



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**Análisis de Caso, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad  
y Auditoría CPA.**

**Tema:**

---

“El control interno y la rentabilidad de la empresa Comercio Total Sociedad de hecho”

---

**Autora:** Pinzón García, Sandra Mabel

**Tutor:** Ing. Rubio Sánchez, Mario Cristóbal

**Ambato – Ecuador**

**2016**


## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Yo, Ing. Mario Cristóbal Rubio Sánchez, con cédula de identidad N°. 180116297-3, en mi calidad de Tutor del Análisis de Caso sobre el tema: **“EL CONTROL INTERNO Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA COMERCIO TOTAL SOCIEDAD DE HECHO”**, desarrollado por Sandra Mabel Pinzón García, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Diciembre del 2016

**EL TUTOR**

  
\_\_\_\_\_  
Ing. Mario Cristóbal Rubio Sánchez

**C.I:** 180116297-3

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Yo, Sandra Mabel Pinzón García, con cédula de identidad N0 180380484-6, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Análisis de Caso, bajo el tema: **“CONTROL INTERNO Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA COMERCIO TOTAL SOCIEDAD DE HECHO”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Análisis de Caso.

Ambato, Diciembre del 2016

**AUTORA**



Sandra Mabel Pinzón García

**C. I: 180380484-6**

## **CESIÓN DE DERECHOS**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de ese análisis de caso, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi análisis de caso, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este análisis de caso dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, Diciembre del 2016

### **AUTORA**



Sandra Mabel Pinzón García

**C. I: 180380484-6**

## APROBACIÓN DE TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Análisis de Caso sobre el tema: **“EL CONTROL INTERNO Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA COMERCIO TOTAL SOCIEDAD DE HECHO”**, elaborado por Sandra Mabel Pinzón García, estudiante 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, Diciembre del 2016



Eco. Mg. Diego Proaño

**PRESIDENTE**



Dr. Mg. Fabián Mera

**MIEMBRO CALIFICADOR**



Eco. Mg. Alejandro Álvarez

**MIEMBRO CALIFICADOR**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo, va sin duda alguna dedicado primero a Dios por su sabiduría espiritual, a mi hija por ser mi pilar fundamental, a mi tía mi abuelita por su apoyo incondicional ya que en ellos siempre recibo buenos consejos los cuales me han impulsado a lograr cada uno de mis sueños, un justo reconocimiento a la Empresa investigada Comercio Total por la información efectuada.

Sandra Mabel Pinzón G. |

## **AGRADECIMIENTO**

Con un gran valor de gratitud, agradezco a la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato la cual en estos años me brindo valiosos conocimientos y aptitudes para mi vida profesional.

A mi tutor Ing. Mario Rubio quien con mucha paciencia me guio en el transcurso del presente trabajo investigativo e impartió sus conocimientos permitiendo culminar de una manera satisfactoria.

**Sandra Mabel Pinzón G.**

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

**TEMA:** “EL CONTROL INTERNO Y LA RENTABILIDAD DE LA  
EMPRESA “COMERCIO TOTAL SOCIEDAD DE HECHO”

**AUTORA:** Sandra Mabel Pinzón García

**TUTOR:** Ing. Mario Cristóbal Rubio Sánchez

**FECHA:** Diciembre del 2016

**RESUMEN EJECUTIVO**

Las Empresas dedicadas a la venta al por mayor y menor de productos de consumo masivo sin duda alguna buscan el aumento de su patrimonio en escalas muy avanzadas puesto q esto ayuda y contribuir el desarrollo de la entidad. Establecer políticas de compras y ventas para lograr tener un dominio en el mercado y ser una empresa líder competitiva dedicada de lleno a buscar cada vez más clientes para asa lograr satisfacer sus necesidades y de alguna manera contribuir al país. La evaluación del control interno de los procesos de las políticas de compras y ventas, ayudara a la consecución de los objetivos organizacionales que la empresa posee y que deberá cumplir a la cabalidad con todo lo propuesto así como obtener eficiencia, eficacia calidad veracidad en las actividades cumplimiento de leyes y regulaciones aplicables, procedimientos coordinados de manera lógica según las necesidades de la empresa. El control interno surge desde la necesidad de evaluar el proceso de la administración en controlar las actividades pues es necesario para el logro de objetivos propuestos por ende es la base para que la empresa alcance una reestructuración a los procesos y procedimientos comerciales y productivos para la toma de decisiones.

**PALABRAS DESCRIPTORAS:** PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO, POLÍTICAS DE COMPRAS Y VENTAS, EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO, OBJETIVOS ORGANIZACIONALES, RESTRUCTURACIÓN A LOS PROCESOS.



**TECHINAL UNIVERSITY OF AMBATO**  
**FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT**  
**ACCOUNTING AND AUDIT CAREER**

**TOPIC:** “INTERNAL CONTROL AND THE PERFORMANCE OF  
THE COMPANY COMERCIO TOTAL FACT OF SOCIETY”

**AUTHOR:** Sandra Mabel Pinzón García

**TUTOR:** Ing. Mario Cristobal Rubio Sánchez

**DATE:** December 2016

**ABSTRACT**

The companies dedicated to selling to the wholesale and retail of consumer goods no doubt looking for the increase of its heritage in very advanced scales since this help and contribute the development of the entity. Establish procurement policies and achieve sales to have a domain on the market and be competitive leading dedicated in full to find more and more customers to handle their needs and somehow contribute to the country. The evaluation of internal control of the processes of purchasing and sales policies, help the achievement of organizational objectives that the company possesses and which must the fully meet all proposed as well as efficiency, efficiency quality accuracy in compliance with applicable laws and regulations activities, procedures coordinated logically according to the needs of the company. Internal control comes from the need to evaluate the process of the Administration in controlling the activities as it is necessary for the achievement of objectives therefore is the bases the company achieve a restructuring process and commercial and productive procedures for decision-making.

**KEYWORDS:** MASS CONSUMPTION PRODUCTS, PROCUREMENT POLICIES AND SALES, ASSESSMENT OF CONTROL INTERNAL, ORGANIZATIONAL GOALS, RESTRUCTURING PROCESSES.

## ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
<b>PÁGINAS PRELIMINARES</b>	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DE TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>3</b>
<b>EI PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>3</b>
DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DEL CASO DE ESTUDIO SELECCIONADO.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1 Contextualización.....	3
1.1.1.1 Contexto macro.....	3
1.1.1.2 Contexto meso.....	4
1.1.1.3 Contexto micro.....	5

ANÁLISIS CRÍTICO .....	7
1.1.2 Árbol de problemas.....	7
1.1.3 Relación causa-efecto .....	8
1.1.4 Prognosis.....	8
1.1.5 Formulación del problema .....	8
1.1.6 Preguntas directrices .....	9
1.1.7 Delimitación.....	9
JUSTIFICACIÓN .....	10
OBJETIVOS .....	11
1.1.8 Objetivo general.....	11
1.1.9 Objetivos específicos .....	12
<b>CAPÍTULO II</b> .....	13
MARCO TEÓRICO .....	13
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	13
2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA .....	17
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	20
2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	22
2.4.1. Visión dialéctica de conceptualizaciones que sustentan las variables del problema.....	22
2.4.1.1. Marco conceptual variable independiente.....	22
2.4.1.2. Marco conceptual variable dependiente .....	37
2.4.3. Gráficos de inclusión interrelacionados .....	54
2.4.3.1 Superordinación Conceptual .....	54
2.4.3.2 Subordinación Conceptual .....	55
2.5. HIPÓTESIS .....	56
2.6. SEÑALAMIENTO VARIABLES DE LA HIPÓTESIS.....	56

<b>CAPÍTULO III</b> .....	57
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	57
3.1. ENFOQUE.....	57
3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN .....	58
3.2.1. Investigación de campo .....	58
3.2.2. Investigación bibliográfica-documental.....	59
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	61
3.3.1. Investigación exploratoria .....	61
3.3.3. Investigación explicativa .....	63
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	64
3.4.1. Población.....	64
3.4.2. Muestra.....	65
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	67
3.5.1. Operacionalización de la variable independiente .....	68
3.5.2. Operacionalización de la variable dependiente .....	69
3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	70
3.6.1. Plan para la recolección de información .....	70
3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.....	72
3.7.1. Plan de procesamiento de información .....	72
3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados .....	73
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	77
RESULTADOS.....	77
4.1. PRINCIPALES RESULTADOS OBTENIDOS DEL DIAGNÓSTICO .....	77
CONCLUSIONES.....	93
RECOMENDACIONES.....	94
<b>CAPÍTULO V</b> .....	95

5.	PROPUESTA DE SOLUCIÓN .....	95
5.1	METODOLOGÍA DE LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN.....	95
5.1.1.	Justificación .....	95
5.1.2.	Objetivo general.....	96
5.1.3.	Objetivos específicos .....	96
5.1.4.	Análisis de factibilidad .....	96
5.1.4.1	Factibilidad Organizacional .....	96
5.1.5.	Fundamentación científico- técnica .....	97
5.2.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN.....	104
5.2.1.	Desarrollo de la propuesta .....	104
<b>6.</b>	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>151</b>
6.1.	BIBIOGRAFÍA DOCUMENTAL .....	151
6.2.	BIBIOGRAFÍA EN LINEA .....	153

## ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
<b>Tabla 1:</b> Nómina oficial de la Empresa "COMERCIO TOTAL SOCEDAD DE HECHO" .....	65
<b>Tabla 2:</b> Marco muestra de la Empresa "Comercio Total Sociedad de Hecho" .....	66
<b>Tabla 3:</b> Operacionalización de la variable independiente.....	68
<b>Tabla 4:</b> Operacionalización de la variable dependiente .....	69
<b>Tabla 5:</b> Procedimiento de recolección de información.....	71
<b>Tabla 6:</b> Título con idea principal de la pregunta .....	72
<b>Tabla 7:</b> Manual de control interno.....	79
<b>Tabla 8:</b> Procedimientos de control.....	80
<b>Tabla 9:</b> Procedimientos de control - Toma de decisiones.....	81
<b>Tabla 10:</b> Responsabilidades.....	82
<b>Tabla 11:</b> Políticas área compras y ventas .....	83
<b>Tabla 12:</b> Recursos.....	84
<b>Tabla 13:</b> Evaluación de rentabilidad.....	85
<b>Tabla 14:</b> Rentabilidad periódica .....	86
<b>Tabla 15:</b> Estados Financieros .....	87
<b>Tabla 16:</b> Control área ventas .....	88
<b>Tabla 17:</b> Datos para determinar la hipótesis.....	91
<b>Tabla 18:</b> Grados de libertad.....	91
<b>Tabla 19:</b> Plan de seguimiento.....	147
<b>Tabla 20:</b> Tablero de indicadores financieros .....	148

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
<b>Gráfico 1:</b> Árbol de problemas.....	7
<b>Gráfico 2:</b> Superordinación Conceptual.....	54
<b>Gráfico 3:</b> Subordinación Conceptual.....	55
<b>Gráfico 4:</b> Representación.....	73
<b>Gráfico 5:</b> Sistema de control interno .....	79
<b>Gráfico 6:</b> Procedimientos de control .....	80
<b>Gráfico 7:</b> Procedimientos de control .....	81
<b>Gráfico 8:</b> Responsabilidades.....	82
<b>Gráfico 9:</b> Políticas área compras y ventas .....	83
<b>Gráfico 10:</b> Recursos.....	84
<b>Gráfico 11:</b> Evaluación de rentabilidad .....	85
<b>Gráfico 12:</b> Rentabilidad periódicamente .....	86
<b>Gráfico 13:</b> Estados Financieros .....	87
<b>Gráfico 14:</b> Control área ventas .....	88
<b>Gráfico 15:</b> Regiones de aceptación y rechazo en el contraste hipótesis.....	92
<b>Gráfico 16:</b> Organigrama Estructural.....	108
<b>Gráfico 17:</b> Orden de pedido al proveedor.....	139
<b>Gráfico 18:</b> Recepción de la mercadería .....	140
<b>Gráfico 19:</b> Registro de productos vendidos.....	141

## INTRODUCCIÓN

Es cierto que la Provincia de Tungurahua cuenta con un sin número de empresas las mismas que tienen como actividad económica la venta al por mayor y menor de productos de consumo masivo es por esta razón que la empresa busca ser pionera en ofrecer sus productos de calidad y a un precio exequible para sus consumidores es por esto que la presente investigación se desarrolló con el fin de mejorar su rentabilidad aplicando correctamente un sistema de control interno en el área de compras y ventas.

El **Capítulo I**, se estudia el problema hallado, así como su contextualización, se formula, se delimita y se elabora la justificación, así también se establece un objetivo general y tres específicos que se plantea al finalizar la presente investigación.

El **Capítulo II** se hace un enfoque de los antecedentes investigativos, así como las fundamentaciones necesarias, se explica cada concepto de los términos planteados para la comprensión, análisis y estudio de las variables; se determinan las categorías fundamentales, y se plantea la hipótesis del proyecto de investigación.

El **Capítulo III** se determina la metodología de investigación a ser llevada a cabo para este proyecto; así como los mecanismos y la operacionalización de las variables, se plantea la población para el caso de estudio, y el correspondiente plan para la recolección y procesamiento de la información.

El **Capítulo IV** se realiza el análisis e interpretación de resultados de la tabulación de las encuestas aplicadas a la muestra de la población seleccionada, a través cuadros, tablas y gráficos, dando lugar a la interpretación de la información recolectada llegando de esta manera a la verificación de la hipótesis.



Además e plantean las conclusiones y recomendaciones fruto de la investigación ejecutada y en base a toda la data analizada en el capítulo que le antecede, proponiendo como recomendación de este capítulo, la propuesta

El **Capítulo V** planteamos la propuesta de solución al problema de investigación expuesta en esta tesis, con cada una de las cédulas de análisis en los que se basaría la planificación integral del presupuesto.

# **CAPÍTULO I**

## **EI PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DEL CASO DE ESTUDIO SELECCIONADO**

“El control interno y la rentabilidad de la Empresa Comercio Total Sociedad de Hecho”

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 Contextualización**

##### **1.1.1.1 Contexto macro**

Según **Ecuador.us (2016: Internet)** indica que:

El Ecuador se encuentra ubicado en el noreste de América del Sur, atravesado por la línea ecuatorial que hace que su territorio se encuentre dividido entre dos hemisferios: Norte Sur, otorgándole así una posición única en el mundo. Las Cuatro Regiones Naturales: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular.

En el Ecuador la empresa dedicada a la comercialización y distribución de productos de primera necesidad, está en crecimiento constante debido a la rentabilidad, que cada

vez más exige a sus accionistas y de igual manera a sus colaboradores tanto en esfuerzo físico como en lo intelectual como así en horarios de trabajo, ya que deben de cumplir con las obligaciones y el compromiso que mantienen con la empresa para así poder mantener un equilibrio idóneo y al mismo tiempo abarcar el mercado requerido para obtener la rentabilidad deseada.

En la actualidad existen muchas empresas que se dedican a la comercialización y distribución de productos de primera necesidad las cuales ofrecen una gama de precios, que en su gran mayoría no cumplen con estándares de calidad, siendo los únicos afectados los clientes consumistas que generalmente consumen sus productos adquiridos dependiendo su necesidad.

Sin duda con el pasar del tiempo los múltiples sistemas se han ido transformando mejorando y tecnificando, logrando así que los métodos actuales de distribución que utilizan ciertas empresas, sean una herramienta indispensable y practica a la hora de competir, sin embargo las firmas que se dedican a este tipo de comercio deben tener un control exhaustivo de los precios manejados en el mercado, que sirvan de base segura en la toma de decisiones.

#### **1.1.1.2 Contexto meso**

En la ciudad de Ambato, las empresas para lograr ser rentables, se han visto en la necesidad de ofrecer a sus consumidores una gama de productos que satisfagan sus necesidades y que así se logre posicionar la marca. Por ello la empresa de comercialización de esta zona del país, brinda productos destinados para micro mercados, tiendas de barrios es decir personas naturales y personas jurídicas.

El concepto fundamental en el que se debe basar este sector empresarial para su crecimiento, es el de mejorar el control interno que inciden de forma directa en la venta de los productos, en función de la rentabilidad y del crecimiento.

En este ambiente en el que se desenvuelven las comercializadoras, no es suficiente una información contable que sirva solamente como requisito impuesto por el servicio de rentas, sino que además permita establecer un análisis comparativo de la economía de la firma para evaluar, diagnosticar y proponer mejoras en el control interno.

#### **1.1.1.3 Contexto micro**

La empresa de comercialización y distribución de productos de primera necesidad de la empresa "Comercio Total Sociedad de Hecho" se encuentra en una situación de incertidumbre referente a la rentabilidad de la misma, puesto que sus métodos no son correctamente utilizados para medir su rendimiento económico de la firma, y peor aún, no se realiza un análisis concerniente a control interno.

La empresa, particularmente no utiliza un modelo de control interno en las políticas de las ventas, si no que realiza una cuantificación empírica de valores económicos en forma general, sin especificar datos importantes que influyen en la políticas de ventas, es decir, considera una rentabilidad mínima como ganancia bruta, lo que abre un abismo de incertidumbre en cuanto a otros gastos que al no ser evaluados pueden debilitar su estructura financiera de la Empresa Comercio Total.

