objetivos.	J1	P.L.G.J.	19/02/2014
3	Análisis de la rentabilidad	J2	P.L.G.J.	19/02/2014
4	Determinar si se realizan evaluaciones al personal encargado de cada departamento	J3	P.L.G.J.	19/02/2014
Administrativo-Financiero				
1	Verificar si se maneja la información financiera de manera clara, verídica y oportuna	J3	P.L.G.J.	19/02/2014
2	Verifique si el personal se encuentra capacitado para llevar a cabo dicha función.	J3	P.L.G.J.	19/02/2014
3	Determinar si el personal cuenta con manuales escritos para el desarrollo y control de cada actividad.	J3	P.L.G.J.	19/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

PE1 2/2

4	Verificar si las transacciones de la empresa son registradas de manera oportuna.	J3	P.L.G.J.	19/02/2014
Ventas				
1	Verificar si el personal cuenta con un manual escrito de procedimientos de venta.	J3	P.L.G.J.	19/02/2014
2	Establezca un análisis sobre la obtención de nuevos clientes	J3	P.L.G.J.	19/02/2014
3	Elaborar la hoja de hallazgos	H/H	P.L.G.J.	19/02/2014

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 13/02/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 20/02/2014

FASE III: Ejecución.

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

J1

Aplicación de Indicadores

INDICADORES		
NOMBRE DEL INDICADOR	FÓRMULA (* 100)	INTERPRETACION
Cumplimiento de metas	Metas cumplidas / Metas planteadas	Este indicador nos muestra el grado de cumplimiento de las metas planteadas.
Gestión de informes	Informes revisados / Informes emitidos	Nos indica la gestión de los informes el valor recomendable debe ser mientras más se acerque al 100%
Control de actividades	Actividades controladas / Actividades realizadas	Nos muestra el porcentaje de control de actividades.
Reclamos Atendidos	Reclamos Entendidos / Reclamos recibidos	Este indicador nos indica el valor que da la empresa a la opinión de los clientes acerca de la misma.
Eficiencia en la entrega de pedidos	Pedidos entregados a tiempo / total de pedidos	Nos muestra el grado de cumplimiento de la empresa con sus clientes.
Eficacia en la entrega de pedidos	Pedidos devueltos / Total de pedidos.	No indica el grado de gestión y de precisión al entregar lo que solicitan los clientes
Gestión de clientes	Total de clientes en el año vigente / Total de clientes en el año anterior.	Esto nos indica el grado de gestión del departamento para el aumento de la cartera de clientes.
Gestión de ventas	Monto de ventas del año vigente / Monto de ventas del año anterior	Nos muestra el grado de gestión de ventas del departamento en base a datos históricos de la misma empresa.

☐

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 20/02/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 25/02/2014

APLICACIÓN DE INDICADORES DE RENTABILIDAD

ROA

Este indicador nos muestra el grado de rentabilidad en función de sus activos.

$$\text{ROA} = \frac{\text{UTILIDADES}}{\text{ACTIVOS}} * 100 = -0,18$$

En este caso obtuvimos un valor negativo ya que nuestro ejercicio contable generó una pérdida.

ROE

Este indicador nos muestra el grado de rentabilidad en función de su patrimonio.

$$\text{ROE} = \frac{\text{UTILIDADES}}{\text{ACTIVOS}} * 100 = -0,52$$

En este caso obtuvimos un valor negativo ya que nuestro ejercicio contable generó una pérdida

RENTABILIDAD SOBRE VENTAS (RSV)

Este indicador nos muestra el grado de rentabilidad en función de sus ventas.


$$\text{RSV} = \frac{\text{UTILIDADES}}{\text{ACTIVOS}} * 100 = -0,05$$

En este caso obtuvimos un valor negativo ya que nuestro ejercicio contable generó una pérdida

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha:20/02/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha:25/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

J3

 <p style="margin: 0;">Check List</p>					
DEPARTAMENTO:		FECHA:		ELABORO:	
VENTAS					
CUESTIONARIO					
COD	ITEM	SI	NO		
CL-1	Se maneja la información financiera de manera clara, verídica y oportuna	X			
CL-2	Cuenta la empresa con un programa de reclutamiento y selección de personal		X		
CL-3	El personal se encuentra capacitado para llevar a cabo dicha función.	X			
CL-4	El personal cuenta con manuales escritos para el desarrollo y control de cada actividad		X		
CL-5	Las transacciones de la empresa son registradas de manera oportuna.	X			
CL-6	El personal cuenta con un manual escrito de procedimientos de venta.		X		
CL-7	El departamento realiza gestiones o promociones para captar nuevos clientes	X			
REVISADO POR:			APROBADO POR:		

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 20/02/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 25/02/2014

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

H/H 1/2

Fase III. Desarrollo de Hallazgos (Examen profundo de áreas críticas)

MATRIZ DE HALLAZGOS						
Departamento: Ventas		FECHA: Noviembre 2014		ELABORADO POR: Paulina Gamboa		
#	PROBLEMA O CÓDIGO	CONDICIÓN	CRITERIO	CAUSA	EFECTO	RECOMENDACIÓN
1	A2	Documentos para el otorgamiento de créditos incompletos	No cuentan con un documento que solicite autorización para recabar información.	Desconocimiento de la normativa legal del Ecuador	Consecuencias legales	Reformar el procedimiento e implementar un documento que autorice a la empresa para poder indagar sobre su situación crediticia y financiera (Credireport)

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

H/H 2/2

2	A2	Incumplimiento con el procedimiento	Escaso control por parte de la empresa hacia sus vendedores	Ineficiente gestión de ventas	Atraso en la entrega de pedidos.	Implementar una política la cual mencione que por entregar a destiempo los pedidos la primera vez se les llamará la atención verbalmente, la segunda vez se les llamará la atención de forma escrita y la tercera se les sancionará.
3	A2	Incumplimiento con los tiempos establecidos	Escaso control por parte de la empresa hacia sus Choferes, despachadores y bodeguero.	Ineficiente gestión de despacho y bodega.	Inconformidad de los clientes	Reformar el procedimiento y realizar controles esporádicos para constatar e impedir los atrasos en los despachos.
4	A2	Documento para evaluar la atención al cliente	No entregan un documento para evaluar la atención prestada al cliente	Ineficiente gestión en la atención al cliente	Clientes insatisfechos	Reformar el procedimiento y realizar un test de la atención prestada en la empresa.
5	J3	No cuenta con un programa de reclutamiento y de selección de personal	Normalizar el reclutamiento y selección del personal	Ineficiente gestión del reclutamiento y selección del personal	Disminución del desempeño laboral	Crear un programa de reclutamiento y selección del personal.

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

6	J3	Manuales escrito para el desarrollo y control de actividades	No cuentan con un manual escrito para el desarrollo y control de actividades	Dificultad de acceso a la información	Incumplimiento del manual	Realizar un manual impreso
7	J3	Manuales escrito para el procedimiento de ventas	No cuentan con un manual escrito para el procedimiento de ventas	Dificultad de acceso a la información	Incumplimiento del manual	Realizar un manual impreso

Elaborado por: P.L.G.J.	Fecha: 24/02/2014
Revisado por: E.A.P.P.	Fecha: 26/02/2014

FASE IV: Informe de resultados.

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

Fase IV. Redacción de informe y comunicación de resultados

Ambato, Febrero 2014

Sr.

Ing. Luis Teneda

GERENTE GENERAL CODELITESA S. A.