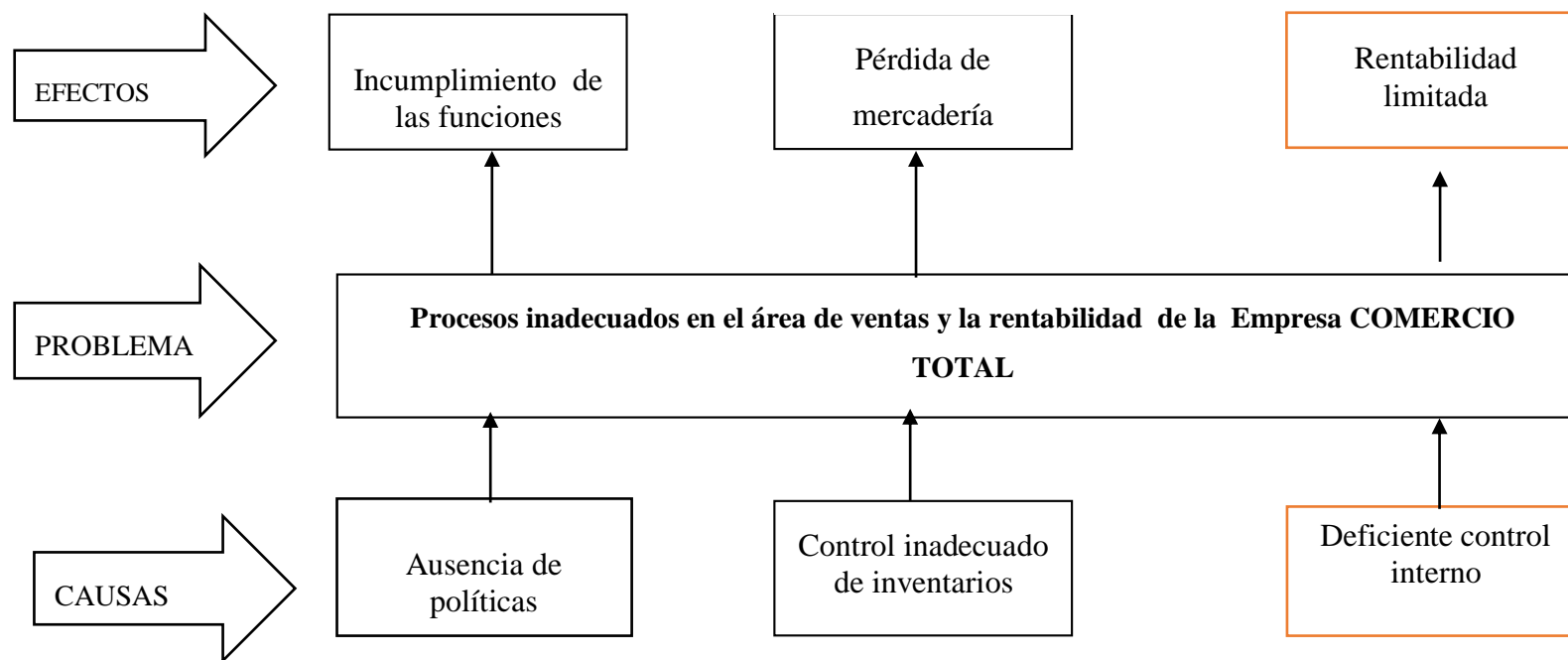
De ahí la necesidad de la administración de la Empresa Comercio Total de realizar una investigación profunda y responsable que logre solucionar el problema evidente y que sugiera estrategias que mejore la rentabilidad de la empresa, a fin de lograr condiciones de sostenibilidad y sustentabilidad en el mundo de hoy.

Un manejo incorrecto de los productos comercializados, el manejo deficiente de las políticas que permitan mejorar sus ventas y con ello obtener una rentabilidad deseada y adecuada.

## ANÁLISIS CRÍTICO

### 1.1.2 Árbol de problemas

Gráfico 1: Árbol de problemas



**Fuente:** Empresa "Comercio Total Sociedad de Hecho"

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

### **1.1.3 Relación causa-efecto**

El problema identificado para la siguiente investigación en la empresa Comercio Total son los procesos inadecuados en el área de ventas.

Consecutivamente se determinó el árbol de problemas identificando como la principal causa el deficiente control interno lo cual ha provocado una rentabilidad limitada.

### **1.1.4 Prognosis**

Si la empresa no tiene un control interno adecuado no tendrá un desarrollo y crecimiento empresarial, por lo cual tendrá una rentabilidad limitada.

### **1.1.5 Formulación del problema**

¿Cómo incide el control interno en la rentabilidad de la Empresa Comercio Total Sociedad de Hecho?

### 1.1.6 Preguntas directrices

¿Cómo contribuirá el diseño de procedimientos de control interno para el área de compras y ventas?

¿Es el control de inventarios lo que ocasiona que la pérdida de mercadería?

¿El uso de un diseño de procedimientos de control interno en el área de ventas puede mejorar la rentabilidad de la empresa?

### 1.1.7 Delimitación

- **Campo:** Contabilidad y Auditoria
- **Área:** Auditoria de Gestión
- **Aspecto:** Control interno
- **Temporal:** La investigación de la Empresa Comercio Total Sociedad de Hecho, será en el periodo de Abril -Septiembre 2016



- **Espacial:** La indagación del problema se realizara en la Empresa ubicada en la Provincia del Tungurahua, Cantón Ambato, Parroquia PISHILATA Ciudadela: JARDIN COLONIAL, Calle; MONTUFAR, Numero: S/N Intersección: BATALLA DE TARQUI, referencia ubicación: ATRÁS DEL ESTADIO NEPTALI BARONA.

## **JUSTIFICACIÓN**

Es indispensable considerar que el Ecuador atraviesa una situación económica difícil, debido a factores monetarios a nivel internacional, lo cual ha llevado a que muchas empresas se vean afectadas directamente en su rentabilidad puesto que la demanda de clientes tiende a tener un bajón significativo por estos fenómenos dados.

Las empresas dedicadas a la comercialización y distribución de productos de primera necesidad se enfocan en utilizar procedimientos de control interno, ya que esto permite que los diferentes tipos de negocios tengan solvencia económica.

La investigación se justica por el deficiente control interno, ya que por medio de la misma podremos descubrir puntos críticos en los procesos referentes al área de compras y ventas, para evitar futuras perdidas será necesario llevar un control interno idóneo ya que la entidad deberá estar alerta ya que son procesos importantes para así lograr una rentabilidad esperada.

Gracias a la implementación de un modelo de control interno se lograría establecer una utilidad esperada permitiendo una correcta utilización adecuada de los recursos de la empresa, cumpliendo así con las necesidades de los consumidores.

El presente proyecto es factible y viable de realizar porque contamos con conocimientos teóricos y al mismo tiempo con la colaboración absoluta por parte de la Empresa “Comercio Total”.

De cierta forma con las investigaciones necesarias se pretende la solución del problema ya que serán los beneficiarios directos y que la empresa logre tener una rentabilidad deseada.

## **OBJETIVOS**

### **1.1.8 Objetivo general**

- Estudiar la incidencia del control interno para mejorar la rentabilidad la Empresa “Comercio Total Sociedad de Hecho”.

### **1.1.9 Objetivos específicos**

- Analizar los procedimientos del control interno en el área de ventas y compras para identificar las falencias ocasionadas.
- Evaluar la rentabilidad de la empresa a través de la utilización de índices de rentabilidad para tomar decisiones oportunas.
- Diseñar políticas y procedimientos para el área de compras y ventas con el fin de mejorar la rentabilidad de la Empresa “Comercio Total Sociedad de Hecho”

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

**Según TRUJILLO M (2006:5)** manifiesta que el control interno:

Es un proceso, efectuado por el consejo de administración, la dirección y el resto de personal de una entidad, diseñado con el objeto de proporcionar un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de objetivos dentro de las siguientes categorías: honestidad y responsabilidad, eficacia y eficiencia en las operaciones, fiabilidad de la información, salvaguarda de los recursos; y, cumplimiento de las leyes y normas.

El control interno es un proceso aplicado en la ejecución de las operaciones de toda la organización, es una herramienta y un medio utilizado para apoyar la consecución de los objetivos institucionales

El control interno es ejecutado por personas. La principal responsabilidad del diseño y aplicación del control interno asumen las máximas autoridades. Su

ejemplo impulsará el ambiente de control en todos los empleados que laboran en las organizaciones. Los auditores internos, como parte de la organización, son responsables de evaluar la calidad y cabal aplicación de los controles internos establecidos que incluyen la gestión de los riesgos corporativos.

El control interno aporta seguridad razonable a la dirección superior de la organización, respecto del cumplimiento de los objetivos y la existencia de errores o irregularidades en las operaciones. No aporta seguridad total o absoluta.

El control interno diseñado y aplicado adecuadamente es el mejor antídoto contra las irregularidades, el fraude y la corrupción en sus diferentes manifestaciones, porque establece la obligación de asumir conducta ética en todos los niveles de organización, como base para su funcionamiento. Además, la responsabilidad se entiende como la obligación de los funcionarios públicos o privados de: responder, reportar, explicar o justificar ante una autoridad superior, por recursos recibidos y administrados y/o por los deberes y funciones asignados y aceptados.

El control interno facilita la consecución de los objetivos de la organización, con eficiencia, economía, ética, transparencia, protección de los recursos, fiabilidad de la información y, cumplimiento de las leyes y otras normativas.

Para alcanzar sus objetivos estratégicos, la entidad establece estrategias y objetivos conexos que desea alcanzar, que fluyen en cascada hacia gerencias, departamentos, unidades operativas y procesos.

Según mi criterio en lo que se refiere Trujillo considero que el control interno es un proceso realizado por un consejo de administración el mismo que es elegido internamente dentro de la entidad, elaborado para brindar un porcentaje de seguridad razonable en lo referente a objetivos planteados dentro de la organización que pueden ser honestidad responsabilidad y obviamente la eficacia y eficiencia en las diferentes operaciones que realice la institución.

**Según ARAUJO M. en su tesis de la Universidad Técnica de Ambato (2008:18-19)** la implantación de controles internos, permiten diseñar procesos técnicos de organización dentro de la empresa, ofreciendo los productos o servicios que demanda el cliente, de mejor manera para abaratar y recortar procesos, para dar al empresario mejores expectativas de servicio al cliente, evitando el desperdicio de tiempo, esfuerzo y alcanzando un servicio completo e integral; obligando al recurso humano a desempeñarse de mejor manera y obtener permanencia en su trabajo, con el fin de detectar en qué grado se cumple con los objetivos planteados por la empresa.

Las empresas modernas para ser competitivas requieren de controles tanto en los procesos productivos, como administrativos, financieros y de comercialización.

Anteriormente, el control interno estaba enfocado exclusivamente a la parte contable, mientras que en la actualidad el control interno constituye una herramienta de sustento en la administración de las empresas.

A mi criterio el control interno es un procesos necesario que las empresas necesitan aplicar ya que permitirá que la institución siempre mantenga su estabilidad tanto financiera como administrativa, por ejemplo si la empresa ofrece una gama de productos o a su vez ofrece servicios pues estas empresas tienen la certeza de que van a lograr satisfacer a sus clientes en todos los aspectos porque la entidad cumplirá a cabalidad los objetivos planteados internamente que sin duda alguna el más importante debería ser mantenerse a flote en el mercado.

**Según HERRERA Y. en su tesis (Marzo 2007-201p) “Auditoría del control interno de los procesos de ventas y distribución de The Tesalia Springs Company S.A.” de la Escuela Politécnica del Ejército, manifiesta:**

“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 normas y leyes para emitir opinión profesional que ayudará a la consecución de los objetivos por ende a la mejora continua de la empresa”.

A mi criterio el control interno para que tenga éxito en las entidades es de suma importancia aplicar las leyes o normas las mismas que deben ser actualizadas para que sean aplicables correctamente y así sea la ayuda idónea para que la empresa sea exitosa.

Sintetizando la apreciación de **QUINATO L. (2010,p.83)** en su trabajo de investigación planificación operativa y su incidencia en la rentabilidad recomienda lo siguiente: Se debe difundir a los socios activos y pasivos de la compañía que para realizar la valoración del desempeño mediante la aplicación de indicadores de gestión se debe elegir de manera oportuna y responsable de dicha aplicación, así también determinar bien las áreas o unidades a ser evaluados, conocer muy claramente las actividades que se realizan en la compañía y aplicarlos, y mediante los resultados obtenidos poder interpretar y tomar las mejores acciones correctivas de acuerdo al caso los mismos que van en búsqueda de generar mejores beneficios a la organización enfocados en mejorar la rentabilidad. La rentabilidad de una institución representa la capacidad de generar mayor cantidad de utilidades y los recursos que posee la misma para llevar a cabo operaciones de calidad con todos los clientes que utilice nuestra empresa, la rentabilidad es parte importante del comercio ya que constituye en un ambiente económico, solvencia y liquidez.

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

El paradigma utilizado para llevar a cabo esta investigación es el Positivista el mismo que se encarga de recoger datos cuantitativos o numéricos sobre las variables anteriormente definitivas.



**Según dijo BALLINA F (2008; Internet); “El paradigma positivista, también denominado paradigma cuantitativo, empírico analítico racionalista, es el paradigma dominante; el positivismo es una escuela filosófica que defiende determinados supuestos sobre la concepción del mundo y del modo de conocerlo, por lo que se extienden las características del positivismo a las dimensiones del paradigma”.** El paradigma positivista o naturalista, se caracteriza por el alto interés por la verificación del conocimiento a través de predicciones. Algunos lo llaman el “paradigma prediccionalista”, ya que lo importante es plantearse una serie de hipótesis como predecir que algo va a suceder y luego verificarlo o comprobarlo.

En las ciencias exactas y naturales es en donde tiene mayor aplicación. Cuando hay una tormenta electrónica y enseguida cae la lluvia, la predicción se puede verificar fácilmente, lo mismo sucede con el fósforo y el fuego. En ciencias sociales esto no es tan sencillo.

El positivismo acepta como único conocimiento válido al conocimiento verificable y mensurable, visible.

El positivismo no acepta la pertinencia de otras perspectivas, de otros procedimientos metodológicos y otros tipos de conocimientos de interpretación de la realidad; lo que importa para el positivista es la cuantificación y medir una serie de repeticiones que llegan a constituirse en tendencias, a plantear nuevas hipótesis y a construir teorías, todo fundamentado en el conocimiento cuantitativo. Los aspectos cuantitativos están sólidamente mezclados con aspectos cualitativos.

Desde que se concibió la estadística como una manera de cuantificarlo todo a través de muestras, se encontró la metodología más idónea y coherente para el paradigma positivista, para poder explicar, controlar y predecir”.

En mi criterio este paradigma es un progresos de las ciencias que viene dándose desde hace siglos atrás además viene a ser un modelo de investigación que se utiliza en las diferentes tipos de investigaciones a ser estudiadas

**Según MEZA L. (Internet; 2010), el positivismo es un conjunto de reglamentaciones que rigen el saber humano y que tiende a reservar el nombre de “ciencia” a las operaciones observables en la evolución de las ciencias modernas de la naturaleza. Durante su historia, dice este autor, el positivismo ha dirigido en particular sus críticas contra los desarrollos metafísicos de toda clase, por tanto, contra la reflexión que no puede fundar enteramente sus resultados sobre datos empíricos, o que formula sus juicios de modo que los datos empíricos no puedan nunca refutarlos.**

Según mi criterio este paradigma se logra dar cuando existe de por medio la investigación la misma que trata de descubrir la realidad de un objeto a ser estudiado el mismo que debe ser observado.

### 2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Todo trabajo investigativo debe tener un sustento legal; principios, normas y leyes que determinan su accionar. Para el caso de la presente investigación se ha tomado diferentes disposiciones legales, las cuales se citan a continuación:

Según la **Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI) Codificación No. 2004-026. En virtud de lo prescrito por el artículo 153 de la Ley s/n (R.O. 242-3S, 29-XII-2007)**, en el Capítulo VI Contabilidad y Estados Financieros.

**Art. 19.-** (Denominación reformada por el **Art. 79** de la Ley s/n, R.O. 242-3S, 29-XII-2007) **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.

Según la **Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI), Decreto No. 430, Expídase el Reglamento de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios, 30 de Julio de 2010 - R. O. No. 247**

**Art. 8.-** Obligación de emisión de comprobantes de venta y comprobantes de retención.- Están obligados a emitir y entregar comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de impuestos, a pesar de que el adquirente no los solicite o exprese que no los requiere.

Dicha obligación nace con ocasión de la transferencia de bienes, aun cuando se realicen a título gratuito, autoconsumo o de la prestación de servicios de cualquier naturaleza, incluso si las operaciones se encuentren gravadas con tarifa cero (0%) del impuesto al valor agregado.

La emisión de estos documentos será efectuada únicamente por transacciones propias del sujeto pasivo autorizado.

Recuerde: el comprobante de venta es el único sustento legal que certifica la actividad comercial de la cual usted es partícipe.

**Art. 10.-** Sustento de costos y gastos.- Para sustentar costos y gastos del adquirente de bienes o servicios, a efectos de la determinación y liquidación del impuesto a la renta, se considerarán como comprobantes válidos los determinados en este reglamento, siempre que cumplan con los requisitos establecidos en el mismo y permitan una identificación precisa del adquirente o beneficiario.

## **Según las Normas Ecuatorianas de Auditoría (NEC) 10**

El sistema de control interno contable son las políticas que la administración adapta para alcanzar los objetivos planteados en la entidad, buscando factibilidad en los procesos.

Los procesos que implica un sistema de control interno contable son muy importantes ya que direccionan a la entidad a la obtención de resultados económicos positivos en una empresa.

Las NEA también señalan que en una empresa para un adecuado funcionamiento deben existir los siguientes ítems:

- El ambiente de control es el resultado final sobre la eficiencia y eficacia de un proceso
- Los procesos de control se trata de las políticas y procesos que se llevan a cabo para lograr un buen ambiente de control

## **2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES**

### **2.4.1. Visión dialéctica de conceptualizaciones que sustentan las variables del problema**

#### **2.4.1.1. Marco conceptual variable independiente**

El desarrollo de esta investigación necesita de un marco teórico que sustente su estructura lógica, cuyos conceptos sirven de fundamentos al presente estudio, por lo que se exponen a continuación:

## **Auditoría General**

La auditoría general que se realiza haciendo uso de profundos conocimientos académicos, y utilizando una serie de técnicas especializadas; que conduzcan a la prestación de un servicio con el más alto nivel de calidad.

**Según TAYLOR H( 2006;54)en su manual sobre la auditoría general menciona lo siguiente: “...Es un proceso sistemático que consiste en obtener y evaluar objetivamente evidencia sobre las afirmaciones relativas a los actos y eventos de carácter económico; con el fin de determinar el grado de correspondencia entre esas afirmaciones y los criterios establecidos...”**

A mi criterio la auditoria se trata de seguir un procesos que permita analizar una serie de eventos encontrados, los mismos que deben ser evaluados con criterio.

**De acuerdo con GÓMEZ (2006;74), lo define como: “La palabra Audi viene del latín AUDITORIUS, y de esta proviene auditor, que tiene la virtud de oír, y el diccionario lo considera revisor de cuentas colegiado pero se asume que esa virtud de oír y revisar cuentas está encaminada a la evaluación de la economía, la eficiencia y la eficacia en el uso de los recursos, así como al control de los mismos.**

La Auditoría puede definirse como «un proceso sistemático para obtener y evaluar de manera objetiva las evidencias relacionadas con informes sobre actividades económicas y

otros acontecimientos relacionados, cuyo fin consiste en determinar el grado de correspondencia del contenido informativo con las evidencias que le dieron origen, así como establecer si dichos informes se han elaborado observando los principios establecidos para el caso.