Presente:

Por la presente me permito informar acerca las novedades encontradas al momento de evaluar las políticas y procedimientos del departamento de ventas.

INFORME

Una vez realizada la indagación previa y la recolección de la información necesaria, las entrevistas y encuestas que se realizó al personal de la empresa CODELITESA S. A, estos son los resultados obtenidos, con sus respectivas recomendaciones, para lo cual ponemos a su consideración para que puedan realizar los correctivos respectivos.

Criterios Encontrados

HALLAZGO 1 No cuentan con un documento que solicite autorización para recabar información.

Recomendación

- Reformar el procedimiento e implementar un documento que autorice a la empresa para poder indagar sobre su situación crediticia y financiera (Credireport)

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

HALLAZGO 2 Incumplimiento con el procedimiento (Los vendedores se reportan en la noche y descargan de su equipo móvil al sistema los pedidos y los cobros realizados del día.).

Recomendación

- Implementar una política la cual mencione que por entregar a destiempo los pedidos la primera vez se les llamará la atención verbalmente, la segunda vez se les llamará la atención de forma escrita y la tercera se les sancionará.

HALLAZGO 3 Incumplimiento con los tiempos establecidos

Recomendación

- Reformar el procedimiento y realizar controles esporádicos para constatar e impedir los atrasos en los despachos.

HALLAZGO 4 Documento para evaluar la atención al cliente

Recomendación

- Reformar el procedimiento y realizar un test de la atención prestada en la empresa.

HALLAZGO 5 Normalizar el reclutamiento y selección del personal.

Recomendación

- Crear un programa de reclutamiento y selección del personal.

HALLAZGO 6 No cuentan con un manual escrito para el desarrollo y control de actividades.

Recomendación

- Realizar un manual impreso.

ANDYS Y ASOCIADOS
AUDITORES INDEPENDIENTES
PERIODO 2013

HALLAZGO 7 No cuentan con un manual escrito para el procedimiento de ventas.

Recomendación

- Realizar un manual impreso.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Paulina Lorena Gamboa Jácome
JEFE DE EQUIPO DE AUDITORÍA

Fase V. Monitoreo Estratégico de Recomendaciones

MONITOREO ESTRATÉGICO DE RECOMENDACIONES			
DEPARTAMENTO:	FECHA:		REVISO:
RECOMENDACIÓN	SE ACEPTA	SE RECHAZA	% DE EJECUCIÓN
Reformar el procedimiento e implementar un documento que autorice a la empresa para poder indagar sobre su situación crediticia y financiera (Credirepor)			
Implementar una política la cual mencione que por entregar a destiempo los pedidos la primera vez se les llamará la atención verbalmente, la segunda vez se les llamará la atención de forma escrita y la tercera se les sancionará.			
Reformar el procedimiento y realizar controles esporádicos para constatar e impedir los atrasos en los despachos.			
Reformar el procedimiento y realizar un test de la atención prestada en la empresa.			

Revisó:

Aprobó:

Políticas y procedimientos que permitan mejorar el proceso ventas para cumplir con los presupuestos y mejorar la rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A.

POLÍTICAS

1. OBJETIVO

Definir la Política de Crédito y Cobranza con respecto a las ventas realizadas a clientes.

2. ALCANCE

Desde la recepción del pedido de venta hasta el cobro de la o las facturas generadas a clientes.

3. RESPONSABLES

- Jefe de Crédito y Cobranzas.
- Gerencia Administrativa y Financiera.
- Contador General.
- Supervisores de Ventas.
- Vendedores.
- Gerente General.

4. DEFINICIONES

CRÉDITO A CLIENTES: forma de pago autorizada por el jefe de crédito, según la cual la mercadería puede facturarse a un cliente y recibir el pago de la misma en una fecha posterior.

LÍMITE DE CRÉDITO: monto máximo (en dólares) de crédito que tiene un cliente.

CONDICIÓN DE CRÉDITO: Tiempo de espera concedido a un cliente para que cancele una factura.

Las condiciones de crédito vigentes son:

Contado (Ventas a clientes, previa aprobación de la solicitud de crédito, en este caso será previo depósito, también se facturará de contado en casos de que sea una negociación puntual acordada con el cliente).

Contado 8 días (Clientes con vendedor asignado monto no mayor a los \$500).

C1 (30 días) a clientes con un cupo entre \$500 y \$3000

C2 (30-45 días) a clientes con un cupo entre \$1000 y \$5000

C3 (30-45-60) clientes que tengan \$5000 o más de cupo (esta opción es aplicable para clientes con calificación A+)

Nota: El plazo máximo de Crédito de CODELITESA será de 60 días, los valores fuera de este rango se consideran como cartera vencida.

CUOTAS: Pagos que el cliente debe realizar según la condición de crédito, por ejemplo en la condición C3 deberá hacer pagos a los 30 días, otro a los 45 días y el último a los 60 días.

CUOTAS DE GRACIA:

1. Pago que el cliente tiene opción a realizar al cumplirse la cuota inmediata y seguirle facturando, por ejemplo en la condición C3 el cliente podría hacer los pagos desde los 30 días, es decir en lugar de dividir la factura en 3 partes o pagos, serían únicamente 2.

GARANTIA DE RESPALDO: Documento de respaldo que entrega el cliente, estas pueden ser letras de cambio o prenda hipotecaria.

LETRA DE CAMBIO: es un documento mercantil que contiene una promesa u obligación de pagar una determinada cantidad de dinero a una convenida fecha de vencimiento. Debe tener adjunto la copia de la cédula del cliente y en caso de existir la del garante.

PRENDA HIPOTECARIA: Bien mueble o inmueble que asegura o respalda el pago de la deuda de un cliente, se deberá exigir copias de los papeles del cliente y su cónyuge si lo tuviere (cédula de identidad, papeletas de votación) y un certificado de desgravamen para realizar la gestión con un abogado.

5. DESARROLLO

POLITICA GENERAL

"Codelitesa S.A." se reserva el derecho de otorgar, limitar o cancelar el crédito solicitado, según lo estime conveniente y en cualquier tiempo sin previa aprobación del cliente".

OTORGAMIENTO DE CREDITO A CLIENTES

REQUISITOS

Solicitud de Crédito

El cliente deberá llenar la solicitud en donde deben constar sus datos personales en la primera sección de la solicitud (VER ANEXO)

Toda solicitud de crédito, o de contado será aprobada cuando se abalice la información de la documentación requerida por CODELITESA con su respectiva Letra de Garantía cuando supere los \$500 dólares.

NOTA: Autorizo a CODELITESA a verificar la información de tipo comercial, y a publicar de considerarlo necesario los saldos de las operaciones de orden crediticio proveniente de la relación comercial en cualquier buro crédito autorizado.

Requisitos Adjuntos

Para la concesión de créditos menores a los 500USD

1. PERSONASNATURALES:

Son las personas físicas, nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas.

1.1 REQUISITOS:

- Llenar solicitud de crédito con letra imprenta sin tachones ni enmendaduras, suscribir la firma del solicitante y del conyugue de ser el caso.
- Fotocopia de la Cedula de Identidad del cliente y su conyugue.
- Fotocopia de RUC del negocio para el cual solicite el crédito.
- Pago de un servicio básico (Agua, Luz, o Planilla telefónica).

- Fotocopia de la factura de por lo menos dos proveedores.