Según mi criterio la auditoria tiene como finalidad generar un informe final cuyo contenido dependerá de las evidencias encontradas las mismas que deberán ser analizadas para así emitir un tipo de comentario que estará reflejado en dicho informe.

### **Auditoría de Gestión**

**Según GARRIDO (2009; 23)** se puede definir a la auditoría de gestión como el examen integral o parcial de una organización con el propósito de precisar su nivel de desempeño y oportunidades de mejora.

La auditoría de gestión es de gran importancia para evaluar el grado de eficiencia y eficacia en el logro de los objetivos previstos por la organización y con los que se han manejado los recursos.

A mi criterio la auditoría de gestión busca que la empresa mantenga un alto nivel de desempeño administrativo y además de progresar cada vez más.

**Según REDONDO (1996;78) sobre la Auditoría de Gestión menciona: “Es una técnica relativamente nueva de asesoramiento que ayuda a analizar, diagnosticar y establecer recomendaciones a las empresas, con el fin de conseguir con éxito una estrategia. Uno de los motivos principales por el cual una empresa puede decidir emprender una auditoría de gestión es el cambio que se hace indispensable para reajustar la gestión o la organización de la misma”.**

A mi criterio la auditoria de gestión es una herramienta que de cierta forma nos ayuda a analizar, diagnosticar y finalmente realizar recomendaciones a la entidad para que mejore en su punto débil encontrado.

### **Control Interno**

**Según ROMERO A. (2012; 89)** en su libro sobre Auditoría y control interno menciona lo siguiente:

El control interno es un proceso, ejecutado por la Junta Directiva o Consejo de Administración de una entidad, por su grupo directivo (gerencial) y por el resto del personal, diseñado específicamente para proporcionarles seguridad razonable de conseguir en la empresa las tres siguientes categorías de objetivos: Efectividad y eficiencia de las operaciones.

- Suficiencia y confiabilidad de la información financiera.
- Cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables.

“...Esta definición enfatiza ciertos conceptos o características fundamentales sobre el



Control Interno...” **ROMERO (2012)**, como son:

- Es un proceso que parte de los demás sistemas y procesos de la empresa incorporando en la función de administración y dirección, no adyacente a éstos.
- Orientado a objetivos es un medio, no un fin en sí mismo.
- Es concebido y ejecutado por personas de todos los niveles de la organización a través de sus acciones y palabras.
- Proporciona una seguridad razonable, más que absoluta, de que se lograrán sus objetivos.

A mi criterio el control interno mantiene ciertos objetivos importantes pero el más relevante es la Suficiencia y confiabilidad de la información financiera puesto que una empresa sin un correcto funcionamiento financiero tendría problemas irrelevantes afectando su liquidez.

### **Concepto de control interno**

**Según ESTUPIÑAN G (2006;12):** Aporta que: El control interno es un proceso realizado por el Consejo de Administración, la Dirección y el personal de una entidad, planteado para proporcionar una razonable seguridad con miras a la realización de objetivos en:

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

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

**Acatamiento de las leyes y regulaciones aplicables.-** Se encarga del cumplimiento de las leyes y regulaciones a que la empresa está sujeta. El control interno comprende el plan de organización y todos los métodos y medidas coordinadas adoptadas dentro de una empresa para salvaguardar sus bienes, comprobar la exactitud y veracidad de los datos contables.

**Por otro lado LUNA B (1998;87)** expone: Control Interno es definido en forma amplia como: Un proceso, efectuado por la junta de directores de una entidad, gerencia y/o demás diseñado para proporcionar una razonable seguridad con miras a la realización de objetivos en las siguientes categorías:

- Efectividad y eficiencia de las operaciones.
- Confiabilidad de la información financiera.
- Acatamiento de las leyes y regulaciones aplicables

## **Importancia del control interno**

El control interno dentro de una organización ya si el sistema de control interno es el idóneo la empresa se desenvolverá administrativa y operacionalmente, mejor en su sector; según **AGUIRRE & RIVERA(2009)**: El control interno en las empresas es de vital importancia para la optimización y el crecimiento del negocio, tanto en lo administrativo como en la operación; beneficiando así desde los accionistas hasta el propio cliente, ya que éste tendrá un grado de confianza sobre la empresa y prevalecerá en el tiempo generando utilidades y crecimiento interno en la entidad. **REYES &PONCE, (2004)**: Sobre la importancia y necesidad del control interno define: Una de las razones más evidentes de la importancia del control es porque hasta el mejor de los planes se puede desviar. El control se emplea para:

- Crear mejor calidad: Las fallas del proceso se detectan y el proceso se corrige para eliminar errores.
- Enfrentar el cambio: Este forma parte ineludible del ambiente de cualquier organización.

Los mercados cambian, la competencia en todo el mundo ofrece productos o servicios nuevos que captan la atención del público. Surgen materiales y tecnologías nuevas. Se aprueban o enmiendan reglamentos gubernamentales. La función del control sirve a los gerentes para responder a las amenazas o las oportunidades de todo ello, porque les ayuda a detectar los cambios que están afectando los productos y los servicios de sus organizaciones.

**Producir ciclos más rápidos:** Una cosa es reconocer la demanda de los consumidores para un diseño, calidad, o tiempo de entregas mejorados, y otra muy distinta es acelerar

los ciclos que implican el desarrollo y la entrega de esos productos y servicios nuevos a los clientes.

Los clientes de la actualidad no solo esperan velocidad, sino también productos y servicios a su medida.

### **Facilitar la delegación y el trabajo en equipo:**

La tendencia contemporánea hacia la administración participativa también aumenta la necesidad de delegar autoridad y de fomentar que los empleados trabajen juntos en equipo.

Esto no disminuye la responsabilidad última de la gerencia. Por el contrario, cambia la índole del proceso de control.

Por tanto, el proceso de control permite que el gerente controle el avance de los empleados.

### **Objetivo del control interno**

El control interno es un proceso que se implantan con el fin de que la entidad consiga sus objetivos y metas de rentabilidad y rendimiento y prevenir pérdidas de recursos, para así obtener una información financiera fiable; **ESTUPIÑAN G (2002)** son tres los objetivos principales del control interno:

- Operaciones es el uso efectivo y eficiente de los recursos con los que cuenta la entidad.
- Información Financiera es la preparación y presentación de los estados financieros a los directivos de la entidad.

- Cumplimiento con las leyes, normas y reglamentos con las que cumple la entidad. También (**ACFÍ Consultores Financieros, 2011**) sobre los objetivos del control interno, propone los siguientes:

- Proteger los activos que son utilizados para las actividades de la empresa

- Obtener la información exacta

Creación de normas y procedimientos internos

- Hacer que los empleados respeten las leyes y los reglamentos internos y externos.

### **Modelo de Evaluación**

#### **Informe coso**

**Según BORJA (2003;89)** “El denominado INFORME COSO sobre control interno, publicado en EE.UU. en 1992, surgió como una respuesta a las inquietudes que planteaban la diversidad de conceptos, definiciones e interpretaciones existentes en torno a la temática referida. ”Plasma los resultados de la tarea realizada durante más de cinco años por el Grupo de trabajo que la TREADWAY COMMISSION, NATIONAL COMMISSION ON FRAUDULENT FINANCIAL REPORTING creó en Estados Unidos en 1985 bajo la sigla COSO (COMMITTEE OF SPONSORING ORGANIZATIONS). El grupo estaba constituido por representantes de las siguientes organizaciones:

**American Accounting Association (AAA)**

**American Institute of Certified Public**

**Accountants (AICPA)**

**Financial Executive Institute (FEI).**

**Institute of Internal Auditors (IIA).**

**Institute of Management Accountants (IMA). (Borja, 2003)**

### **Elementos de Control Interno**

Los Elementos del Control Interno que se reseñan a continuación, son los aportados por (COSO, 2001):

“El control interno está compuesto por cinco componentes interrelacionados. Se derivan de la manera como la administración dirige un negocio, y están integrados en el proceso de administración”. Tales componentes son:

- a) **Ambiente de control.** La esencia de cualquier negocio es su gente – sus atributos individuales, incluyendo la integridad, los valores éticos y la competencia -y el ambiente en que ella opera. La gente es el motor que dirige la entidad y el fundamento sobre el cual todas las cosas descansan. **(Federación de Colegio de Contadores, 1974)** Sobre el ambiente del control interno determina: Se refiere al establecimiento de un entorno que estimule e influencie las tareas del personal con respecto al control de sus actividades; el que también se conoce como el clima en la cima. En este contexto, el personal resulta ser la esencia de cualquier entidad, al igual que sus atributos individuales como la integridad y valores éticos y el ambiente donde operan, constituyen el motor que la conduce y la base sobre la que todo descansa.
  
- b) **Evaluación de riesgos.** La entidad debe ser consciente de los riesgos y enfrentarlos. Debe señalar objetivos, integrados con ventas, producción, mercadeo, finanzas y otras actividades de manera que opere concertadamente.

También se debe establecer mecanismos para identificar, analizar y administrar los riesgos relacionados.

**Para BRITO (2009), “...la evaluación del riesgo prevé que se resguarde la entidad, ante posibles daños externos e internos, que pueden impactar de manera negativa en la empresa”, tal y como lo menciona en su informe sobre la evaluación del control interno: El riesgo se define como la probabilidad que un evento o acción afecte adversamente a la entidad. Su evaluación implica la identificación, análisis y manejo de los riesgos relacionados con la elaboración de estados financieros y que pueden incidir en el logro de los objetivos del control interno en la entidad. Estos riesgos incluyen eventos o circunstancias que pueden afectar el registro, procesamiento y reporte de información financiera, así como las representaciones de la gerencia en los estados financieros. Esta actividad de auto – evaluación que practica la dirección debe ser revisada por los auditores internos o externos para asegurar que los objetivos, enfoque, alcance y procedimientos hayan sido apropiadamente ejecutados. (Brito, 2009)**

- c) **Procedimientos de control.** Para **BACALLAO (2009)** “Las actividades de control son procedimientos que ayudan a asegurarse que las políticas de la dirección se llevan a cabo, y deben estar relacionadas con los riesgos que ha definido y asume la dirección”.

Las actividades de control se ejecutan en todos los niveles de la organización y en cada una de las etapas de la gestión, partiendo de la elaboración de un mapa de riesgos según lo expresado en el punto anterior; conociendo los riesgos, se disponen los controles destinados a evitarlos o minimizarlos. En muchos casos, las actividades de control pensadas para un objetivo suelen ayudar también a otros; los operacionales pueden contribuir a los relacionados con la confiabilidad de la información financiera, éstas al cumplimiento normativo, y así sucesivamente. Se deben establecer y ejecutar políticas y procedimientos

para ayudar a asegurar que se están aplicando efectivamente las acciones identificadas por la administración como necesarias para manejar los riesgos en la consecución de los objetivos de la entidad. (Bacallao Horta, 2009)

- d) **Sistemas de Información y comunicación.** Los sistemas de información y comunicación se interrelacionan. Ayudan al personal de la entidad a capturar e intercambiar la información necesaria para conducir, administrar y controlar sus operaciones.

(Ministerio de Cultura y Educación, 2013) Sobre los sistemas de información contable como componentes del control interno, menciona: "...Dichos Sistemas procesan datos de origen interno y externo para generar información útil que posibilite la toma de decisiones informada y el control sobre el estado de una Organización y su entorno".

- e) **Supervisión**

Debe monitorearse el proceso total, y considerarse como necesario hacer modificaciones, de esta manera el sistema puede reaccionar dinámicamente, cambiando a medida que las condiciones lo justifiquen. Según (Cepeda, 2000) el monitoreo de las actividades es: "...el proceso que evalúa la calidad del funcionamiento del control interno en el tiempo y permite al sistema reaccionar en forma dinámica cambiando cuando las circunstancias así lo requieran. Debe orientarse a la identificación de controles débiles, insuficientes o necesarios...".



## **Riesgo del control interno**

La aplicación de un sistema de control interno conlleva a un riesgo de ser aplicado de manera incorrecta, si una organización no adapta un sistema de control interno aplicable a su estructura organizacional, procesos y más, corre el peligro de que el sistema colapse y por lo tanto no surjan el efecto esperado por los administrativos.

**Según MURDICK(1988;178)** En su libro *Sistemas de Información Administrativa* nos dice que: El control interno ha sido pensado esencialmente para limitar los riesgos que afectan las actividades de las organizaciones. A través de la investigación y análisis de los riesgos relevantes y el punto hasta el cual el control vigente los neutraliza se evalúa la vulnerabilidad del sistema. Para ello debe adquirirse un conocimiento práctico de la entidad y sus componentes de manera de identificar los puntos débiles, enfocando los riesgos tanto al nivel de la organización (interno y externo) como de la actividad.

Mientras tanto el (**Colegio de Contadores Públicos del Perú, 2013**) sobre el riesgo del control interno mencionan: La evolución preliminar del riesgo de control es el proceso de evaluar la efectividad de los sistemas de contabilidad y de control interno de una entidad para prevenir o detectar y corregir representaciones erróneas de importancia relativa. Siempre habrá algún riesgo de control a causa de las limitaciones inherentes de cualquier sistema de contabilidad y de control interno.

## **Tipos de control interno**

**Según ESCOBAR(2003)** en su tesis *“Evaluación Del Control Interno En Las Pequeñas Y Medianas Empresas Ubicadas En Los Municipios Iribarren Y Palavecino-Estado Lara 2002”* menciona: Los Controles Internos se agrupan en dos

categorías: Administrativo y Contable. El Control Interno Administrativo incluye una serie de métodos y procedimientos relacionados con las operaciones de organización, dirección, políticas e informes administrativos; mientras, el Control Interno Contable, comprende métodos, planes y procedimientos orientados a la protección de los activos, y, a garantizar la confiabilidad de la información financiera. Aunque los Controles Internos Administrativo y Contable se separan con toda claridad para fines de definición, no siempre resulta fácil distinguirlos, pues se desarrollan dentro de las organizaciones bajo un enfoque integrador

### **Control interno administrativo**

Los controles administrativos comprenden el plan de organización y todos los métodos y procedimientos relacionados principalmente con eficiencia en operaciones y adhesión a las políticas de la empresa y por lo general solamente tienen relación indirecta con los registros financieros. Incluyen más que todos controles tales como análisis estadísticos, estudios de moción y tiempo, reportes de operaciones, programas de entrenamientos de personal y controles de calidad.

**Según (Federación de Colegio de Contadores, 1974)** acerca del Control Administrativo “...incluye pero no se limita, el plan de organización y los procedimientos y registros que se refieren al proceso de decisiones es una función de la gerencia directamente asociada con la responsabilidad de realizar los objetivos de la organización”.

Así también **CEPEDA (2000;87)** sobre el control interno administrativo menciona:

El Control Gerencial está orientado a las personas, con el fin de logra que las acciones y comportamientos de los individuos sean consistente con objetivos organizacionales. Agrega el autor, los elementos propios del Control Interno Gerencial son:

- Definición clara y precisa de metas, objetivos y valores.
- Sistema de administración participativa.
- Comunicación abierta.
- Motivación

### **Control interno contable**

Los controles contables comprenden el plan de organización y todos los métodos y procedimientos relacionados principal y directamente a la salvaguardia de los activos de la empresa y a la confiabilidad de los registros financieros.

**CEPEDA (2000;87)**Menciona sobre el control interno contable lo siguiente: “...comprende las normas y procedimientos contables, así como los procedimientos y métodos relacionados con la protección de bienes y fondos, y la confiabilidad de los registros contables, presupuestarios y financieros de la organización”. Así también plantea en el mismo documento, algunos objetivos del control interno contable:

- La integridad de la información: que todas las operaciones efectuadas queden incluidas en los registros contables.
- La validez de la información: que todas las operaciones registradas representen acontecimientos económicos que en verdad ocurrieron y fueron debidamente autorizados.
- La exactitud de la información: que las operaciones se registren por su importe correcto, en la cuenta correspondiente y oportunamente.

- El mantenimiento de la información: que los registros contables, una vez asentadas todas las operaciones, siguen reflejando los resultados y la situación financiera del negocio.
- La seguridad física: que el acceso a los activos y a los documentos que controlan su movimiento esté restringido al personal autorizado (**Cepeda, 2000**)

#### **2.4.1.2. Marco conceptual variable dependiente**

##### **RENTABILIDAD:**

Estados financieros

**Según RODRÍGUEZ Morales (2012;23)** Los estados financieros deben considerarse como un medio para comunicar información y no como un fin; su objetivo es proporcionar información sobre la situación financiera, los resultados de las operaciones, los flujos de efectivo y el movimiento en el capital contable de una entidad.

**Según OCHOA S & SALDÍVAR A (2012; 25)** “Son el producto final del sistema de contabilidad y están preparados con base al marco conceptual y al juicio profesional. Estos estados contienen información financiera y cada uno constituye un reporte especializado de ciertos aspectos de la empresa”. Se concluye que los estados financieros son un medio que dota de información a una fecha determinada sobre la actual situación financiera de la empresa, de recursos, resultados y cambios sobre su capital

## **Tipos**

### **Balance general**

**Según RODRÍGUEZ M (2012; 47)** A este estado financiero se le llama también estado de situación financiera. Éste proporciona información tanto de los recursos que tiene la empresa para operar y las deudas y compromisos que tiene y debe cumplir como de la inversión que tienen los accionistas en la empresa, incluyendo las utilidades que no han retirado de ésta. Esta información se prepara a una fecha determinada: la fecha de cierre de los estados financieros. Se concluye que este estado muestra la situación económica financiera de la empresa al inicio o al final de un ejercicio económico.

### **Estado de resultados**

**Según RODRÍGUEZ M (2012; 50)** Este estado financiero presenta la información sobre los resultados de una empresa en un período determinado, enfrentando a los ingresos, los costos y gastos en que incurrieron para poder obtenerlos y calcular una utilidad o pérdida para ese período; muestra un resumen de los resultados de las operaciones de la empresa, si ganó o perdió durante el periodo en cuestión. La estructura del estado de resultados permite saber de dónde vinieron los ingresos y dónde se gastó para con ello saber cómo se llegó a los resultados obtenidos.

## **Estado de flujo de efectivo**

**Según RODRÍGUEZ M (2012; 55)** Presenta las entradas y salidas de efectivo que resultan de las decisiones sobre las operaciones, las inversiones y la forma de financiamiento durante un período determinado. En resumen, informa de dónde viene y en qué se usó el dinero en ese tiempo. Al analista financiero le permite saber la forma como se genera y utiliza el efectivo, información necesaria para determinar la capacidad de generación de recursos

Se puede decir que estado de flujo de efectivo permite conocer la liquidez de la empresa, saber en qué se ha invertido, utilizado su dinero dentro de un ciclo determinado midiendo así la capacidad de generar dinero o recursos propios.