- **PERSONAS JURIDICAS:**

El término sociedad comprende a todas las instituciones del sector público, a las personas jurídicas bajo control de las Superintendencias de Compañías y de Bancos, las organizaciones sin fines de lucro, los fideicomisos mercantiles, las sociedades de hecho y cualquier patrimonio independiente del de sus miembros.

2.1 REQUISITOS:

- Llenar solicitud de crédito con letra imprenta sin tachones ni enmendaduras, suscribir la firma del representante legal.
- Fotocopia de la Cedula de Identidad del representante legal.
- Fotocopia de RUC.
- Pago de un servicio básico (Agua, Luz, o Planilla telefónica).
- Fotocopia de la factura de por lo menos dos proveedores.

Para la concesión de créditos con montos mayores a los 500 USD

1. PERSONAS NATURALES:

1.1 REQUISITOS:

- Llenar solicitud de crédito con letra imprenta sin tachones ni enmendaduras, suscribir la firma del solicitante y del conyugue de ser el caso.
- Fotocopia de la Cedula de Identidad del cliente y su conyugue.
- Fotocopia de RUC del negocio para el cual solicite el crédito.
- Pago de un servicio básico (Agua, Luz, o Planilla telefónica).
- Fotocopia de la factura de por lo menos dos proveedores.
- Dos (2) Referencia Comerciales.
- Dos (2) Referencia Bancarias.
- Letra de Cambio por el cupo aperturado.

2. PERSONAS JURIDICAS:

1.2 REQUISITOS:

- Llenar solicitud de crédito con letra imprenta sin tachones ni enmendaduras, suscribir la firma del representante legal.
- Fotocopia de la Cedula de Identidad del representante legal.
- Fotocopia de RUC.
- Pago de un servicio básico (Agua, Luz, o Planilla telefónica).
- Fotocopia de la factura de por lo menos dos proveedores.
- Dos (2) Referencia Comerciales.
- Dos (2) Referencia Bancarias.
- Letra de Cambio por el cupo aperturado.

REQUISITOS ADICIONALES:

Para clientes nuevos se exigirá las primeras tres compras de contado.

Para clientes nuevos con montos de compras que superen los 1.000,00 USD se exigirá estricto pago en efectivo o la verificación del depósito por el Gerente Financiero, siendo responsabilidad directa del empleado que obviare esta disposición.

6. APROBACION Y OTORGAMIENTO DE CREDITOS

Recepción de Solicitudes

CODELITESA a través del Jefe de Crédito recibirá la solicitud de crédito para analizarla y calificarla, los Agentes Vendedores deberán hacer la llegar personalmente.

Otorgamiento del Cupo y Condición de Crédito

Una vez verificadas las referencias comerciales (incluyendo buró de crédito) demostrándose la solvencia y cumplimiento del cliente solicitante, se le asignará un monto y tiempo máximo de pago en las de ventas a crédito. Dependerá mucho del cupo asignado, promedio de compras o el historial de pago que el solicitante maneje con sus proveedores así como también del manejo de las cuentas corrientes que posea.

Dependiendo de cómo el cliente maneje la cuenta asignada por la empresa, el límite del crédito puede ser aumentado o disminuido según sea el caso.

Políticas de Respaldo

- La línea de crédito que se conceda al cliente, solo se podrá utilizar a partir de la fecha en que el departamento de crédito autorice.
- La línea de crédito que se otorgue no puede ser excedida por las compras del cliente, para aumentar el cupo de crédito deberá justificar su solvencia y capacidad de pago mediante referencias comerciales, y la respectiva evaluación de riesgo (Credireport), los cheques que aún no se hayan cobrado se consideran como deuda.
- El plazo de pago del crédito que se conceda, comenzará a partir de la fecha en que se emita la factura y este considerará días naturales y no días hábiles.
- El cliente que tenga una línea de crédito y cambie de razón social o ruc, deberá solicitar el respeto de su línea de crédito, a través del formato correspondiente. Esto se debe hacer de forma inmediata, de otra manera se manejará como cliente nuevo.
- El cliente que se atrase en el pago de uno de sus créditos dependiendo la condición del mismo, se le suspenderá su línea de crédito, hasta que cumpla por completo con sus compromisos vencidos. Para la reapertura de la línea de crédito se considerara la morosidad y la intención de pago por parte del cliente.
- En caso de que a un cliente se le suspenda su línea de crédito, solo se le autorizaran nuevas compras de contado (en efectivo o con depósito verificado).
- El atraso repetitivo de un cliente en el pago de sus créditos tendrá como consecuencia la suspensión o cancelación de la línea de crédito, de acuerdo al criterio emitido por el área de crédito y cobranza y la gerencia.
- Los clientes nuevos que sean aprobados de contado, no podrán realizar ninguna compra hasta que haya cancelado cualquier factura pendiente.

7. SUSPENSIÓN DEL CRÉDITO

El crédito concedido a cualquiera de nuestros clientes podrá ser suspendido por los siguientes casos:

- Por incumplimiento en el plazo de los pagos.
- Por girar cheques sin fondos.
- Por haber alcanzado el límite de crédito aprobado (hasta que el cupo de crédito sea revisado por la Gerencia de Crédito).
- Por mantener valores vencidos aun cuando su cupo de crédito no se encuentre utilizado en su totalidad.
- Por haber dejado de efectuar compras por más de seis meses, si el vendedor lo solicita.
- En todo caso el Asistente de Crédito a discreción y en coordinación con el Jefe de Crédito podrán sobregirar a los clientes que siempre hayan sido cumplidores de sus obligaciones con la empresa hasta que regularicen el cupo.

8. REHABILITACIÓN DEL CRÉDITO

Una cuenta puede ser rehabilitada siempre y cuando ésta no haya sido cerrada por mal manejo.

Para proceder a habilitar una cuenta se debe seguir los siguientes pasos para el caso de clientes nuevos, pero tomando en cuenta los siguientes puntos:

- El monto de crédito concedido no podrá ser mayor al registrado anteriormente.
- No se rehabilitará el crédito a quien se le haya suspendido en tres o más oportunidades.

9. CONTROL DE LOS REPORTES DE CARTERA.

1. Es responsabilidad del departamento de cartera realizar diariamente el chequeo del físico de las facturas (crédito) y su comparación del saldo reflejado en el documento (Abonos) con el saldo del sistema, y de existir diferencias establecer responsabilidades y conciliar saldos.

10. SUSPENSIÓN DE DESPACHOS.

1. Se detendrán despachos a clientes que no cumplan la política de crédito, es decir tengan cheques protestados, que realicen devoluciones, que se refieran a la empresa de mala manera.

11. RESPONSABLES

1. DE LA RECOPIACIÓN DE DATOS:

- Los responsable de recopilar los datos y del correcto llenado de la SOLICITUD DE CRÉDITO será los Ejecutivos de Ventas.
- Deben entregar todos los datos completos de la Solicitud de Crédito adjuntando todos los documentos necesarios según sea el caso.
- De ser el caso de aperturas de clientes en oficina el responsable será el empleado que atienda estos petitorios para lo cual deberá cumplir con todos los lineamientos anterior mente señalados.

2. DE LA INVESTIGACIÓN DE LA SOLICITUD DE CRÉDITO:

- Será responsabilidad del Asistente de Cartera, la investigación de la solicitud de crédito a través de llamadas al cliente, a sus referencias comerciales y personales, también la verificación de la información contenida en la solicitud así como también de la documentación necesaria según sea el caso.
- Verificación de que estén completos todos los documentos señalados en los requisito según sea el caso.
- Se suscribirá en la solicitud el estado de la investigación así como la respectiva firma de responsabilidad.
- Luego de verificar la información de la Solicitud de Crédito, esta será entregada al Gerente Financiero para que suscriba su firma de autorización en la misma.

3. DE LA APERTURA DE CÓDIGOS Y CONTROL INTERNO:

- Una vez que la Solicitud de Crédito ha sido Verificada y Autorizada se procederá por parte del Jefe de Cartera a la creación del respectivo código en el sistema ingresando datos completos del cliente.

- No se apertura ninguna Solicitud de Crédito de está no contar con la respectiva verificación de datos y firma de autorización.
- El control de la solicitudes de crédito que se ingresan al sistema será revisado según orden numérico del sistema en por lo menos una vez a la semana por el Gerente Financiero en el auxiliar de apertura de Clientes nuevos que llevara el Jefe de Cartera.
- Una vez creado el código del cliente nuevo este se suscribirá en la parte superior de la Solicitud de Crédito la misma que será entregada al departamento de facturación.
- La Solicitud de Crédito será archivada en orden numérico por el empleado asignado para esta función.

El resguardo de las Letras de Cambio será responsabilidad del Gerente General.

12.SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL CREDITO

El seguimiento y control del crédito se hace a diario, semanal y de forma mensual así:

Diariamente, cada Cartera deberá revisar la cartera pendiente de un vendedor, esto debe ser:

CARTERA PENDIENTE DE 60 DIAS, se auditara al vendedor sobre la cartera pendiente, una vez que hayan justificado cada saldo, se seleccionarán a los clientes que todavía no hayan abonado las facturas de este reporte y los clientes que se consideren problema, es decir aquellos que mantengan deuda por cobrar mayor a 60 días para realizar el seguimiento y conseguir una promesa de pago, en caso de tener una antigüedad de más de 75 días enviar cartas de cobro.

CONFIRMACION DE COBROS: Se escogerán 3 recibos de cobros de 2 vendedores al azar para confirmar vía telefónica con el cliente sobre la recaudación que consta en dichos recibos de cobro, para registrarlos en un archivo de Excel las novedades.


Diariamente, a través de la aprobación de pedidos, verificando los pagos sobre créditos autorizados a clientes, esto implica la revisión de sus cuentas pendientes, tiempo y forma de pago.


Diariamente, a través de la penalización de cobros, revisando aquellos con excesos en el tiempo de pago, y de ser el caso, renegociándolos.


Semanalmente, cada viernes con la revisión y análisis del reporte de vencimientos de la cartera total, en el cual se observan los datos por cliente y total es por columnas de vencimiento así:

- Facturas con vencimiento inferior a 30 días.
- Facturas con vencimiento superior a 30 días e inferior a 45
- Facturas con vencimiento superior a 45 días e inferior a 60
- Facturas con vencimiento superior a los 60 días

Semanalmente, mediante reunión se informara el estado de cuenta y/o comunicados para establecer el cumplimiento de cuentas pendientes de clientes seleccionados aleatoriamente, o con potencialidad a convertirse en morosos.


PROCEDIMIENTO DE VENTAS		
AREA: VENTAS		CODELITESA S.A.
<p>OBJETIVO</p> <p>Definir el procedimiento de ventas, para el cual fluya adecuadamente en el proceso de venta satisfactoriamente.</p> <p>ALCANCE</p> <p>Este procedimiento será puesto en práctica en las actividades diarias del departamento de ventas, el departamento de logística y el departamento administrativo para que las actividades de cada departamento fluya adecuadamente y con un fin común que es una venta realizada con éxito.</p>		
Elaborado por :	Revisado por:	Fecha de elaboración:
Paulina Gamboa	Eduardo Paredes	Fecha de revisión:


PROCEDIMIENTO DE VENTAS		
AREA: VENTAS		
<p>DEPARTAMENTOS INVOLUCRADOS EN EL PROCESO DE VENTAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jefe de ventas • Superviso • Vendedores • Facturación • Cartera • Logística • Caja 		
Elaborado por :	Revisado por:	Fecha de elaboración:
Paulina Gamboa	Eduardo Paredes	Fecha de revisión:


PROCEDIMIENTO DE VENTAS		 <p style="text-align: center;">CODELITESA S.A.</p>
AREA: VENTAS		
RESPONSABILIDAD		
JEFE DE VENTAS		
Responsable de :	Revisar los presupuestos de los vendedores Supervisión a las rutas asignadas a cada vendedor. Pasar a gerencia informe de estadísticas de ventas. Realizar el análisis de las ventas realizas versus ventas despachas.	
SUPERVISOR		
Responsable de :	Pasar los reportes de avances de ventas a los vendedores. Revisión de la gestión diario en la noche de los vendedores. Revisión de líneas vendidas por cada asesor. Dar seguimiento el cumplimiento de presupuestos de ventas.	
Elaborado por :	Revisado por:	Fecha de elaboración:
Paulina Gamboa	Eduardo Paredes	Fecha de revisión:



CODELITESA S.A.
PROCEDIMIENTOS Y POLITICAS DE VENTAS




PROCEDIMIENTO DE VENTAS	CODELITESA S.A. 	
AREA: VENTAS		
<p>VENDEDOR</p> <p>Responsables de :</p> <ul style="list-style-type: none"> Visitar a todos los clientes de su ruta. Ofrecer todas las líneas de productos, promociones y descuento. Realizar los cobros de las facturas. Emitir recibo de cobro al cliente firmado por él. Realizar las toma de pedidos del cliente. Ingreso de pedido a la Tablet. Depositar diariamente de la recaudación realizada en el banco. Cuadra de la recaudación realizada y entregado a la cajera en la noche. Descargue de la maquina al sistema. Entregar las facturas pendientes de cancelación al encargado de cartera. 		
Elaborado por :	Revisado por:	Fecha de elaboración:
Paulina Gamboa	Eduardo Paredes	Fecha de revisión:

PROCEDIMIENTO DE VENTAS		
AREA: VENTAS		CODELITESA S.A.
<p>FACTURACIÓN</p> <p>Responsable de: Descargar de las Tablet los pedido al sistema.</p> <p> Validar si todos los pedidos se descargaron.</p> <p> Facturas los pedidos.</p> <p> Validación de promocionales en el sistema .</p> <p> Asignación de guía de despacho.</p> <p> Realización de alcances de productos por faltantes de stock.</p> <p> Asignación de cargue de mercadería.</p> <p> Entregar a bodega el cargue correspondiente con sus facturas para su despacho.</p> <p> Revisión de cargues completos parado de bodega.</p> <p> Informe de faltantes de stock a la persona encargada de realizar compras.</p>		
Elaborado por :	Revisado por:	Fecha de elaboración:
Paulina Gamboa	Eduardo Paredes	Fecha de revisión:

PROCEDIMIENTO DE VENTAS		CODELITESA S.A.
AREA: VENTAS		 Codelitesa sa Su empresa amiga
<p>CARTERA</p> <p>Responsable de: Aprobación de nuevos clientes y asignación de código.</p> <p>Entregar reporte a vendedores con facturas de cada rutas para su cobro correspondiente cada día.</p> <p>Informe semanal del vencimiento de la cartera total.</p> <p>Autorización de despacho a clientes por monto de comprar.</p> <p>Realización de confirmaciones de saldos de cliente.</p> <p>Seguimiento de cobro de facturas a los cliente por parte de los vendedores.</p> <p>Reporte entregado a gerencia para la aprobación de descuentos especiales a clientes.</p>		
Elaborado por :	Revisado por:	Fecha de elaboración:
Paulina Gamboa	Eduardo Paredes	Fecha de revisión:

PROCEDIMIENTO DE VENTAS		
AREA: VENTAS		CODELITESA S.A. 
<p>LOGÍSTICA</p> <p>Responsable de: Despachar la mercadería de la bodega.</p> <p style="padding-left: 150px;">Despachar al cliente la mercadería máximo en dos días.</p> <p style="padding-left: 150px;">Recepción de mercadería de proveedores.</p> <p style="padding-left: 150px;">Revisión de productos próximos a caducarse</p> <p style="padding-left: 150px;">Para reporte de productos caducados</p> <p style="padding-left: 150px;">Parar reporte de las devolución realizadas a facturación.</p> <p>CAJA</p> <p>Responsable de: Recepción de dinero en la empresa.</p> <p style="padding-left: 150px;">Recepción de cuadros de recaudación realizada por los vendedores y choferes.</p> <p style="padding-left: 150px;">Informe de flujo de efectivo a jefe de ventas.</p>		
Elaborado por :	Revisado por:	Fecha de elaboración:
Paulina Gamboa	Eduardo Paredes	Fecha de revisión:

PROCESO DE VENTAS		 <p style="text-align: center;">CODELITESA S.A.</p>
AREA: VENTAS		
DETALLE DE PROCESO DE VENTA A SEGUIR		
Numero	Procedimiento	
PV001	El vendedor visita al cliente.	
PV002	<p>Le hace llenar una solicitud de cliente o crédito en la cual se llena todos los datos de los clientes de igual manera se solicita los documentos que se deben adjuntar, los mismos que son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Copia de cédula papeleta de votación • Dos facturas de otro proveedor • Un recibo de agua luz o teléfono 	
PV003	Luego de eso le toman el pedido y les explican la forma de pago, los descuentos y todos los productos que distribuimos.	
PV004	Los vendedores se reportan en la noche y descargan de su equipo móvil al sistema los pedidos y los cobros realizados del día.	
PV005	Cuando el vendedor trae la solicitud se llama por teléfono al cliente para confirmar los datos llenados después de eso se saca un reporte de la central de riesgos de cada uno, se analiza la situación y se pasa a gerencia para su previa autorización de los mismos después de eso se le	

CODELITESA S.A.
PROCEDIMIENTOS Y POLITICAS DE VENTAS

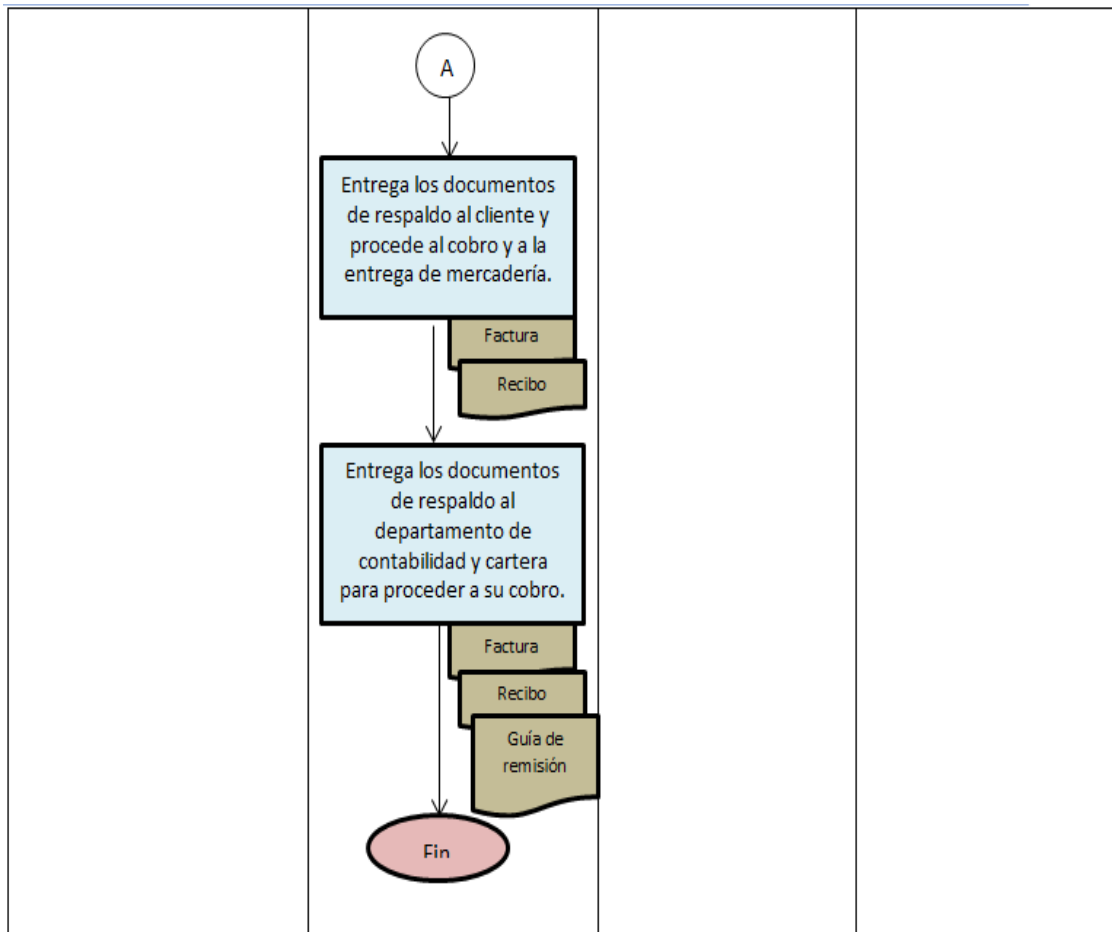


	designa un código como cliente.							
PV006	En ese mismo momento facturación revisa y valide y facturan.							
PV007	Se pasa a bodega para el despacho correspondiente en cada camión según la zona de distribución en lo cual deben entregar en un máximo de 2 días los pedidos por cualquier circunstancia.							
PV008	Los transportistas entregan las facturas ya despachadas con novedad para devolución o sin novedad.							
PV009	Si las facturas tienen novedad de devolución se pasa a facturación que llama a los clientes para ver por qué motivo no desean o para ver si no ha pedido ese producto.							
PV010	Pasan las facturas al departamento de cartera para la entrega de las mismas, al vendedor para su cobro correspondiente con un detalle que se genera del sistema.							
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%;">Elaborado por :</td> <td style="width: 33%;">Revisado por:</td> <td style="width: 33%;">Fecha de elaboración:</td> </tr> <tr> <td>Paulina Gamboa</td> <td>Eduardo Paredes</td> <td>Fecha de revisión:</td> </tr> </table>			Elaborado por :	Revisado por:	Fecha de elaboración:	Paulina Gamboa	Eduardo Paredes	Fecha de revisión:
Elaborado por :	Revisado por:	Fecha de elaboración:						
Paulina Gamboa	Eduardo Paredes	Fecha de revisión:						

CODELITESA S.A.
PROCEDIMIENTOS Y POLITICAS DE VENTAS



PROCEDIMIENTO DE VENTAS	CODELITESA S.A.
AREA: VENTAS	



Elaborado por :	Revisado por:	Fecha de elaboración:
Paulina Gamboa	Eduardo Paredes	Fecha de revisión:

BIBLIOGRAFÍA

- **Castro, G. M. (2009).** Normas ecuatorianas de calidad. Espoch: Tgo.Tec.CIL.
- **Castro, G. M. (2009. p.156).** Normas ecuatorianas de calidad. Espoch: Tgo.Tec.CIL.
- **Navas Cherez Gabriela Alejandra** “La Gestión Del Talento Humano Del Departamento De Ventas Y Su Incidencia En La Rentabilidad De Jabocentro Cía. Ltda. De La Ciudad De Ambato Durante El Año 2010” Título De Ingeniera En Contabilidad Y Auditoría CPA. Universidad Técnica De Ambato.
- **Ríos Guato Lorena Marisol** “Evaluación Al Control Interno En El Proceso De Ventas Y Su Incidencia En La Rentabilidad De La Empresa Megamultisuelas En El Segundo Semestre Del Año 2010”, Título De Ingeniera En Contabilidad Y Auditoría C.P.A. Universidad Técnica De Ambato.
- **Ruiz Villacis Angélica Gioconda,** “Evaluación Al Control Interno En El Departamento De Ventas Y Su Incidencia En La Rentabilidad De La Empresa Manufacturas De Cuero Calzafer Cía. Ltda. En La Ciudad De Ambato Durante El Segundo Semestre Del Año 2010”, Título De Ingeniera En Contabilidad Y Auditoría CPA. Universidad Técnica De Ambato.
- **Ley De Régimen Tributario Interno** (2004) [Asamblea Nacional]
- **Código De Comercio** (2012) [Asamblea Nacional]
- **Ley De Compañías.** Codificación No. 000. RO/ 312 De 5 De Noviembre De 1999. De La Auditoría Externa.
- **Arturo Barrera M.** (1997: 106). “Gestión Para La Modernización De La Pequeña Empresa Agrícola” IICA Biblioteca Venezuela.
- **Santesmases** (Citó A **Barreiro José,** 2003: 9) “Gestión Científica Empresarial: Temas De Investigación Actuales” Netbiblo.
- **Griffin Ricky, Ebert Ronald, Treviño Elizabeth,** 2005: 183. “Negocios” Pearson Educación.

- **Valdés Ibarra David.** (1997: 95). “¿Cómo Le Hago Para Vender Más?: Mercadotecnia En 6 Pasos”. Editorial Limusa.
- **Ministerio De Agricultura Y Ganadería, Dirección De Comercialización Y Economía Agropecuaria,** 1980: 14. “Curso Nacional Sobre Metodología De Investigación En Comercialización Agropecuaria. II. Análisis De Los Problemas De Comercialización Con Énfasis Hacia Las Pequeños Agricultores” IICA,
- **Azulay Elías Jacobson,** (Pág. 44). “Técnicas De Negociación” Azulay Elías.
- **Editorial Vértice,** (2008: 87), “Habilidades Directivas” Editorial Vértice.
- **Fernández Martos Susana** (2005: 1). “Técnicas De Negociación” Ideas propias Editorial S.L.
- **José Luis Belío Galindo, Ana Sainz Andrés** (2007:36). “Cómo Mejorar El Funcionamiento De La Fuerza De Ventas” Especial Directivos.
- **Luis María García Bobadilla,** (2011: 73). “+ Ventas” ESIC Editorial.
- **Philip Kotler & Gary Armstrong** (2003: 530). “Fundamentos De Marketing” Pearson Educación.
- **De La Parra Eric & Madero María,** (2003: 68, 74,77). “Estrategias De Ventas Y Negociación” Panorama Editorial.
- **James C. Van Horne, John M. Wachowicz** (2002: 2,10). “Fundamentos De Administración Financiera” Pearson Educación.
- **Crespo Tomás, Nieto Andrés, López José, Peña José** (2004: 13). “Administración De Empresas. Profesores De Enseñanza Secundaria. Volumen III. E-Book” MAD-Eduforma.
- **Pérez Laura** (1993: 10), “Un Método Eficaz Para El Análisis Financiero De Pequeños Y Medianos Proyectos De Inversión” IICA Biblioteca Venezuela.
- **José Ramón Valls Pinos** (1999: 92). “Análisis De Balances” FC Editorial.
- **Gordon Alexander, Sharpe William, Bailey Jeffery,** (2003: 282) “Fundamentos De Inversiones / Fundamentos De Inversiones” Pearson Educación.

- **Corona Enrique, Bejarano Virginia, González José,** (2014: 96). “Análisis De Estados Financieros Individuales Y Consolidados” Editorial UNED.
- **Miguel Arjona Torres** (1999: 109). “Dirección Estratégica: Un Enfoque Práctico: Principios Y Aplicaciones De La Gestión Del Rendimiento.” Ediciones Díaz De Santos.
- **María Del Carmen Martínez Serna** (2003: 97). “Orientación A Mercado. Un Modelo Desde La Perspectiva De Aprendizaje Organizacional.” UAA.
- **Pilar Soldevila, Pilar Soldevila García, Esther Roca Batllori** (2005: 64) “La Contabilidad De Gestión En Las Organizaciones Sin Ánimo De Lucro” Univ. Pontifica Comillas.
- **Camino Ronnie, Muller Sabine,** (1991: 23). “La Definición De Sostenibilidad, Las Variables Principales Y Bases Para Establecer Indicadores” Bib. Orton IICA / CATIE.
- **Garia Ricardo, Velar Luis Ángel F, Cañadas Ángel,** (2009: 220). “Razones Prácticas: Sobre La Teoría De La Acción” 3, Ilustrado Anagrama.
- **Maldonado, M. K.** (2007). “La Gestión empresarial”l. México: Palermo S.A

ANEXOS

Anexo No.1

CUESTIONARIO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA: CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA: Al personal de ventas y administrativo de la empresa CODELITESA S.A.

Objetivo: “Analizar el Proceso Ventas y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A, en el año 2013”.

Instrucciones: Lea y responda con la mayor veracidad.

1. ¿Aplica usted técnicas de venta en su interacción con el cliente?

SI

NO

A VECES

2. ¿La empresa cuenta con un adecuado procedimiento de comunicación oportuno de promociones y descuentos para las ventas?

SI

NO

A VECES

3. ¿Está de acuerdo con una reingeniería para mejorar los procesos de venta para mejorar la rentabilidad de la compañía?

SI

NO

4. ¿Cree usted que es necesario normar el funcionamiento del departamento de ventas con un manual de políticas y procedimientos?

SI

NO

5. ¿Ha recibido usted capacitaciones impartidas por la empresa para mejorar las ventas?

SI

NO

6. ¿Se encuentra satisfecho con el sueldo y el ambiente laboral que tiene en la empresa?

SI

NO

7. ¿Cree usted que se debe mejorar la gestión del departamento de ventas con la implementación de políticas y procedimientos del mismo?

SI

NO

¡GRACIAS!

Anexo No.2

CUESTIONARIO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA: CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA: Al personal de bodega de la empresa CODELITESA S. A.

Objetivo: “Analizar el Proceso Ventas y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A, en el año 2013”.

Instrucciones: Lea y responda con la mayor veracidad.

1. ¿Tienen políticas y procedimientos establecidos para el manejo de la bodega de la empresa?

SI

NO

2. ¿Poseen una rotación aceptable de inventarios de la empresa?

SI

NO

3. ¿Cada qué tiempo realizan control de inventarios?