## **Estado de variaciones en el capital contable**

**Según RODRÍGUEZ M (2012; 65)** “Éste expone información relacionada con los cambios que se dieron durante un periodo en cada una de las cuentas que integran el capital contable, el cual representa la inversión de los accionistas”. Se concluye que el estado de variaciones en el capital sirve para identificar los cambios que integran el capital de los accionistas de la empresa.

Los compradores tratarán de hacer que los precios bajen, demandarán mejor calidad o servicios y pondrán a los competidores unos en contra de otros; todo esto a expensas de la rentabilidad del vendedor.

Aun si el mercado muestra un tamaño y crecimiento positivo y es atractivo estructuralmente la empresa debe tomar en cuenta sus propios objetivos y recursos con relación a dicho mercado o segmento seleccionado.

### Índices financieros

**Según BRISEÑO H. (2006; 3)**, en su libro “Indicadores Financieros “, menciona: “un indicador financiero o índice financiero es una relación entre cifras extractadas de los estados financieros y otros informes contables de una empresa con el propósito de reflejar en forma objetiva el comportamiento de la misma. Refleja, en forma numérica, el comportamiento o el desempeño de toda una organización o una de sus partes. Al ser comparada con algún nivel de referencia, el análisis de estos indicadores puede estar señalando alguna desviación sobre la cual se podrán tomar acciones correctivas o preventivas según el caso.

Las razones o indicadores financieros son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas bien sea del Balance General y/o del Estado de Pérdidas y Ganancias.

Los resultados así obtenidos por si solos no tienen mayor significado; sólo cuando los relacionamos unos con otros y los comparamos con los de años anteriores o con los de empresas del mismo sector y a su vez el analista se preocupa por conocer a fondo la operación de la compañía, podemos obtener resultados más significativos y sacar conclusiones sobre la real situación financiera de una empresa.

Adicionalmente, nos permiten calcular indicadores promedio de empresas del mismo sector, para emitir un diagnóstico financiero y determinar tendencias que no son útiles en las proyecciones financieras.

El analista financiero, puede establecer tantos indicadores financieros como considere necesarios y útiles para su estudio.

Para ello puede simplemente establecer razones financieras entre dos o más cuentas, que desde luego sean lógicas y le permitan obtener conclusiones para la evaluación respectiva.

La interpretación de los resultados que arrojan los indicadores económicos y financieros está en función directa a las actividades, organización y controles internos de la empresa.

Los indicadores financieros son necesarios dentro de la empresa debido a que con su aplicación ayudan a comparar entre dos referencias o cifras de años anteriores sobre la operación de la misma, con el propósito de obtener resultados más significativos que ayuden a sacar conclusiones más acertadas sobre la situación financiera y por ende esto contribuya en la toma decisiones acertadas para el mejoramiento continuo de la misma.

### **Clases de rentabilidad**

**Según MARTÍNEZ N. (2009: 1-2pp.),** en su artículo “Factores de rentabilidad en las decisiones financieras”, da a conocer los siguientes conceptos con respecto las clases de rentabilidad:

#### **a) Rentabilidad Financiera:**

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



La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios

Además, una rentabilidad financiera insuficiente supone una limitación por dos vías en el acceso a nuevos fondos propios. Primero, porque ese bajo nivel de rentabilidad financiera es indicativo de los fondos generados internamente por la empresa; y segundo, porque puede restringir la financiación externa. En este sentido, la rentabilidad financiera debería estar en consonancia con lo que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista. Sin embargo, esto admite ciertas matizaciones, puesto que la rentabilidad financiera sigue siendo una rentabilidad referida a la empresa y no al accionista.

La rentabilidad financiera es, por ello, un concepto de rentabilidad final que al contemplar la estructura financiera de la empresa (en el concepto de resultado y en el de inversión), viene determinada tanto por los factores incluidos en la rentabilidad económica como por la estructura financiera consecuencia de las decisiones de financiación. La rentabilidad puede verse como una medida, de cómo una compañía invierte fondos para generar ingresos. Se suele expresar como porcentaje.

ROE = BENEFICIO NETO

PATRIMONIO NETO

## **b) Rentabilidad Económica:**

La rentabilidad económica o de inversión es una medida, referida a un determinado período de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. La rentabilidad económica se establece como indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. Además, el no tener en cuenta la forma en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación.

Para calcular el índice ROA necesitamos la utilidad operativa neta y el total de activos

ROA = UTILIDAD NETA

ACTIVOS TOTALES

La rentabilidad financiera es considerada como un rédito obtenido de los fondos propios, es decir está basado por la actividad ordinaria realizada por la empresa debido a que esta invierte fondos para generar ingresos, mientras que la rentabilidad económica se genera por la inversión dentro de un periodo determinado de tiempo sobre el rendimiento de los activos donde se busca obtener independencia en la financiación de los mismos.

## **c) Rentabilidad Social:**

Disponible en: <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/R/RENTABILIDAD.htm>;

Donde manifiesta: La rentabilidad social nace dentro de los discursos políticos en América latina ante la inminente problemática social que atravesamos. Muchos de los problemas sociales son detectados por la comunidad mucho antes que por las instituciones, por esto la discursiva política nos enriquece día a día, como un indicador de lo que la sociedad necesita.

Es el Beneficio que obtiene la Sociedad de un proyecto de Inversión o de una Empresa determinada, destinando los Recursos a los mejores usos productivos posibles. Dichos beneficios se estiman utilizando Precios sociales y los criterios aplicados por la Evaluación de Proyectos.

Las medidas de Rentabilidad social más usadas en evaluación social de proyectos son el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno.

El Valor Presente Neto constituye una medida de Rentabilidad social debido a que se calcula utilizando Precios sociales.

La tasa interna de retorno se obtiene descontando los flujos de Ingresos netos por una tasa social de Descuento.

La rentabilidad social dentro de cualquier actividad sea esta de inversión o de una empresa determinada, es muy importante porque permite conocer más a fondo como los recursos son destinados adecuadamente a cada uno de los procesos productivos, ayudando de esta manera a conocer cuáles son las necesidades de las personas y con ella saber en qué tiempo podrán ser atendidas, teniendo en cuenta que son muy importantes para que la sociedad cumpla sus objetivos en el menor tiempo posible.

## Indicadores de rentabilidad

Según BRAVO M. (2011: 297p), en su libro “Contabilidad General” menciona: Se denomina rentabilidad a la relación entre la utilidad y alguna variable ventas, Capital, Activos, etc. La que permite conocer en forma aproximada si la gestión realizada es aceptable en términos de rendimiento financiero. En condiciones normales, la empresa debe alcanzar una utilidad mayor al promedio de rendimiento de las inversiones en el mercado financiero y de valores (ahorros, bonos, cédulas, pagarés, etc.)

- a) **Rentabilidad sobre Ventas:** Permite conocer la utilidad por cada dólar vendido. Este índice cuando es más alto representa una mayor rentabilidad, esto depende del tipo de negocio o actividad de la empresa.

Rentabilidad sobre las Ventas = Utilidad Neta del Ejercicio Ventas

La utilidad neta del ejercicio se determina antes de impuestos y distribuciones.

- b) **Rentabilidad sobre el patrimonio:** indica el beneficio logrado en función de la propiedad total de los accionistas, socios o propietarios. Si el porcentaje es mayor el rendimiento promedio del mercado financiero y de la tasa de inflación del ejercicio, la rentabilidad sobre el patrimonio obtenida se considera buena.

Rentabilidad sobre el Patrimonio = Utilidad Neta del Ejercicio Patrimonio

- c) **Rentabilidad sobre el Capital Pagado:** Permite conocer el rendimiento del Capital efectivamente pagado. Si el capital ha tenido variaciones durante el período se debe calcular el capital promedio pagado.

Rentabilidad sobre el Capital Pagado =  $\frac{\text{Utilidad Neta del Ejercicio}}{\text{Capital Pagado}}$

- d) **Rentabilidad sobre el Activo Total:** Mide el beneficio logrado en función de los recursos de la empresa, independientemente de sus fuentes de financiamiento. Si el índice es alto la rentabilidad es mejor, esto depende de la composición de los Activos, ya que no todos tienen igual rentabilidad.

Rentabilidad sobre el Activo Total =  $\frac{\text{Utilidad Neta del Ejercicio}}{\text{Activo Total}}$

- e) **Rentabilidad sobre los Activos Fijos o Rentabilidad Económica:** Mide el grado de rentabilidad obtenida entre la Utilidad Neta del Ejercicio y los Activos Fijos Promedio.

Es de mucha utilidad en el análisis de empresas industriales, mineras, de transporte, y en general de las que tengan una gran inversión en Activos Fijos.

Rentabilidad sobre los Activos Fijos =  $\frac{\text{Utilidad Neta del Ejercicio}}{\text{Activos Fijos}}$

Los indicadores de rentabilidad dentro de una empresa son necesarios porque ayudan a conocer con exactitud la rentabilidad obtenida dentro de la actividad económica, proporcionando de esta manera datos que sirvan para la toma de decisiones y con ello cumplir con todos los objetivos propuestos y trazados por la gerencia.

## **Factores que influyen en la rentabilidad**

**Según MARTÍNEZ N. (2009: 2p)**, en su artículo “Factores de rentabilidad en las decisiones financieras”, menciona que existen 9 factores primordiales que influyen en la rentabilidad:

### **a) Intensidad de la Inversión**

Cuando invertimos estamos dando algo a alguien con el fin de obtener algo mejor. Se puede invertir de muchas formas, invertir nuestro tiempo en una relación, la inteligencia en el trabajo o los fines de semana haciendo deporte para tener una buena salud. Así como se puede invertir en cualquiera de estas situaciones esperando algo bueno a cambio, podemos invertir nuestro dinero en un fondo mutuo esperando asegurar un capital que nos garantice mantener un nivel de vida en una etapa de retiro o convertir en realidad alguno de nuestros sueños hacia futuro. Invertir dinero es poner el dinero en algún tipo de instrumento financiero, llámese acciones, bonos, fondos mutuos, esperando más dinero a cambio. Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

### **b) Productividad**

Para que un negocio pueda crecer y aumentar su rentabilidad (o sus utilidades) es aumentando su productividad. Y el instrumento fundamental que origina una mayor productividad es la utilización de métodos, el estudio de tiempos y un sistema de pago de salarios.

La productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la fabricación la productividad sirve para evaluar el rendimiento del recurso material y humano. Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento.

En un enfoque sistemático decimos que algo o alguien es productivo con una cantidad de recursos (Insumos) en un periodo de tiempo dado se obtiene el máximo de productos.

La productividad en las máquinas y equipos está dada como parte de sus características técnicas.

No así con el recurso humano o los trabajadores.

Deben de considerarse factores que influyen.

Al disminuir la ineficiencia, la productividad aumenta.

La eficiencia es el límite de la productividad. La productividad óptima, es el nivel de eficiencia para el cual fue pretendido el proceso.

### **c) Participación de Mercado**

Este tipo de estudio es realizado con la finalidad de determinar el peso que tiene una empresa o marca en el mercado. Se mide en términos de volumen físico o cifra de negocios. Estas cifras son obtenidas mediante investigaciones por muestreo y la determinación de los tamaños poblacionales.

De manera similar que los estudios de penetración y tamaño del mercado, las empresas contratantes de este tipo de estudios son principalmente negocios que venden a otras

empresas en el área industrial, así como mercados donde no se dispone de investigaciones sectoriales (por ejemplo: educación, ciertas unidades de negocios de las telecomunicaciones, entretenimiento, etc.)

Los principales objetivos de este tipo de estudio son los siguientes:

- Determinar la participación de mercado de la empresa y sus marcas, partiendo de las cifras de venta o volúmenes vendidos.
- Monitorear el crecimiento de la empresa o sus marcas a lo largo del tiempo.

**d) Desarrollo de nuevos productos o diferenciación de los competidores.**

Un nuevo producto puede ser creado o hecho "nuevo" de muchas maneras. Un concepto enteramente nuevo se puede traducir en un nuevo artículo y/o servicio. Simples cambios secundarios en un producto existente pueden convertirlo en otro "nuevo" o se puede ofrecer un producto existente a nuevos mercados que lo considerarán "nuevo". Sólo podemos considerar nuevo un producto durante un período limitado.

Esto corresponde a la actitud de innovación que es una filosofía paralela a la del concepto de mercadotecnia.

Cuando se incluye un nuevo producto debe tomarse en consideración la innovación y la calidad del producto/servicio, sin dejar a un lado la diferenciación del producto en el mercado y superando siempre a los competidores del mercado que son un gran número de compradores y vendedores de una mercancía, que además de ofrecer productos similares, igualmente tienen libertad absoluta para sus actividades inherentes y no hay control sobre los precios ni reglamento para fijarlos. Estudios han demostrado que las industrias en crecimiento son aquellas que están orientadas a productos nuevos.



**e) Calidad de Producto/Servicio.**

El significado de esta palabra puede adquirir múltiples interpretaciones, ya que todo dependerá del nivel de satisfacción o conformidad del cliente. Sin embargo, la calidad es el resultado de un esfuerzo arduo, se trabaja de forma eficaz para poder satisfacer el deseo del consumidor. Dependiendo de la forma en que un producto o servicio sea aceptado o rechazado por los clientes, podremos decir si éste es bueno o malo.

**f) Tasa de Crecimiento del Mercado**

La tasa de crecimiento es la manera en la que se cuantifica el progreso o retraso que experimenta un producto en el mercado en un período determinado. Esto tiene que ver también, con el ciclo de vida del producto, que se define por ser el clásico ciclo de nacimiento, desarrollo, madurez y expiración, aplicado a las ventas de un producto.

**g) Integración Vertical**

La integración vertical comprende un conjunto de decisiones que, por su naturaleza, se sitúan a nivel corporativo de una organización. Dichas decisiones son de tres tipos:

- Definir los límites que una empresa debería establecer en cuanto a las actividades genéricas de la cadena de valor de la producción.
- Establecer la relación de la empresa con las audiencias relevantes fuera de sus límites, fundamentalmente sus proveedores, distribuidores y clientes.

- Identificar las circunstancias bajo las cuales dichos límites y relaciones deberían cambiar para aumentar y proteger la ventaja competitiva de la empresa.

Este conjunto de decisiones permiten caracterizar a una empresa: qué bienes y capacidades forman parte de la empresa y que tipos de contratos se establecen con agentes externos.

### **Costos Operativos**

Los costos en que incurre un sistema ya instalado o adquirido, durante su vida útil, con objeto de realizar los procesos de producción, se denominan costos de operación, e incluyen los necesarios para el mantenimiento del sistema.

Dentro de los costos de operación más importantes tenemos los siguientes:

**a) Gastos técnicos y administrativos.** Son aquellos que representan la estructura ejecutiva, técnica y administrativa de una empresa, tales como, jefes de compras, almacenistas, mecánicos, veladores, dibujantes, ayudantes, mozos de limpieza y envíos, etc.

**b) Alquileres y/o depreciaciones.** Son aquellos gastos por conceptos de bienes muebles e inmuebles, así como servicios necesarios para el buen desempeño de las funciones ejecutivas, técnicas y administrativas de una empresa, tales como: rentas de oficinas y almacenes, servicios de teléfonos. Etc.

**Obligaciones y seguros.** Son aquellos gastos obligatorios para la operación de la empresa y convenientes para la dilución de riesgos a través de seguros que impidan una súbita descapitalización por siniestros. Entre estos podemos enumerar: inscripción a la Cámara Nacional de la Industria de la Construcción, registro ante la Secretaría del Patrimonio Nacional, Seguros de Vida, etc.

**d) Materiales de consumo.** Son aquellos gastos en artículos de consumo, necesarios para el funcionamiento de la empresa, tales como: combustibles y lubricantes de automóviles y camionetas al servicio de las oficinas de la planta, gastos de papelería impresa, artículos de oficina, etc.

**e) Capacitación y Promoción.** Todo colaborador tiene el derecho de capacitarse y pensamos en que tanto éste lo haga, en esa misma medida o mayor aún, la empresa mejorará su productividad.

Entre los gastos de capacitación y promoción podemos mencionar: cursos a obreros y empleados, gastos de actividades deportivas, de celebraciones de oficinas, etc. Los costos de operación son los necesarios a fin de operar y mantener el sistema que se proyecta, de manera que se obtenga de éste los productos esperados, en las condiciones previstas durante la etapa de estudio y diseño.

## **RENTABILIDAD**

**Según GITMAN L y JOEHNK M (2005: 90-91pp)**, en su obra “Fundamentos de Inversión” indica que es el nivel de beneficio de una inversión esto es, la recompensa por invertir. Los inversores deciden invertir en un instrumento dado o en otro en función de

sus expresiones de rentabilidad. 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. La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de la empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

Pero una definición más precisa de la rentabilidad es la de un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla. Para hallar esta rentabilidad debemos dividir la utilidad o la ganancia obtenida entre la inversión, y al resultado multiplicarlo por 100 para expresarlo en términos porcentuales:

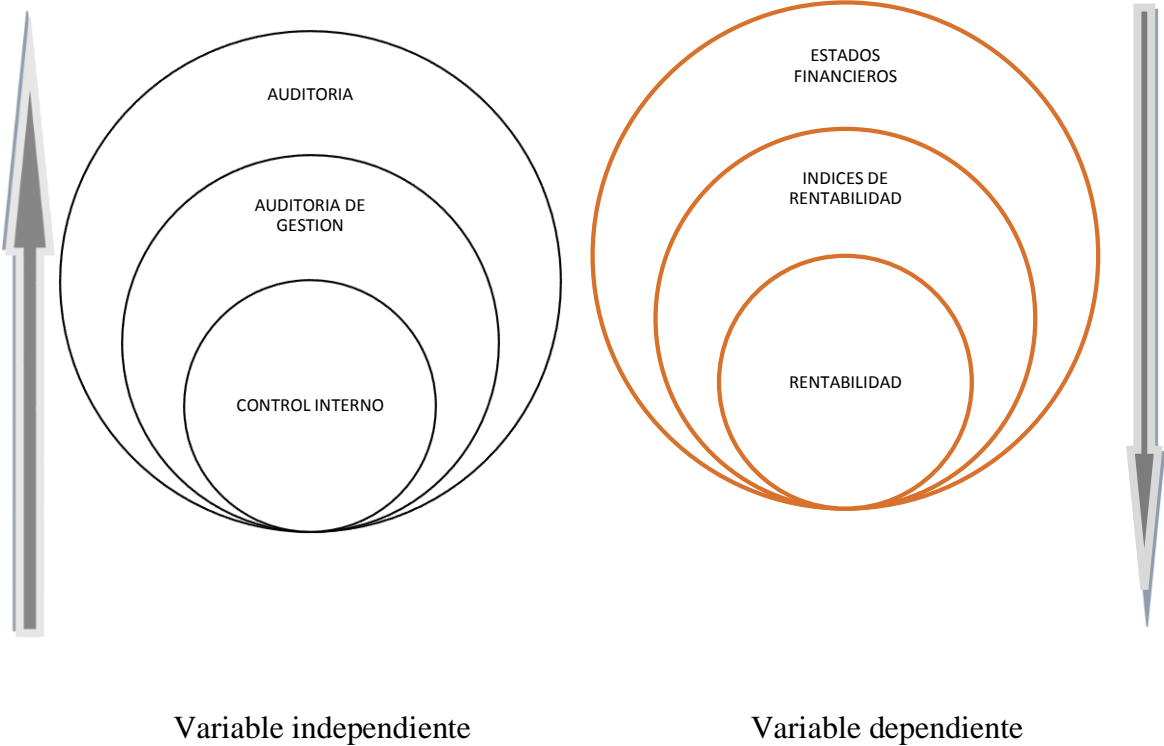
$$\text{Rentabilidad} = (\text{Utilidad o Ganancia} / \text{Inversión}) \times 100$$

La rentabilidad es uno de los objetivos que se traza toda empresa para conocer el rendimiento de lo invertido al realizar una serie de actividades en un determinado período de tiempo, es decir que es considerado el resultado de las decisiones que toma la administración para llegar los objetivos propuestos por la misma.

**2.4.3. Gráficos de inclusión interrelacionados**

**2.4.3.1 Superordinación Conceptual**

**Gráfico 2: Superordinación Conceptual**

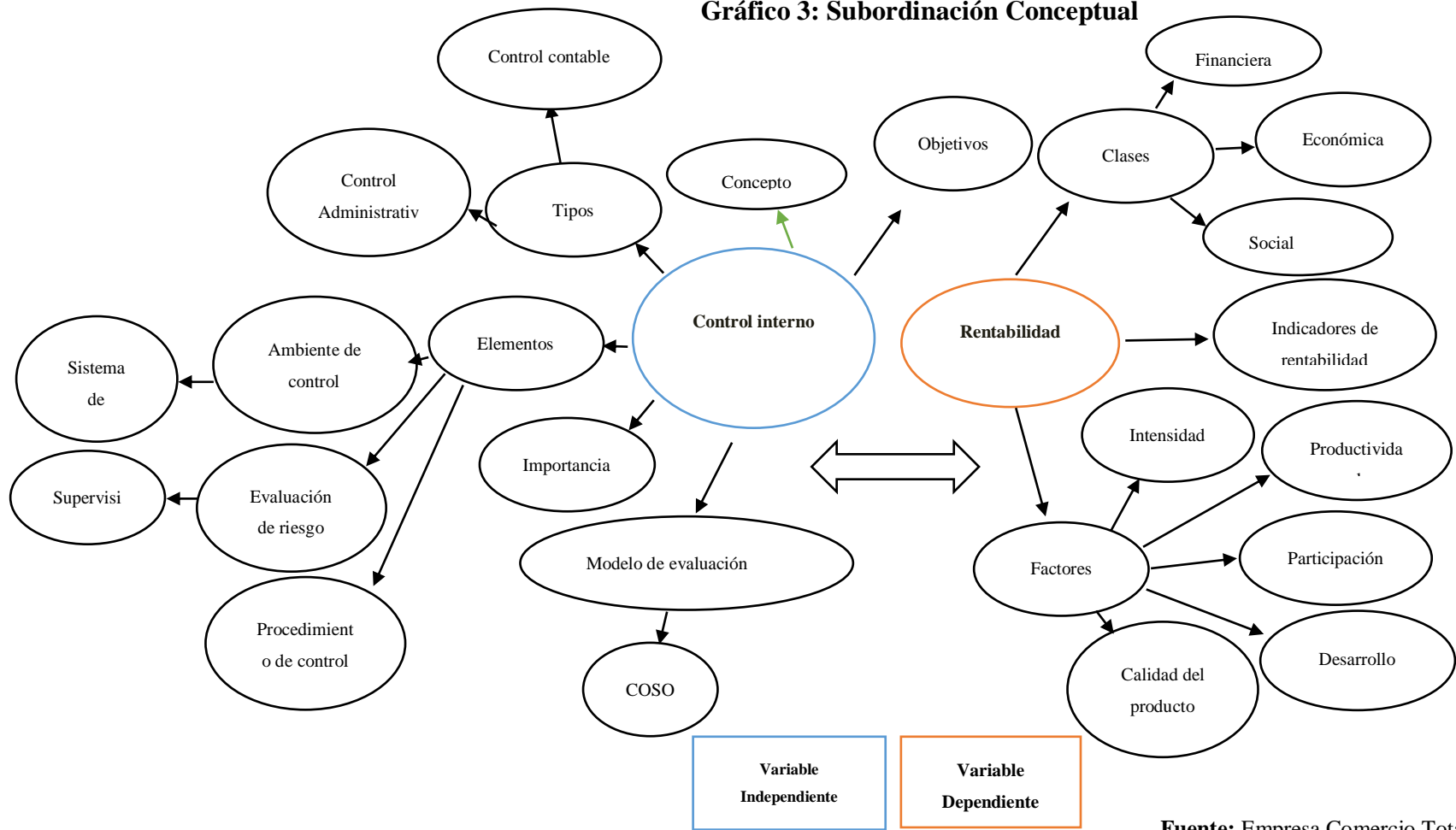


**Fuente:** Empresa Comercio Total

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (201

### 2.4.3.2 Subordinación Conceptual

**Gráfico 3: Subordinación Conceptual**



**Fuente:** Empresa Comercio Total

**Elaborado por:** Sandra Pinzón

## 2.5. HIPÓTESIS

¿El control interno es lo que provoca la rentabilidad en la Empresa “Comercio Total Sociedad de Hecho”?

## 2.6. SEÑALAMIENTO VARIABLES DE LA HIPÓTESIS

- **Variable independiente:** control interno
- **Variable dependiente:** rentabilidad
- **Unidad de observación:** Empresa COMERCIO TOTAL Sociedad de Hecho

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. ENFOQUE

La presente investigación es predominante cuantitativa

**Según BALLINA F (2008: Internet)**, “El paradigma positivista, también denominado paradigma cuantitativo, empírico analítico racionalista, es el paradigma dominante; el positivismo es una escuela filosófica que defiende determinados supuestos sobre la concepción del mundo y del modo de conocerlo, por lo que se extienden las características del positivismo a las dimensiones del paradigma”. El paradigma positivista o naturalista, se caracteriza por el alto interés por la verificación del conocimiento a través de predicciones. Algunos lo llaman el “paradigma prediccionista”, ya que lo importante es plantearse una serie de hipótesis como predecir que algo va a suceder y luego verificarlo o comprobarlo.

En las ciencias exactas y naturales es en donde tiene mayor aplicación. Cuando hay una tormenta eléctrica y enseguida cae la lluvia, la predicción se puede verificar fácilmente, lo mismo sucede con el fósforo y el fuego. En ciencias sociales esto no es tan sencillo.



El positivismo acepta como único conocimiento válido al conocimiento verificable y mensurable, visible. El positivismo no acepta la pertinencia de otras perspectivas, de otros procedimientos metodológicos y otros tipos de conocimientos de interpretación de la realidad; lo que importa para el positivista es la cuantificación y medir una serie de repeticiones que llegan a constituirse en tendencias, a plantear nuevas hipótesis y a construir teorías, todo fundamentado en el conocimiento cuantitativo. Los aspectos cuantitativos están sólidamente mezclados con aspectos cualitativos.

Desde que se concibió la **estadística** como una manera de cuantificarlo todo a través de muestras, se encontró la metodología más idónea y coherente para el paradigma positivista, para poder explicar, controlar y predecir”.

## **3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1. Investigación de campo**

**Según el autor ARIAS F, (2012; 38) define:**

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. En una investigación de campo también se emplea datos secundarios, provenientes de fuentes bibliográficas, no obstante, son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, lo esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado, además al estar en contacto directo con los participantes del proyecto, la información será más acertada.

**Según HERSO E (2006;89) señala que:** “La investigación de campo trata de la investigación aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. El investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, de las que se obtendrán los datos más relevantes a ser analizados son individuos, grupos y representantes de las organizaciones o comunidades”. Cuando se habla de estudios de campo, nos referimos a investigaciones científicas, no experimentales dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas

Se recopilara información directamente en la Empresa” COMERCIO TOTAL SOCIEDAD DE HECHO” a través de su departamento administrativo el cual está conformado por dos miembros ejecutivos y contablemente cuenta con seis colaboradores.

### **3.2.2. Investigación bibliográfica-documental**

Según **POSSO M (2009: 22)**, menciona que la investigación bibliográfica es aquella etapa de la investigación científica donde se explora qué se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema. ¿Qué hay que consultar, y cómo hacerlo?, basándose en el contenido en diversas fuentes bibliográficas; es decir, se apoya en las consultas, análisis y crítica de documentos.

La investigación bibliográfica se caracteriza por:

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

- Utiliza los procedimientos lógicos y mentales de toda investigación; análisis, síntesis, deducción, inducción, etc.
- Realiza una recopilación adecuada de datos que permiten redescubrir hechos, sugerir problemas, orientar hacia otras fuentes de investigación, orientar formas para elaborar instrumentos de investigación, elaborar hipótesis, etc.

La presente investigación servirá para sustentar el marco teórico la misma que se apoyará: en los diferentes archivos de la empresa con el único objetivo de aumentar la información para lograr que sea clara y correcta.

Además se utilizará la lectura y por supuesto la consulta de libros concerniente a la rentabilidad, tesis, folletos, revistas, boletines, considerando algunas publicaciones de las páginas web, esto se lo realizara con el único fin de aumentar y ahondar sobre el tema a ser investigado.

**Según DINAER L (2010;58)** este tipo de investigación: “Es la que se realiza, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación encontramos la investigación bibliográfica, la hemerográfica y la archivística; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos, y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes.” Es necesario utilizar los documentos fuentes que respalden la información a ser investigada, estos documentos son de gran importancia a la hora de sustentar nuestras opiniones y también en el momento de tomar decisiones y realizar una propuesta muy óptima

**Según, GUERRERO M(2011;25)**, “El objetivo de la investigación documental es elaborar un marco teórico conceptual para formar un cuerpo de ideas sobre el objeto de estudio y descubrir respuestas a determinados interrogantes a través de la aplicación de procedimientos documentales. Estos procedimientos han sido desarrollados con el

objeto de aumentar el grado de certeza de que la información reunida será de interés para los integrantes que estudia y que además, reúne las condiciones de fiabilidad y objetividad documental.” Técnica documental que permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. Incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente documental a que hacen referencia

### **3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.3.1. Investigación exploratoria**

Según **TAMAYO M (2004:46-47)** Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente.

La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta.

La tarea del investigador en este tipo de investigación tiene las siguientes etapas:

- a) Descripción del problema
- b) Definición y formulación de hipótesis
- c) Supuestos en que se basan las hipótesis
- d) Marco teórico
- e) Selección de técnicas de recolección de datos

- Población
- Muestra

- f) Categorías de datos, a fin de facilitar relaciones
- g) Verificación de validez de instrumentos
- h) Descripción análisis e interpretación de datos

En torno a cuáles serán los diversos tipos de estudios descriptivos no hay acuerdo entre los investigadores, pues son las interpretaciones que al respecto se presentan. Abouhamad, incluye las siguientes:

- a) Estudio por encuesta: la realidad que se obtiene es limitada por el tipo de pregunta
- b) Estudio de casos: son productivos cuando se determina un número de casos confiables ya que el estudio aislado de un caso no es un aporte.
- c) Estudios exploratorios: Se realizan con miras a consecución de datos fieles y seguros para la sistematización de estudios futuros.
- d) Estudios causales. Se determina el porqué de la aparición de ciertos fenómenos
- e) Estudios de desarrollo: se presentan en función de tiempo y de la continuidad de un fenómeno a largo plazo.
- f) Son los que nos proyectan la realidad de un presente hacia un futuro. Si sucede esto, posiblemente ocurra aquello.

- g) Estudios de conjuntos: son los que buscan la integración de datos.
  
- h) Estudios de correlación. Determina la medida en que dos o más variables se relacionan entre si

La presente investigación plantea tener un conocimiento sobre grupos homogéneos de los fenómenos, por otro lado el enfoque se hace referencia sobre las conclusiones que predominan es decir conocer el funcionamiento actual que posee.

Cabe recalcar que nos permitirá detallar las actividades, objetos, procesos y personas, y sobre todo la identificación de las relaciones que existen entre las dos variables, para así tener un conocimiento capaz y que se lo realice involucrando a las personas que forman parte del proceso, y finalmente detallando todos los conocimientos en forma teórica que permitan la solución de la presente investigación.

### **3.3.3. Investigación explicativa**

Según **DEL RIO (2013, p.210)** este tipo de investigación tiene como objeto la explicación de los fenómenos y el estudio de sus relaciones, para conocer su estructura y los factores que intervienen en la dinámica de aquellos. Pretende descubrir las causas que provocan los fenómenos, así como sus relaciones para llegar a establecer generalizaciones más allá de los sujetos y datos analizados.

Busca, por tanto, matizar la relación causa efecto, de suerte que cuando se presenta un determinado fenómeno podamos identificar la causa que lo ha producido, con argumentos válidos.

Por medio de este tipo de investigación se pretende comprender y determinar las causas que originaron el problema investigado, cómo éste afecta a la empresa, y qué técnicas e instrumentos se aplicaron para dar una solución a dicho problema.

### **3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.4.1. Población**

Según **CASTILLO J (2012: Internet)**, “población en estadística va más allá de lo que comúnmente se conoce como tal. Una población se precisa como un conjunto finito o infinito de personas u objetos que presentan características comunes”. Con el propósito de crear un manual de políticas y procedimientos que permita tener un adecuado control interno y por ende incrementar la productividad de la institución, se considera necesario identificar el grupo de personas que forman parte de la empresa y que participaran con aportes significativos para el desarrollo.

En el presente trabajo de investigación, está conformada por 8 miembros que laboran en los Departamentos Administrativo y Contable de la Empresa “COMERCIO TOTAL SOCIEDAD DE HECHO” cómo se detalla a continuación:

**Tabla 1: Nómina oficial de la Empresa "COMERCIO TOTAL SOCEDAD DE HECHO"**

<b>Nº</b>	<b>APELLIDOSY NOMBRES/ NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
1	Uriarte García Mariana del Consuelo/Gerente	Colaboró
2	Uriarte García Patricia Cecilia/Presidente	Colaboró
3	Llerena Oñate Alicia Paulina/Contador	Colaboró
4	Guevara Carrillo Julio Cesar/Administrativo	Colaboró
5	Núñez Salazar Patricio Mario/Administrativo	Colaboró
6	Morales García Paulina Sofía/Administrativo	Colaboró
7	Bayas Romero Santiago Paul/Administrativo	Colaboró
8	Torres Villavicencio Danilo Fernando/ Administrativo	Colaboró

**Fuente:** Empresa "Comercio Total Sociedad de Hecho"

**Elaborador por:** Sandra Pinzón (2016)

### **3.4.2. Muestra**

Según **PROAÑO J (2010: 98)**, la muestra es un subconjunto del universo que debe representar los mismos fenómenos que ocurren en aquel, con el fin de estudiarlos y medirlos.

Para la elaboración del presente trabajo investigativo no es necesario la utilización de un muestra, se trabajara con el 100 % de la población y se dispone de los recursos necesarios para su aplicación.



**Tabla 2: Marco muestra de la Empresa "Comercio Total Sociedad de Hecho"**

<b>Nº</b>	<b>APELLIDOS Y NOMBRES/ NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
1	Uriarte García Mariana del Consuelo/Gerente	Colaboró
2	Uriarte García Patricia Cecilia/Presidente	Colaboró
3	Llerena Oñate Alicia Paulina/Contador	Colaboró
4	Guevara Carrillo Julio Cesar/Administrativo	Colaboró
5	Núñez Salazar Patricio Mario/Administrativo	Colaboró
6	Morales García Paulina Sofía/Administrativo	Colaboró
7	Bayas Romero Santiago Paul/Administrativo	Colaboró
8	Torres Villavicencio Danilo Fernando/ Administrativo	Colaboró
n-1	7	
N	8	

**Fuente:** Empresa "Comercio Total Sociedad de Hecho"

**Elaborador por:** Sandra Pinzón (2016)

### **3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

Según **SILVA L (1997:44)**, El proceso que permite hacer el tránsito que parte del concepto y desemboca en el recurso cuantitativo (o cualitativo) con que se mide (o clasifica) dicho concepto se denomina operacionalización de variables.

El término proviene de qué se trata, precisamente, de llevar la noción desde el plano teórico al operativo, y concierne al acto de medición del grado (o la forma) en que el concepto se expresa en una unidad de análisis específica.

La utilidad de la operacionalización nos permite pasar del aspecto teórico a la práctica para analizar las variables y saber cómo se van a medir los mismos

### 3.5.1. Operacionalización de la variable independiente

**Tabla 3: Operacionalización de la variable independiente**

VARIABLE INDEPENDIENTE: <b>Control Interno</b>				
CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE INFORMACION
El <b>control interno</b> se puede definir como un proceso el cual es efectuado por una junta directiva de la institución, el mismo que es diseñado para proporcionar seguridad razonable relacionada con el logro de objetivos	Procedimientos de control	Sistema de control interno	¿Usted considera que la empresa debe implementar un sistema de control interno?	Encuesta a todo el personal  (VER ANEXO 3)
		Procedimientos	¿El área de ventas cuenta con procedimientos de control?	
		Evaluacion	¿Cree usted que los procedimientos de control ayudan a tomar medidas en el momento oportuno?	
	Políticas de control	Funciones	¿Las responsabilidades del área de compras y ventas se encuentran establecidas y emitidas por escrito?	
		Políticas	¿La empresa cuenta con políticas establecidas para el área de compras y ventas?	