MENSUAL

TRIMESTRAL

SEMESTRAL

ANUAL

4. ¿Tiene un sistema informático para el manejo de inventarios?

SI

NO

5. ¿Realizan sus despachos a tiempo?

SI

NO

¡GRACIAS!

Anexo No.3

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

ENTREVISTA DIRIGIDA: Al personal administrativo de la empresa
CODELITESA S. A.

Objetivo: “Analizar el Proceso Ventas y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa CODELITESA S.A, en el año 2013”.

1. ¿Cree Ud. que los vendedores cumplen con exactitud las tareas planificadas mensualmente?
2. ¿La Empresa cuenta con un adecuado sistema de selección de personal y posee políticas de reclutamiento, inducción, capacitación y desarrollo del personal?
3. ¿La empresa cuenta con una liquidez suficiente para el desarrollo de sus operaciones?
4. ¿La empresa tiene las garantías necesarias para otorgamientos de créditos por parte de instituciones financieras?
5. ¿A su criterio cual sería el factor porque sus clientes se encuentran en mora?
6. ¿Tiene políticas y procedimientos establecidos para el otorgamiento de créditos?
7. ¿Realizan la gestión necesaria para disminuir la cartera vencida?
8. ¿Realizan un control de calidad del proceso de venta?
9. ¿Cree Ud. que la rentabilidad aumentará al mejorar la gestión de ventas?
10. Se toma en cuenta en la empresa los reclamos y sugerencias que realizan los clientes?

Solicitud



Codelitesa s.a.
SOLICITUD DE CREDITO

Matriz: Av. Manuelita Sáenz y Av. Victor Hugo
Telf: 033730270 - Ambato
Agencia Puyo: Avenida Alberto Zambrano
e-mail: ftenedia@codelitesa.com
www.codelitesa.com

Su empresa amiga...



Mi CASERITA

1: Av. Cevallos 09-85 y Tomas Sevilla
2: Juan B. Vela 124 y Av. 12 de Noviembre
3: Julio Jaramillo s/n y Segundo Granja
4: Calacuchima s/n - San Pedro de Pelileo

Nº 0008377 FECHA DE APERTURA CODIGO **P 1** **P 2**

CREDITO SOLICITADO: VALOR \$ PLAZO 30 DIAS 15 DIAS 8 DIAS / CONTADO

VENDEDOR: FRECUENCIA SEMANAL: QUINCENAL: DIA:

NOMBRE DEL CLIENTE: SEXO M F

EMAIL: TELEF: CEL:

RUC/CI: CLASE DE SUJETO NATURAL JURÍDICA

NOMBRE DEL NEGOCIO:

DIRECCION DEL NEGOCIO:

REFERENCIA DEL LOCAL:

PROVINCIA:

CIUDAD:

CANTÓN:

PARROQUIA:

SECTOR:

NOMBRE DEL CONYUGUE:

RUC/CI: TELEFS:

DIRECCION DOMICILIO:

VIVIENDA: PROPIA ARRENDADA VIVE CON FAMILIARES OTRO

ESTADO CIVIL: SOLTERO CASADO VIUDO DIVORCIADO OTRO

ORIGEN DE INGRESOS: AMA DE CASA O ESTUDIANTE EMPLEADO PRIVADO EMPLEADO PÚBLICO JUBILADO REMESAS DEL EXTERIOR INDEPENDIENTE RENTISTA

NEGOCIO: AUTOSERVICIO SUB-DISTRIBUIDOR MAYORISTA DETALLISTA OTROS

TIPO DE NEGOCIO: TIENDA FARMACIA BAZAR RESTAURANTE BAR EST. DISCOTECA BAR KIOSCO

Otro especifique:

TIEMPO DE EXISTENCIA DEL NEGOCIO: DIAS MESES AÑOS

FIRMA AUTORIZADA PARA EFECTOS DE PEDIDO/PAGOS			
NOMBRE	FIRMA	CARGO	
REFERENCIAS BANCARIAS			
BANCO	AGENCIA	N° DE CUENTA	FECHA DE APERTURA
REFERENCIAS COMERCIALES			
EMPRESA	CIUDAD	MONTO DE COMPRAS	TELEFONO
BIENES - PROPIEDADES - VEHICULOS - ACTIVOS FIJOS			
DESCRIPCION	UBICACION	VALOR	ACTIVO PRENDADO
REFERENCIAS PERSONALES			
NOMBRE	CIUDAD	PARENTESCO	TELEFONO
ESTADO DE INVESTIGACION			
REFERENCIA BANCARIA			
REFERENCIA COMERCIAL			
REFERENCIA PERSONAL			

Autorizo(amos) expresa e irrevocablemente a CODELITESA S.A. para que obtenga cuantas veces sean necesarias, de cualquier fuente de información, incluidos los burós de crédito públicos y/o privados, mi información de riesgos crediticios, de igual forma, queda expresamente autorizado para que pueda transferir o entregar dicha información a los burós de crédito público y/o privados o a la Central de Riesgos si fuere pertinente.

FIRMA CLIENTE

FIRMA CONYUGUE

FECHA

RUC

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC
REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES



NUMERO RUC: 1890153638001
RAZON SOCIAL: CODELITE S.A.
NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: ESPECIAL
REPRESENTANTE LEGAL: TENEDA BONILLA LUIS FERNANDO
CONTADOR: MOREJON CAMACHO JOSE LUIS

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 01/02/2001 **FEC. CONSTITUCION:** 01/02/2001
FEC. INSCRIPCION: 01/02/2001 **FECHA DE ACTUALIZACIÓN:** 05/12/2013

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ALIMENTOS EN GENERAL

DOMICILIO TRIBUTARIO:
Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: HUACHI LORETO Calle: AV. MANUELITA SAENZ Número: S/N
Intersección: AV. VICTOR HUGO Referencia ubicación: DIAGONAL A LA GASOLINERA DE PETROCOMERCIAL Teléfono:
Trabajo: 032586349 Celular: 0998533069 Email: mhidalgo@codellitea.com Telefono Trabajo: 032586978 Telefono Trabajo:
033730270
DOMICILIO ESPECIAL:

- OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:**
- * ANEXO ACCIONISTAS, PARTÍCIPIES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES
 - * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
 - * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
 - * DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
 - * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
 - * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA
 - * IMPUESTO A LA PROPIEDAD DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 005 **ABIERTOS:** 5
JURISDICCION: \ REGIONAL CENTRO \ TUNGURAHUA **CERRADOS:** 0


FIRMA DEL CONTRIBUYENTE


SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).
Usuario: MAVSD11008 **Lugar de emisión:** AMBATO/AV. MANUELITA **Fecha y hora:** 05/12/2013 08:15:42

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES**



NUMERO RUC: 1890153638001

RAZON SOCIAL: CODELITESA S.A.