**Fuente:** Empresa Comercio Total  
**Elaborado por:** Sandra Pinzon (2016)

### 3.5.2. Operacionalización de la variable dependiente

**Tabla 4: Operacionalización de la variable dependiente**

VARIABLE INDEPENDIENTE: <b>Rentabilidad</b>				
CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE INFORMACION
La <b>rentabilidad</b> hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recurso o dinero invertido. la rentabilidad es generada por los activos y el patrimonio de una empresa o persona	Indicadores	Indicadores de eficiencia	¿Considera usted que los recursos de la empresa son utilizados adecuadamente?	Encuesta a todo el personal  (VER ANEXO 3)
		Indicadores de rentabilidad	¿La empresa cuenta con un método específico para la evaluación de la rentabilidad?	
		Informes de analisis	¿Se examina la rentabilidad de la empresa periódicamente?	
	Análisis de estados financieros	Procedimientos de control	¿Cree usted que la rentabilidad de la empresa podrá incrementarse al aplicar los procedimientos de control en el área de ventas	
		Toma de decisiones	¿Los Estados financieros son analizados previamente para tomar decisiones?	

Fuente: Empresa Comercio Total  
Elaborado por: Sandra Pinzon (2016)

## 3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

### 3.6.1. Plan para la recolección de información

Metodológicamente para **HERRERA E. y otros (2002: 174-178 y 183-185)**, la construcción de la información se opera en dos fases: plan para la recolección de información y plan para el procesamiento de información.

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

- **Definición de los sujetos: personas u objetos a ser investigados.** Las personas a ser investigadas son los administradores y el departamento de contabilidad y la planta de producción.
- **Selección de las técnicas a emplear en el proceso de recolección de información.** Teniendo en cuenta las matrices de Operacionalización de las variables y las técnicas a ser utilizadas son la encuesta.
- **Instrumentos seleccionados o diseñados de acuerdo con la técnica escogida para la investigación.** Teniendo en cuenta la Operacionalización de las variables y las técnicas a ser utilizadas los cuestionarios a ser diseñados son cuestionario 1 (Ver Anexo 3).

El cuestionario es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación.

El fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información que se precisa además es el documento básico para obtener la información en la gran mayoría de las investigaciones y estudios de mercado.

- **Explicación de procedimientos para la recolección de información, como se va a aplicar los instrumentos, condiciones de tiempo y espacio, etc.**

**Tabla 5: Procedimiento de recolección de información**

TÉCNICAS	PROCEDIMIENTO
<b>Encuesta</b>	<b>Como:</b> Mediante un cuestionario
	<b>Dónde:</b> En la empresa Comercio Total.
	<b>Cuando:</b> Julio 2016

**Fuente:** Empresa "Comercio Total Sociedad de Hecho"

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

### 3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

#### 3.7.1. Plan de procesamiento de información

- **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:** manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

**Tabla 6: Título con idea principal de la pregunta**

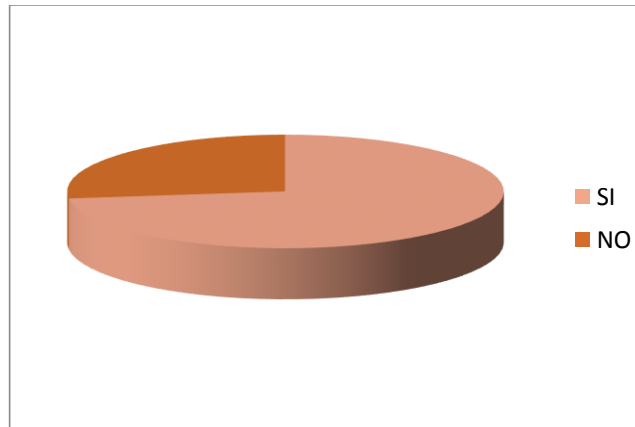
OPCIONES	CANTIDAD	FRECUENCIA, %
Si		
No		
<b>Total</b>		

**Fuente:** Empresa “Comercio Total Sociedad de Hecho”

**Elaborado:** Sandra Pinzón (2016)

- **Representaciones gráficas.**

**Gráfico 4: Representación**



**Fuente:** Empresa Comercio Total Sociedad de Hecho

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

La presente investigación para la interpretación de resultados se utilizara gráfico circular. Los gráficos circulares denominados también gráficos de pastel o gráficas del 100%, se utilizan para mostrar porcentajes y proporciones. El número de elementos comparados dentro de un gráfico circular, pueden ser más de 5, ordenando los segmentos de mayor a menor, iniciando con el más amplio a partir de las 12 como en un reloj.

### **3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados**

- **Análisis de los resultados estadísticos.** Destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- **Interpretación de los resultados.** De acuerdo a las respuestas obtenidas en los cuestionarios.



- **Comprobación de hipótesis.**

Para la comprobación de la hipótesis se utilizara la Distribución t de Student según **WALPOLE, ROLAND; MYERS, RAYMOND Y YE, KEYING (2002: Internet)**, la distribución t (de Student) es una distribución de probabilidad que surge del problema de estimar la media de una población normalmente distribuida cuando el tamaño de la muestra es pequeño.

Aparece de manera natural al realizar la prueba t de Student para la determinación de las diferencias entre dos medias muestrales y para la construcción del intervalo de confianza para la diferencia entre las medias de dos poblaciones cuando se desconoce la desviación típica de una población y ésta debe ser estimada a partir de los datos de una muestra.

La distribución t de Student es la distribución de probabilidad del cociente

$$\frac{Z}{\sqrt{V/\nu}}$$

Dónde:

- Z= tiene una distribución normal de media nula y varianza 1
- V= tiene una distribución chi-cuadrado con v grados de libertad
- Z y V son independientes

Si  $\mu$  es una constante no nula, el cociente  $\frac{Z + \mu}{\sqrt{V/\nu}}$  es una variable aleatoria que sigue la distribución t de Student no central con parámetro de no-centralidad  $\mu$ .

Aparición y especificaciones de la distribución t de Student

Supongamos que  $X_1, \dots, X_n$  son variables aleatorias independientes distribuidas normalmente, con media  $\mu$  y varianza  $\sigma^2$ . Sea

$$\bar{X}_n = (X_1 + \cdots + X_n)/n$$

La media muestral. Entonces

$$Z = \frac{\bar{X}_n - \mu}{\sigma/\sqrt{n}}$$

Sigue una distribución normal de media 0 y varianza 1.

Sin embargo, dado que la desviación estándar no siempre es conocida de antemano, Gosset estudió un cociente relacionado,

$$T = \frac{\bar{X}_n - \mu}{S_n/\sqrt{n}},$$

Dónde:

$$S^2(x) = \frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2$$

Es la varianza muestral y demostró que la función de densidad de T es

$$f(t) = \frac{\Gamma((\nu+1)/2)}{\sqrt{\nu\pi} \Gamma(\nu/2)} (1 + t^2/\nu)^{-(\nu+1)/2}$$

Donde  $\nu = n - 1$ .

La distribución de T se llama ahora la distribución-t de Student.

El parámetro  $\nu$  representa el número de grados de libertad. La distribución depende de  $\nu$ , pero no de  $\mu$  o  $\sigma$ , lo cual es muy importante en la práctica.

## **Intervalos de confianza derivados de la distribución t de Student.**

El procedimiento para el cálculo del intervalo de confianza basado en la t de Student consiste en estimar la desviación típica de los datos S y calcular el error estándar de la media  $= S / (\text{raíz cuadrada de } n)$ , siendo entonces el intervalo de confianza para la media  $= \bar{x} \pm t(\alpha/2) \text{ multiplicado por } (S / (\text{raíz cuadrada de } n))$ .

Es este resultado el que se utiliza en el T de Student: puesto que la diferencia de las medias de muestras de dos distribuciones normales se distribuye también normalmente, la distribución t puede usarse para examinar si esa diferencia puede razonablemente suponerse igual a cero.

Para efectos prácticos el valor esperado y la varianza son:

$$E(t(n))= 0 \text{ y } \text{Var} (t(n-1)) = n/(n-2) \text{ para } n > 3$$

Pasos:

- Ordenar los datos en función de los momentos antes y después, y obtener las diferencias entre ambos.
- Calcular la media aritmética de las diferencias.
- Calcular la desviación estándar de las diferencias (sd).
- Calcular el valor de t por medio de la ecuación.
- Calcular los grados de libertad (gl)  $gl = N - 1$ .
- Comparar el valor de t calculado con respecto a grados de libertad en la tabla respectiva, a fin de obtener la probabilidad.

Decidir si se acepta o rechaza la hipótesis.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

#### **4.1. PRINCIPALES RESULTADOS OBTENIDOS DEL DIAGNÓSTICO**

Para el desarrollo del presente capítulo se presentara los resultados obtenidos de la encuesta aplicada al personal de la Empresa Comercio Total, con dichos resultados obtenidos se verificara la hipótesis además *se* podrá conocer si la empresa necesita de la implementación de procedimientos de control interno específicamente en el área de compras y ventas, que ayuden a tomar medidas disciplinarias en el momento apropiado.

El instrumento de recolección de información se ha realizado a todo el personal de la empresa, respondiendo con la debida responsabilidad que los caracteriza a cada uno de ellos, porque ciertamente están debidamente comprometidos con la superación de la empresa, ya que el beneficio económico es mutuo.

Para el desarrollo de este capítulo se realizará tablas y gráficos en acorde a la información de las encuestas realizadas.

De las respuestas emitidas por el personal depende la debida comprobación de la hipótesis anteriormente planteada y la solución al problema en estudio, con el único propósito de lograr la estabilidad económica de la empresa, buscando así mejoras a las falencias encontradas en el área de compras y ventas durante el proceso de investigación.

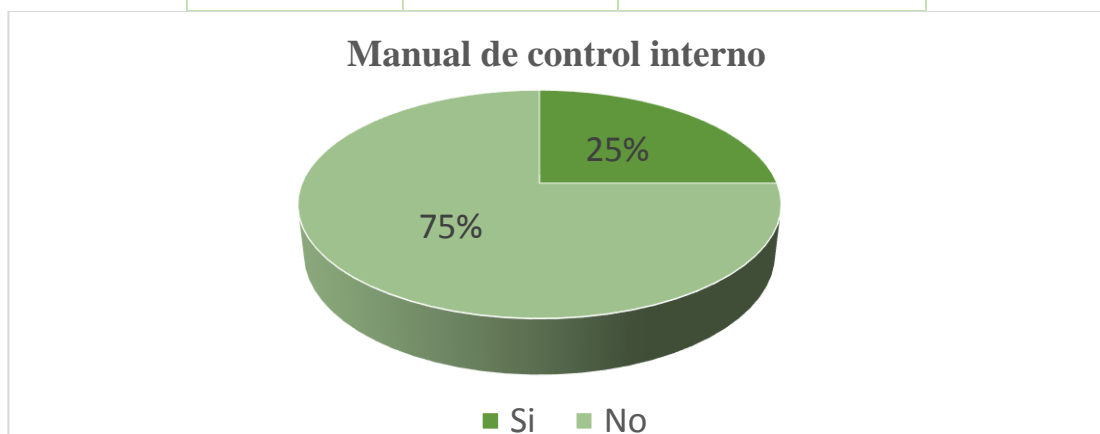
## **INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Según **MANTILLA F (2006:4)** los resultados de la investigación se comunican a través de un informe escrito y una representación oral. Es imperativo que los hallazgos de la investigación se presente en un formato simple, y dirigidos a las necesidades de la información de la situación de decisiones. Sin importar la destreza con la cual se llevaron a cabo los pasos

**Pregunta 1:** ¿Usted considera que la empresa debe implementar un manual de control interno?

**Tabla 7: Manual de control interno**

OPCIONES	CANTIDAD	FRECUENCIA, %
Si	2	25%
No	6	75%
<b>Total</b>	8	100%



**Gráfico 5:** Sistema de control interno

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

### **Análisis**

De las 8 personas encuestadas, el 75% respondieron que la empresa NO necesita implementar un manual de control interno empresa, mientras que el 25% contestaron que la empresa si necesita implementar un manual.

### **Interpretación**

Se puede observar en el gráfico que el personal de la empresa señala en su totalidad respuestas positivas a la interrogante planteada, lo cual indica que se implementarán procedimientos de control en las áreas de compras y de ventas.

**Pregunta 2: ¿El área de ventas cuenta con procedimientos de control?**

**Tabla 8: Procedimientos de control**

OPCIONES	CANTIDAD	FRECUENCIA, %
<b>Si</b>	3	37%
<b>No</b>	5	63%
<b>Total</b>	8	100%



**Gráfico 6:** Procedimientos de control

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

### **Análisis**

De las 8 personas encuestadas, el 63% respondieron que NO existen procedimientos de control para el área de ventas, mientras que el 37% contestaron que SI existen procedimientos de control.

### **Interpretación**

Al momento la empresa no cuenta con procedimientos de control, por ende es una razón clave, por la que el departamento de compras y ventas no desempeñe correctamente sus funciones lo cual provoca que organización no cumpla con sus objetivos.

**Pregunta 3:** ¿Cree usted que los procedimientos de control ayudan a tomar medidas en el momento oportuno?

**Tabla 9: Procedimientos de control - Toma de decisiones**

OPCIONES	CANTIDAD	FRECUENCIA, %
<b>Si</b>	6	75%
<b>No</b>	2	25%
<b>Total</b>	8	100%



**Gráfico 7:** Procedimientos de control

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

### **Análisis**

De los 8 encuestados, el 75% contestaron que los procedimientos de control SI ayudan a tomar medidas a tiempo, mientras tanto que un 25% establecen que los procedimientos de control NO ayudan a tomar medidas a tiempo.

### **Interpretación**

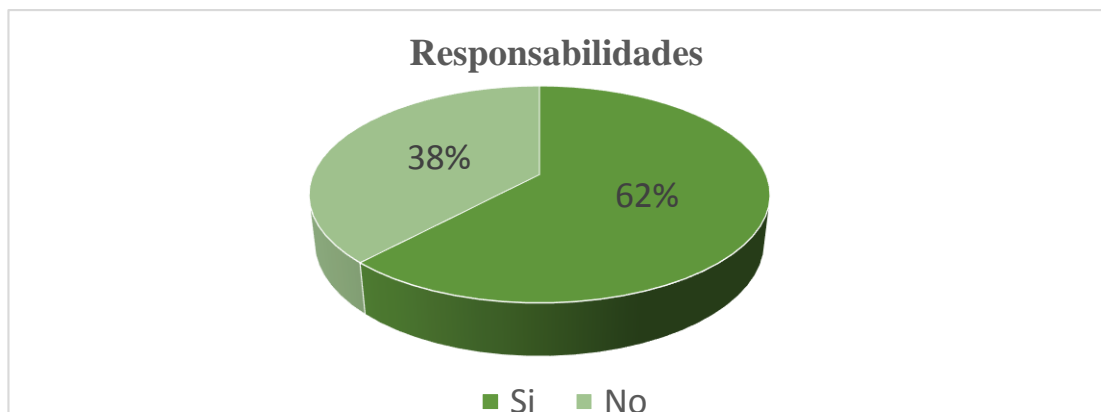
Los procedimientos de control aplicados al área de compras y ventas serán muy útiles ya que facilitarán la toma de medidas correctivas en el momento oportuno, para evitar desviaciones de las funciones que se desempeñan dentro de estas áreas.



**Pregunta 4:** ¿Las responsabilidades del área de compras y ventas se encuentran establecidas y emitidas por escrito?

**Tabla 10: Responsabilidades**

OPCIONES	CANTIDAD	FRECUENCIA, %
<b>Si</b>	5	62%
<b>No</b>	3	38%
<b>Total</b>	8	100%



**Gráfico 8:** Responsabilidades

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

### **Análisis**

De las 8 personas encuestadas, el 62% contestaron que las responsabilidades en el área de compras y ventas SI están establecidas y emitidas por escrito, mientras que un 38% contestaron que NO existen las responsabilidades emitidas por escrito.

### **Interpretación**

Las responsabilidades del área de compras y ventas deben estar establecidas delimitadas por escrito, para guía del personal al momento de desempeñar sus actividades

**Pregunta 5:** ¿La empresa cuenta con políticas establecidas para el área de compras y ventas?

**Tabla 11: Políticas área compras y ventas**

OPCIONES	CANTIDAD	FRECUENCIA, %
<b>Si</b>	1	12%
<b>No</b>	7	88%
<b>Total</b>	8	100%



**Gráfico 9:** Políticas área compras y ventas

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

### **Análisis**

De las 8 personas encuestadas, el 88% contestaron que NO hay políticas establecidas en el área de compras y ventas, mientras el 12% respondieron que SI existen políticas establecidas en el área de compras y ventas

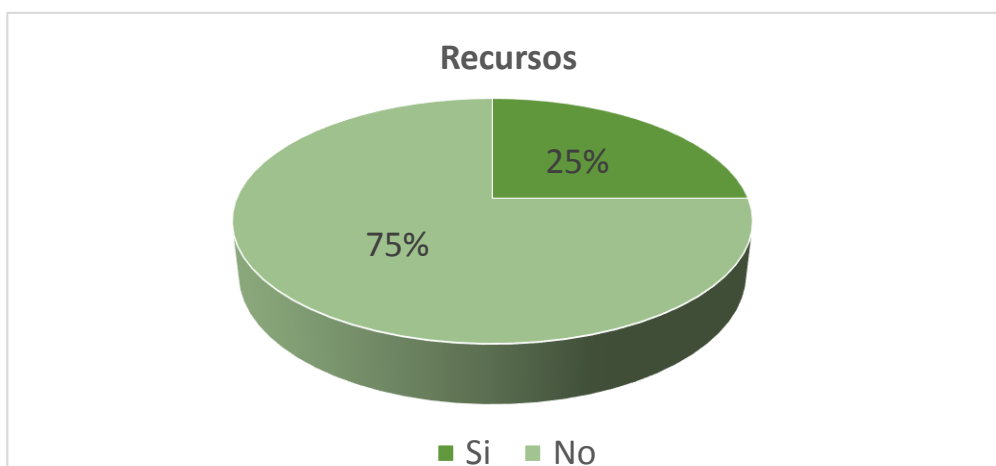
### **Interpretación**

Las políticas en el área de compras y ventas encaminarían a la empresa a alcanzar los objetivos y a desempeñar un buen trabajo por parte del personal.

**Pregunta 6:** ¿Considera usted que los recursos de la empresa son utilizados adecuadamente?

**Tabla 12: Recursos**

OPCIONES	CANTIDAD	FRECUENCIA, %
<b>Si</b>	2	25%
<b>No</b>	6	75%
<b>Total</b>	8	100%



**Gráfico 10:** Recursos

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

### **Análisis**

De las 8 personas encuestadas, el 75% contestaron que los recursos de la empresa NO son utilizados correctamente, mientras que un 25% contestaron que los recursos de la empresa SI son utilizados correctamente.

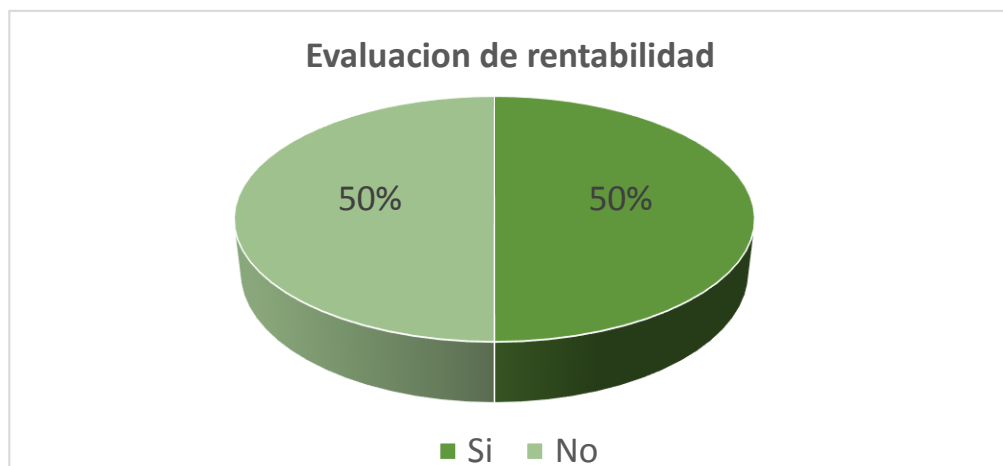
### **Interpretación**

Se puede observar que en los resultados arrojados por las encuestas ,el personal indica que existe desperdicio de recursos en la empresa.

**Pregunta 7:** ¿La empresa cuenta con un método específico para la evaluación de la rentabilidad?

**Tabla 13: Evaluación de rentabilidad**

OPCIONES	CANTIDAD	FRECUENCIA, %
<b>Si</b>	4	50%
<b>No</b>	4	50%
<b>Total</b>	8	100%



**Gráfico 11:** Evaluación de rentabilidad

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

### **Análisis**

De las 8 personas encuestadas, el 50% contestaron que la empresa SI cuenta con un método específico para la evaluación de la rentabilidad, mientras que el otro 50% contestó que la empresa NO cuenta con un método de evaluación.

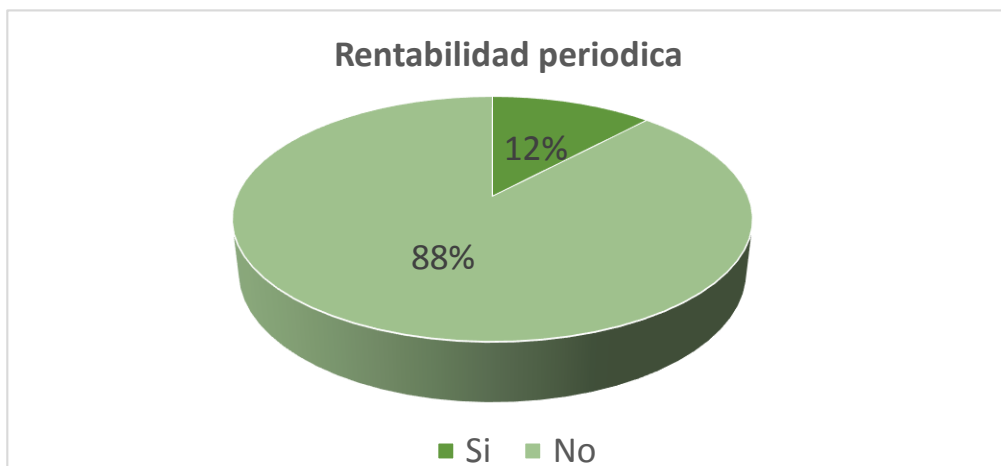
### **Interpretación**

Al contar con un método específico de evaluación de rentabilidad se contribuiría a que el comercial cuente con información clara y coherente de la actividad económica.

**Pregunta 8:** ¿Se examina la rentabilidad periódica de la empresa?

**Tabla 14: Rentabilidad periódica**

OPCIONES	CANTIDAD	FRECUENCIA, %
<b>Si</b>	1	12%
<b>No</b>	7	88%
<b>Total</b>	8	100%



**Gráfico 12:** Rentabilidad periódicamente

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

### **Análisis**

De las 8 personas encuestadas, el 88% contestaron que dentro de la empresa NO se examina la rentabilidad periódicamente mientras, que el 12% dijeron que la empresa SI examina la rentabilidad periódicamente.

### **Interpretación**

La examinación de la rentabilidad se debería hacer periódicamente para conocer exactamente la utilidad del negocio.

**Pregunta 9:** ¿Los Estados financieros son analizados previamente para tomar decisiones?

**Tabla 15: Estados Financieros**

OPCIONES	CANTIDAD	FRECUENCIA, %
<b>Si</b>	1	12%
<b>No</b>	7	88%
<b>Total</b>	8	100%



**Gráfico 13:** Estados Financieros

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

### **Análisis**

De las 8 personas encuestadas, el 88% contestaron, que los Estados financieros NO son analizados para la toma de decisiones, mientras que el 12% contestaron que los Estados Financieros SI son analizados previamente para tomar decisiones.

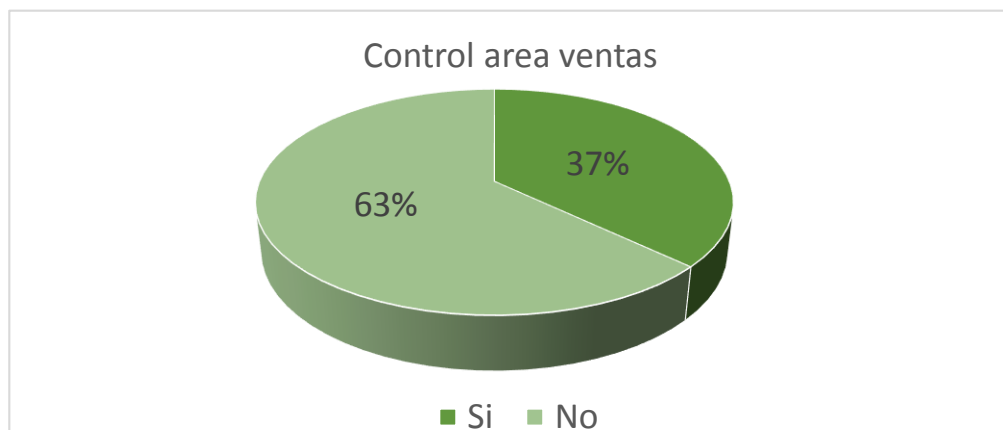
### **Interpretación**

Mediante el análisis de los estados financieros se logrará una correcta toma de decisiones, y así llevar a cabo el crecimiento de la empresa y el cumplimiento de sus objetivos.

**Pregunta 10:** ¿Cree usted que la rentabilidad de la empresa podrá incrementarse al aplicar los procedimientos de control en el área de ventas?

**Tabla 16: Control área ventas**

OPCIONES	CANTIDAD	FRECUENCIA, %
<b>Si</b>	3	37%
<b>No</b>	5	63%
<b>Total</b>	8	100%



**Gráfico 14:** Control área ventas

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

### **Análisis**

De las 8 personas encuestadas, el 63% contestaron que los procedimientos de control en el área de ventas NO permitirá que aumente la rentabilidad de la empresa, mientras que el 37% contestaron que los procedimientos de control en el área de ventas SI permitirá que aumente su rentabilidad.

### **Interpretación**

La implementación de procedimientos de control en las áreas de compra y venta, direccionará a la empresa a incrementar su rentabilidad.

## VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

### Prueba de hipótesis

Según **Demodar N. Gujarati** (2010: 831), la estimación y la prueba de hipótesis constituye ramas gemelas de la inferencia estadística clásica. Una vez examinado el problema de la estimación, consideremos brevemente el problema de pruebas de hipótesis estadísticas.

Prueba de t student

### METODO LOGICO

$H^0$ : El control interno es lo que no produce la rentabilidad en la Empresa Comercio Total Sociedad de Hecho.

$H_1$  : El control interno es lo que produce la rentabilidad en la Empresa Comercio Total Sociedad de Hecho.

### MODELO ESTADISTICO

**Formula:**

$$Z = \frac{\bar{X}}{\frac{\sigma}{\sqrt{n}}}$$



**De donde:**

$\bar{X}$  = Media – 5% grados de error

$\sigma$  = Desviación estándar

n = Población

## **ESTADISTICO DE PRUEBA**

Según **Demodar n. Gujarati** (2007: 86), la distribución t, también conocida como distribución t de Student, que estrechamente relaciona con la distribución normal, en la práctica independiente de la cual sea la probabilidad subyacente, la media muestra de una muestra con el tamaño de, al menos 30 observaciones será aproximadamente normal.

Para la presente investigación de un universo de 8 personas se realizará la distribución t de Student.

### **Desarrollo de la prueba**

#### **Determinar la hipótesis**

Seleccionamos dos preguntas que tienen relación directa con nuestras dos variables tanto dependiente como independiente.

Para determinar la media aritmética sumamos los valores de la p1 y p2 las respuestas con NO y dividimos para 2.

**Tabla 17: Datos para determinar la hipótesis**

	SI	NO
<b>Pregunta 1</b>	2	6
<b>Pregunta 10</b>	3	5
	Media	5,50
	Desviacion (estandar)	0,707106781

**Fuente:** Empresa “Comercio Total”

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

**Grados de libertad = n – 1**

**Tabla 18: Grados de libertad**

Grados de libertad	8	1
Grados de libertad	7	

**Fuente:** Empresa “Comercio Total Sociedad de Hecho”

**Elaborado por:** Sandra Pinzón

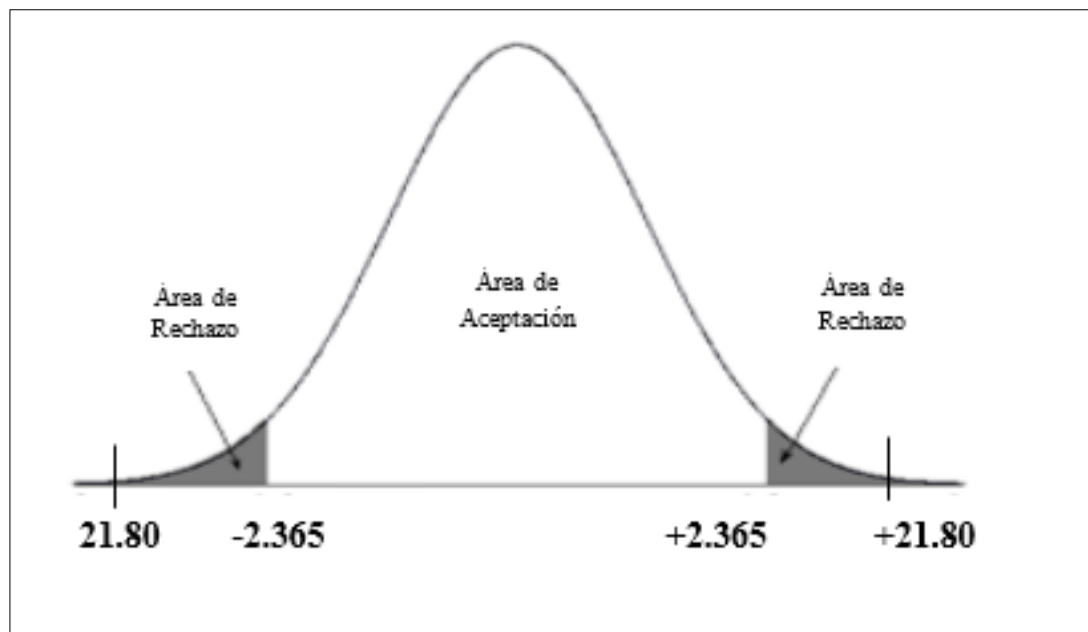
X MEDIA  
O DESVIACION  
U 5% GRADO DE ERROR  
N POBLACION  
Z= 21,80

Dos Colas	
Error	0.05
T Calculada	21.80
Grados de Libertad	7
T teórico	2.365

**Fuente:** Empresa “Comercio Total Sociedad de Hecho”

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

**Gráfico 15: Regiones de aceptación y rechazo en el contraste hipótesis**



### **Interpretación:**

Como cae en el área de rechazo; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa el hallazgo es estadísticamente significativo.

$H_0$  : El control interno es lo que no provoca la rentabilidad en la Empresa Comercio Total Sociedad de Hecho.

$H_1$  : El control interno es lo que provoca la rentabilidad en la Empresa Comercio Total Sociedad de Hecho.

### **LIMITACIONES DEL ESTUDIO**

En el presente proyecto de investigación no se encontró mayores limitaciones, se logró contar con la colaboración de todos los que pertenecen a la empresa.

### **CONCLUSIONES**

- La ausencia de ciertas políticas y procedimientos de control con respecto al área de compras y ventas, no permite el adecuado desempeño de las funciones que deben cumplir, por la razón de que no existen responsabilidades las mismas que necesitan estar definidas por escrito.
- La empresa no realiza un análisis profundo de la rentabilidad mediante la utilización de los indicadores financieros adecuados lo que conllevaría a tomar decisiones oportunas para mejorar la situación de la empresa.

- En conclusión la implementación de procedimientos de control interno en las áreas de compras y ventas, permitirá a la empresa mejorar y obtener índices aceptables de rentabilidad

## **RECOMENDACIONES**

- Proponer por escrito las debidas responsabilidades para cada empleado correspondiente al área de compras y ventas, aplicando procedimientos de control para tomar medidas correctivas en el momento oportuno.
- Se recomienda analizar periódicamente la rentabilidad de la empresa a través de la utilización de los indicadores de rentabilidad que le permita obtener resultados efectivos y tomar decisiones financieras con la finalidad de aumentar la rentabilidad
- Diseñar políticas y procedimientos de control para el área de compras y ventas con el fin de obtener altos estándares de rentabilidad

## CAPÍTULO V

### 5. PROPUESTA DE SOLUCIÓN

#### 5.1 METODOLOGÍA DE LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN

##### TITULO

- Diseñar procedimientos de control interno en el área de compras y ventas de la Empresa “Comercio Total Sociedad de Hecho”

##### 5.1.1. Justificación

El motivo de la presente propuesta se da puesto que la empresa se ha visto afectada por la falta de un adecuado Control Interno en las áreas de compras y ventas, debido a que las operaciones y funciones lo realizan empíricamente, es por esta razón que al diseñar procedimientos de control interno adecuados ayudará a mejorar los ingresos económicos, pero sobre todo a direccionarse en el logro de los objetivos.

El control interno es una herramienta clave en el proceso de la empresa, debido a que por medio de éste se pueden verificar que las actividades planificadas estén siendo realizadas y cumplidas a cabalidad, con la finalidad de fortalecer la eficiencia y eficacia de las operaciones en cada una de las áreas, permitiendo de esta manera minimizar el riesgo, mediante la detección de errores oportunamente.

De tal manera que al diseñar procedimientos de control interno eficaces y eficientes se pueden evaluar que los objetivos y metas trazadas sean cumplidos, buscando de esta manera que las operaciones establecidas en el proceso de planificación sean efectivamente desempeñadas en todos los aspectos, con el propósito de obtener altos estándares de rentabilidad.

### **5.1.2. Objetivo general**

- Diseñar procedimientos para el área de compras y ventas con el fin de mejorar la rentabilidad de la Empresa “Comercio Total Sociedad de Hecho”

### **5.1.3. Objetivos específicos**

- Evaluar el control interno en las áreas de compras y ventas para identificar posibles riesgos.
- Diseñar políticas y procedimientos de control interno para el áreas de compras y ventas, con el fin de mejorar el cumplimiento de metas y objetivos
- Proponer indicadores de rentabilidad aplicables a la empresa con el fin de tomar decisiones adecuadas.

### **5.1.4. Análisis de factibilidad**

#### **5.1.4.1 Factibilidad Organizacional**

Es factible la realización de esta propuesta, puesto que desde gerencia y el personal interactúan entre sí para la aplicación de las políticas y procedimientos que ayuden a la empresa a manejar el diseño de control interno, acorde a sus necesidades y de esta manera pueda ser aplicable en cualquier momento.

#### **5.1.4.2 Factibilidad Económica**

La entidad cuenta con los recursos económicos necesarios para su aplicación, de tal forma que no existirá dificultad, debido a que necesita de un Diseño de Control Interno que le ayude a solucionar los problemas en el menor tiempo posible, con la finalidad de minimizar el riesgo en cada una de las áreas de trabajo y de esta manera precautelar el bienestar de la empresa.

#### **5.1.4.3 Factibilidad Social**

La empresa si no aplica el Diseño de Procedimientos de Control Interno para las áreas de compras y ventas podría obtener pérdidas significativas, debido que las áreas más vulnerables no están siendo controladas, lo que provocaría cierre definitivo de la empresa, es por esta razón que es necesario que internamente exista el manejo de información y comunicación oportuna y fiable, con la finalidad de ayudar en la toma de decisiones y por ende salvaguardar los recursos económicos, materiales y humanos.

#### **5.1.5. Fundamentación científico- técnica**

##### **Control Interno**

##### **Según el escrito de Paz L. (2011, P 125)**

El sistema de control interno son políticas y procedimientos apropiadas que generala administración de una empresa para colaborar a conseguir uno de los objetivos de cada empresa de afirmar, tanto como sea posible, como la persona encargada de llevar acabo todo sobre su negocio, incluyendo todo tipo de políticas de administración, la protección de activos, como también podemos evitar un fraude y error, la precisión de la mayoría de registros contables , y una oportuna preparación de información contable.



Según mi criterio un sistema de control interno son parámetros que debe de cumplir una entidad para así lograr mantenerse hablando administrativa y contablemente cumpliendo con sus objetivos planteados.

Tomando los conceptos de **Estupiñán R. (2006:25-26pp.)**, en su obra “Control Interno y Fraudes con base en los ciclos transaccionales”, define al control interno como un proceso, ejecutado por la junta directiva o consejo de administración de una entidad, por su grupo directivo (gerencial) y por el resto del personal, diseñado específicamente para proporcionarles seguridad razonable de conseguir en la empresa las tres siguientes categorías de objetivos:

- Efectividad y eficiencia de las operaciones
- Suficiencia y confiabilidad de la información financiera
- Cumplimiento de las leyes y regulaciones

Esta definición enfatiza ciertos conceptos o características fundamentales sobre el control interno, como son:

- Es un proceso que hace parte de los demás sistemas y proceso de la empresa incorporando en la función de administración y dirección, no adyacente a éstos.
- Orientado a objetivos es un medio, no un fin en sí mismo.
- Es concebido y ejecutado por personas de todos los niveles de la organización a través de sus acciones y palabras.
- Proporciona una seguridad razonable, más que absoluta, de que lograrán los objetivos definidos.