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001 **ESTADO:** ABIERTO **MATRIZ:** **FEC. INICIO ACT.:** 01/02/2001

NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:**

ACTIVIDADES ECONÓMICAS: **FEC. REINICIO:**

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ALIMENTOS EN GENERAL
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE JABONES Y ARTICULOS DE TOCADOR
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ARTICULOS DE BAZAR EN GENERAL

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: HUACHI LORETO Calle: AV. MANUELITA SAENZ Número: S/N
Intersección: AV. VICTOR HUGO Referencia: DIAGONAL A LA GASOLINERA DE PETROCOMERCIAL Telefono Trabajo: 032586349 Celular: 0999533069 Email: mhidalgo@codelitesa.com Telefono Trabajo: 032586978 Telefono Trabajo: 033730270

No. ESTABLECIMIENTO: 002 **ESTADO:** ABIERTO **LOCAL COMERCIAL:** **FEC. INICIO ACT.:** 11/01/2008

NOMBRE COMERCIAL: SUPERMERCADOS LA CASERITA **FEC. CIERRE:**

ACTIVIDADES ECONÓMICAS: **FEC. REINICIO:**

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ALIMENTOS EN GENERAL
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE JABONES Y ARTICULOS DE TOCADOR
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ARTICULOS DE BAZAR EN GENERAL

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: SAN FRANCISCO Calle: AV. CEVALLOS Número: 09-85 Intersección: TOMAS SEVILLA Referencia: JUNTO AL PARQUEADERO DEL HOTEL EMPERADOR Celular: 0899533069


FIRMA DEL CONTRIBUYENTE


SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: MAV5011008 **Lugar de emisión:** AMBATO/AV. MANUELITA **Fecha y hora:** 05/12/2013 08:15:42

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES**



NUMERO RUC: 1890153638001

RAZON SOCIAL: CODELITESA S.A.

No. ESTABLECIMIENTO: 003 **ESTADO:** ABIERTO **LOCAL COMERCIAL:** LOCAL COMERCIAL **FEC. INICIO ACT.:** 12/09/2008

NOMBRE COMERCIAL: SUPERMERCADOS LA CASERITA **FEC. CIERRE:**
FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ALIMENTOS EN GENERAL
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE JABONES Y ARTICULOS DE TOCADOR
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ARTICULOS DE BAZAR EN GENERAL
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: SAN FRANCISCO Calle: JUAN BENIGNO VELA Número: 124 Intersección:
AV. 12 DE NOVIEMBRE Referencia: JUNTO A BAZAR KATYTA Telefono Trabajo: 032423404 Telefono Trabajo: 032825224

No. ESTABLECIMIENTO: 004 **ESTADO:** ABIERTO **LOCAL COMERCIAL:** LOCAL COMERCIAL **FEC. INICIO ACT.:** 09/11/2010

NOMBRE COMERCIAL: SUPERMERCADOS LA CASERITA **FEC. CIERRE:**
FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ALIMENTOS EN GENERAL
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ARTICULOS DE TOCADOR Y ASEO
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ARTICULOS DE BAZAR EN GENERAL

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: HUACHI CHICO Calle: JULIO JARAMILLO Número: S/N Intersección:
SEGUNDO GRANJA Referencia: A UNA CUADRA DEL REDONDEL DE HUACHI CHICO Telefono Trabajo: 032406103 Celular:
0998533069 Email: luisteneda@yahoo.com

No. ESTABLECIMIENTO: 005 **ESTADO:** ABIERTO **LOCAL COMERCIAL:** LOCAL COMERCIAL **FEC. INICIO ACT.:** 12/07/2012



NOMBRE COMERCIAL: SUPERMERCADOS LA CASERITA **FEC. CIERRE:**
FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ARTICULOS DE BAZAR EN GENERAL
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ALIMENTOS EN GENERAL
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE JABONES Y ARTICULOS DE TOCADOR

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: SAN PEDRO DE PELILEO Parroquia: PELILEO Barrio: COMERCIAL Calle: CALICUCHIMA
Número: S/N Referencia: DIAGONAL AL MERCADO Telefono Trabajo: 032871177 Celular: 0998533069 Email:
luisteneda@yahoo.com

 FIRMA DEL CONTRIBUYENTE	 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
---	--

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: MAVS011008 **Lugar de emisión:** AMBATO/AV. MANUELITA **Fecha y hora:** 05/12/2013 09:15:42

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC
REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES



NUMERO RUC: 1890153638001
RAZON SOCIAL: CODELITESA S.A.

FACTURACION

importante: Como contribuyente debe siempre emitir y solicitar comprobantes de venta autorizados por el SRI como soporte de la transacción de bienes o prestación de servicios gravados o no con IVA.

Recuerde: El comprobante de venta es el único soporte legal que certifica la actividad comercial de las actividades que participe.

Evite: Cláusulas, entendido y cobrando comprobantes de venta vigentes y que cumplan con todos los requisitos establecidos.

Declaración: Emitiendo y recibiendo únicamente comprobantes de venta vigentes y que cumplan con todos los requisitos establecidos en el Reglamento de Facturación.

DECLARACIONES

importante: Como contribuyente debe presentar y declarar en los formatos determinados por el SRI, las declaraciones de sus obligaciones tributarias en las fechas y períodos establecidos.

Recuerde: Declare a tiempo sus impuestos; usted puede declarar desde el primero de cada mes hasta la fecha del vencimiento del plazo. No espere hasta el último momento.

Evite: Intereses, multas y sanciones penales. El artículo 381 del Código Tributario tipifica como delito la falta de entrega total o parcial después de 10 días de vencido el plazo para entregar el sujeto activo los tributos recaudados por parte de los agentes de retención o percepción de los impuestos, rendidos o percibidos, y el artículo 382 del Código Tributario sanciona la detención con prisión de 2 a 5 años.

PLAZOS PARA DECLARAR Y PAGAR IMPUESTOS


FIRMA DEL CONTRIBUYENTE **SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

05 DIC 2013

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ello se derivan (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: MAVS011008 Lugar de emisión: AMBATO/AV. MANUELA Fecha y hora: 05/12/2013 09:15:42

Recibo de cobro

 Codelitesa sa. <i>Su empresa amiga...</i>	Matriz: Av. Manuelita Saenz y Av. Victor Hugo - Telf: 3730270 Agencia Puyo: Avenida Alberto Zambrano e-mail: lteneda@codelitesa.com - www.codelitesa.com	RECIBO DE CAJA Nº 114701
	Lugar y Fecha Código Nº.....	
Recibimos de		
La cantidad de.....		
Banco..... # Chq..... Valor FAC.#.....		
Banco..... # Chq..... Valor FAC.#.....		
EFFECTIVO		
Valor..... FAC.#..... Saldo		TOTALES: EFFECTIVO <input type="text"/> CHEQUES <input type="text"/> TOTAL <input type="text"/>
Valor..... FAC.#..... Saldo		
_____ FIRMA VENDEDOR	_____ FIRMA CLIENTE	

IMP. VOLUNTARIO - 032466663 - NUMERACION DEL 113401 AL 118000

CÁLCULOS

Objetivos cumplidos año 2013 / objetivos planteados año 2013 = $(26 / 31) * 100\%$
= 83,83%

Valor devengado 2013 / Valor presupuestado 2013 = $(1.673.262,76 / 1.600.000,00) * 100\%$ = 104,58%

Rendimiento del activo = Utilidad neta / Activo total = $-6.590,94 / 3.631.659,91 = 0,18\%$

Liquidez corriente = Activo corriente / Pasivo Corriente = 1,12

Prueba Ácida = $(\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}) / \text{Pasivo Corriente} = 0,56$

Endeudamiento del Activo = Pasivo Total / Activo Total = 1,53

Endeudamiento del patrimonio = Pasivo total / Patrimonio = 1,89

Apalancamiento = Activo Total / Patrimonio = 2,89

Rotación de Cartera = Ventas / Cuentas por Cobrar = 145,33

Rotación de Ventas = Ventas / Activo Total = 3,36

Pérdida en el ejercicio de -6.590,94