## **OBJETIVOS DEL CONTROL INTERNO**

- Eficiencia y eficacia de las operaciones
- Confiabilidad de la información financiera
- Cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables
- Salvaguarda de activos

Según **Matilla S. (2009:68p.)**; en su obra “**Auditoria del Control Interno**”

Menciona que el control interno se define como un proceso realizado por la junta de directores, los administradores y otro personal de la entidad, diseñado para proporcionar seguridad razonable mirando el logro de los objetivos en las siguientes categorías:

### **Eficiencia y eficacia de las operaciones**

Se orienta a los objetivos básicos de negocios de una entidad, incluyendo los objetivos de desempeño y rentabilidad y la salvaguarda de recursos.

### **Confiabilidad de la información financiera**

Se relaciona con la preparación de estados financieros públicos, confiables, incluyendo estados financieros intermedios y datos financieros seleccionados derivados de tales estados, tales como ganancias realizadas, informadas públicamente.

### **Cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables**

Se refiere al cumplimiento de aquellas leyes y regulaciones a las que está sujeta la entidad.

## **Salvuarda de activos**

Se refiere a los activos que no son propiedad del ente (si son propiedad del ente, esté los incluye en los estados financieros) pero por los cuales al ente tiene que responder y destinar recursos propios para su protección. Esta categoría aplica exclusivamente a las entidades que tienen tal condición.

## **COMPONENTES DEL CONTROL INTERNO, COSO I**

Tomando en cuenta los criterios de **Estupiñán, R. (2006:26-40pp)**, en su obra **“Control Interno y Fraudes con base en los ciclos transaccionales”**, menciona:

**El control interno consta de cinco componentes interrelacionados, que se derivan de la forma como la administración maneja el ente y están integrados a los procesos administrativos, los cuales se clasifican como:**

### **a) Ambiente de control**

Consiste en el establecimiento de un entorno que estimule e inflencie la actividad del personal con respecto al control de sus actividades.

Es en esencia el principal elemento sobre el que se sustenta o actúan los otros cuatro componentes e indispensable, a su vez, para la realización de los propios objetivos de control.

El ambiente de control o control circundante es la base de los demás componentes del control a proveer disciplina y estructura para el control e incidir en la manera como:

- Se estructuran las actividades del negocio
- Se asigna autoridad y responsabilidad
- Se organiza y desarrolla la gente
- Se comparten y comunican los valores y creencias
- El personal toma conciencia de la importancia del control

## **Factores de Ambiente de Control**

- La integridad y valores éticos;
- El compromiso a ser competente
- Las actividades de la junta directiva y el comité de auditoría
- La mentalidad y estilo de operación de la gerencia
- La estructura de la organización
- La asignación de autoridad y responsabilidades
- Las políticas y prácticas de recursos humanos

### **b) Evaluación de riesgos**

Es la identificación y análisis de riesgos relevantes para el logro de los objetivos y base para determinar la forma en que tales riesgos deben ser mejorados. Así mismo, refiere a los mecanismos necesarios para identificar y manejar riesgos específicos asociados con los cambios, tanto los que influyen en el entorno de la organización como en el interior de la misma.

En toda entidad, es indispensable el establecimiento de objetivos tanto globales de la organización como de actividades relevantes, obteniendo con ello una base sobre la cual sean identificados y analizados los factores de riesgo que amenazan su oportuno cumplimiento.

La evolución de riesgos debe ser una responsabilidad ineludible para todos los niveles que están involucrados en el logro de los objetivos. Esta actividad de autoevaluación debe ser revisada por los auditores internos para asegurar que tanto el objetivo, enfoque, alcance y procedimiento han sido apropiadamente llevados a cabo.

Toda entidad enfrenta una variedad de riesgos provenientes tanto de fuentes externas como internas que deben ser evaluados por la gerencia. La gerencia establece objetivos generales y específicos e identifica y analiza los riesgos de que dichos objetivos no se

logren o afecten su capacidad para:

- Salvaguardar sus bienes y recursos
- Mantener ventaja ante la competencia
- Constituir y conservar su imagen

**c) Actividades de control**

Son aquellas que realizan la gerencia y demás personal de la organización para cumplir diariamente con las actividades asignadas. Estas actividades están expresadas en las políticas, sistemas y procedimientos.

Ejemplos de estas actividades son la aprobación, la autorización, la verificación, la conciliación, la inspección, la revisión de indicadores de rendimiento, la salvaguarda de los recursos, la segregación de funciones. La supervisión y entrenamiento adecuados.

Las actividades de control tienen distintas características. Pueden ser manuales o computarizadas, administrativas u operacionales, generales o específicas, preventivas o detectivas.

Sin embargo, lo trascendente es que sin importar su categoría o tipo, todas ellas están apuntando hacia los riesgos (reales o potenciales) en beneficio de la organización, su misión y objetivos, así como la protección de los recursos propios o de terceros en su poder.

Las actividades de control son importantes no sólo porque en sí mismas implican la forma correcta de hacer las cosas, sino debido a que son el medio idóneo de asegurar en mayor grado el logro de los objetivos.

**d) Información y comunicación**

Para poder controlar una entidad y tomar decisiones correctas respecto a la obtención, uso y aplicación de los recursos, es necesario disponer de información adecuada y oportuna. Los estados financieros constituyen una parte importante de esta información y su contribución es incuestionable.

Está constituido por los métodos y registros establecidos para registrar, procesar,

resumir e informar sobre las operaciones de una entidad. La calidad de la información que brinda el sistema afecta la capacidad de la gerencia para adoptar decisiones adecuadas que permitan controlar las actividades de la entidad y elaborar informes financieros confiables. Estos elementos claves ayudan a la gerencia a cumplir con sus responsabilidades.

La gerencia debe establecer un proceso oportuno y eficaz para la transmisión de comunicaciones.

Los elementos que conforman el sistema de información contable son:

- Identificación de información suficiente.
- Información suficiente y relevante debe ser identificada y comunicada en forma oportuna para permitir al personal ejecutar sus responsabilidades asignadas.
- Re - evaluación de los sistemas de información. Las necesidades de información y los sistemas de información deben ser reevaluados cuando existan cambios en los objetivos o cuando se producen deficiencias significativas en los procesos de formulación de información.

#### **e) Supervisión y monitoreo**

Evaluación continua y periódica que hace la gerencia de la eficacia del diseño y operación de la estructura del control interno para determinar si está funcionando de acuerdo a lo planeado y que se modifica cuando es necesario.

El monitoreo ocurre en el curso normal de las operaciones, e incluye actividades de supervisión y dirección o administración permanente y otras actividades que son tomadas para llevar a cabo las obligaciones de cada empleado y obtener el mejor sistema de control interno.

Para un adecuado monitoreo (continuo) se debe tener en cuenta las siguientes reglas:

El personal debe obtener evidencia de que el control interno está funcionando adecuadamente.

- Si las comunicaciones externas corroboran la información generada internamente.
- Se deben efectuar comparaciones periódicas de las cantidades registradas en el sistema de información contable con el físico de los activos.
- Revisar si se han implementado controles recomendados por los auditores internos y externos; o por el contrario no se ha hecho nada o poco.
- Si los seminarios de entrenamiento, las sesiones de planeamiento u otras reuniones al personal proporcionan retroalimentación a la administración en cuanto a que si los controles operan efectivamente.
- Si el personal es cuestionado periódicamente para establecer si entiende y cumple con el código de ética las normas legales y si desempeña regularmente actividades de control.

## **5.2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN**

### **5.2.1. Desarrollo de la propuesta**

- Diseñar procedimientos para el área de compras y ventas con el fin de mejorar la rentabilidad de la Empresa “Comercio Total Sociedad de Hecho”

#### **Fase I Evaluación de control interno**

##### **Meta:**

Determinar los elementos claves del entorno interno de la Empresa

**Actividades:**

- Diagnóstico de la situación actual de la empresa
- Elaborar una estructura organizacional que le ayude a direccionarse como tal.
- Descripción del entorno general de la empresa actualmente.

**Fase II Detección de errores**

**Meta:** Identificar los eventos que dan lugar a los riesgos de control

**Actividades:**

- Aplicar instrumentos para la evaluación de los riesgos.
- Describir los procesos que lleva a cabo los departamentos de compras y ventas actualmente.

**Fase III Desarrollo y Ejecución de los procedimientos de Control Interno****Meta:**

Establecer controles internos para cumplir con las políticas y los procedimientos

**Actividades:**

- Establecer procedimientos de Control Interno mediante el método descriptivo y la utilización de flujogramas.
- Elaboración de la respectiva documentación para las áreas de compras y ventas.



## **Fase VI Resultados de la evaluación del Control Interno**

### **Meta:**

Comunicación de los resultados obtenidos a los directivos de la empresa

### **Actividad:**

- Elaborar el Informe COSO I

## **Fase V Seguimiento**

### **Meta:**

Verificar el cumplimiento de recomendaciones

### **Actividad:**

- Elaborar un plan de seguimiento de recomendaciones y designar un responsable para su revisión

## **FASE I EVALUACION DEL CONTROL INTERNO**

### **Diagnóstico de la Situación Actual de la Empresa**

#### **Información de la empresa**

La empresa Comercio Total inicia sus actividades en el año 2008 ya cumpliendo en el mercado ocho años de prestar su servicio de venta al por mayor y menor de productos de consumo masivo ofreciendo al mercado los productos de primera necesidad tales como arroz, azúcar, aceite, entre otros.

Además la empresa enfocada a comercializar y distribución de sus productos tanto a mayoristas como a minoristas, ofreciendo a sus clientes variedad de marcas de productos con la calidad requerida en el mercado

Se encuentra ubicada en la Provincia del Tungurahua, Cantón Ambato, Parroquia PISHILATA Ciudadela: JARDIN COLONIAL, Calle; MONTUFAR, Numero: S/N Intersección: BATALLA DE TARQUI, referencia ubicación: ATRÁS DEL ESTADIO NEPTALI BARONA.

#### **MISIÓN**

Ofrecer a nuestros clientes productos de calidad en lo referente a productos de consumo masivo, sin duda alguna cumplir con la demanda de productos sea con empresas o con minoristas , a fin de cumplir con el compromiso adquirido de servicio a la comunidad.

#### **VISIÓN**

Ser una empresa líder en la Provincia, y así lograr serlo en el país, siendo una empresa en constante crecimiento en el área de ventas de productos de consumo masivo,

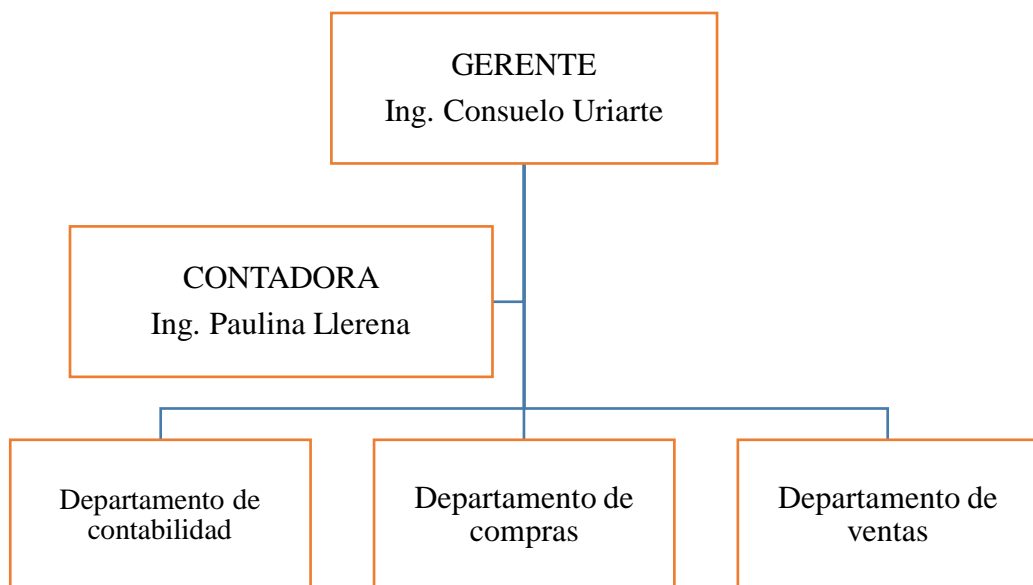
respetando y garantizado el eficiente cumplimiento de objetivos trazados en la entidad.

Dentro de la empresa su estructura organizacional cuenta con el área de gerencia, contabilidad, compras y ventas, las mismas que en conjunto contribuyen la dirección y manejo de los objetivos generales, dando como lugar una trayectoria seria y ética de arduo trabajo, a través del esfuerzo social y económico.

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

Dentro de la empresa su estructura organizacional cuenta con el área de gerencia, contabilidad, compras y ventas, las mismas que en conjunto contribuyen la dirección y manejo de los objetivos generales, dando como lugar una trayectoria seria y ética de arduo trabajo, a través del esfuerzo social y económico.

**Gráfico 16: Organigrama Estructural**



**Gráfico 16.** Organigrama Estructural

**Elaborado por** Sandra Pinzón

## **Autoridad y responsabilidad**

Cada una de las áreas debe cumplir con las siguientes funciones:

### **Gerente- Propietario**

- Ser proactivo, es decir, armonizar en todas las decisiones y todos los actos los requerimientos a largo plazo.
- Fijar objetivos; derivar metas en cada área; organizar tareas, actividades y personas; motivar-comunicar, controlar-evaluar las actividades de la empresa.
- Compartir con sus colaboradores los objetivos y prioridades de su departamento y de la organización.
- Realizar y aprobar documentación de importancia para la empresa.
- Estimular la participación de sus colaboradores en la planificación, toma de decisiones y solución de problemas.
- Preocupar por mejorar continuamente la comunicación con todos los miembros que conforman la organización.
- Enlazar logros con incentivos de una manera justa y objetiva.
- Ejercer control de todas las actividades realizadas por los empleados.

### **Departamento De Contabilidad**

- Actualización diaria de cuentas contables.
- Revisión de los cheques emitidos por la asistente de pagos
- Elaboración y presentación de Estados Financieros mensuales
- Elaboración y entrega de los roles de pagos a los empleados de la empresa.

- Planificar, organizar, dirigir, programar y controlar las actividades del departamento de contabilidad.
- Emitir estados financieros oportunos, confiables y de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados y otras disposiciones vigentes.
- Supervisar, evaluar y controlar los pagos realizados a los proveedores.
- Revisar reportes o estados financieros y demás documentos contables resultados de la gestión.
- Revisar conciliaciones bancarias y declaraciones de impuestos.
- Analizar saldos de cuentas contables de años anteriores requerido por organismos financieros de control.
- Recopilar toda la documentación y archivos que respalden la contabilidad.
- Ingresar al sistema todas las operaciones realizadas durante el día.

### **Departamento de Compras**

- Realizar la compra de la mercadería cuando sean necesarios y aprobados por gerencia.
- Realizar las compras cuando existe faltante o no se puede cumplir con algún pedido, previa aprobación del gerente.
- Solicitar cotizaciones a diferentes proveedores y entregar a la persona encargada de realizar la compra para su respectiva aprobación.
- Recibir la mercadería y verificar que se encuentre de acuerdo a las condiciones de la factura.

## **Departamento de Ventas**

- Recibir y entregar los perdidos a los clientes.
- Elaborar de reportes de ventas diarios y entregar a gerencia para su respectiva verificación.
- Archivar los documentos de las ventas
- Efectuar un seguimiento a los clientes.
- Elaboración y entrega de facturas.
- Despachar la mercadería bajo el respaldo de documentos.
- Atención telefónica a clientes, canalización de llamadas hasta resolución de problemas, de clientes internos y externos
- Informar a la gerencia la poca existencia de la mercadería.

## **Capacitación**

Actualmente la gerencia no realiza capacitaciones al recurso humano por lo que es necesario que se elabore un plan de capacitación que ayude al personal del área de compras y ventas, debido a que son las más vulnerables e importantes para la empresa, puesto que son el pilar fundamental dentro de su actividad económica.

## FASE II DETECCIONES DE ERRORES

El riesgo es la probabilidad de ocurrencia de un evento no deseado que podría ocasionar, afectar y perjudicar a la entidad o en su entorno. Tanto la autoridad y el personal de la empresa deberán ser los encargados de efectuar estrategias, técnicas y procedimientos, a través de los cuales se puedan identificar y analizar los posibles riesgos que podrían afectar la ejecución de los procesos y el logro de los objetivos dentro de las áreas de compras y ventas.

Por lo antes mencionado, al no contar con un Diseño de Procedimientos de Control Interno, obstaculizan en la optimización del Control en las áreas de compras y ventas, es por esta razón que una vez aplicados los cuestionarios de control interno, se puede observar las falencias que tiene la empresa en las distintas áreas y dentro de los componentes del control interno COSO I:

<b>CUESTIONARIOS DE CONTROL INTERNO COMPONENTE AMBIENTE DE CONTROL</b>					
N°	PREGUNTAS	PT	SI/No	CT	OBSERVACION
<b>1</b>	¿Se encuentran definidos los valores éticos para las áreas de compras y ventas?		NO	0	
<b>2</b>	¿Existe algún conflicto, inconformidad o desacuerdo entre miembros o funcionarios de la empresa?		NO	0	
<b>3</b>	¿Se cuenta con un organigrama general y particular de cada una de las áreas establecidas?		NO	0	
<b>4</b>	¿Tiene la empresa definida la descripción de puestos, delimitando sus funciones específicas, relaciones jerárquicas y restricciones?		NO	0	

<b>5</b>	¿Cuenta la empresa con un código de ética y/o conducta profesional?		<b>NO</b>	<b>0</b>	
<b>6</b>	¿El clima laboral dentro de la empresa está acorde a las necesidades de los trabajadores?		<b>SI</b>	<b>1</b>	
<b>7</b>	¿El personal recibe incentivos económicos por el trabajo realizado?		<b>NO</b>	<b>0</b>	
<b>8</b>	¿El personal cumple con las leyes y regulaciones establecidas por la empresa?		<b>SI</b>	<b>0</b>	
<b>9</b>	¿Existe una cartelera de información donde se especifique los objetivos que se desean alcanzar al término de día?		<b>NO</b>	<b>0</b>	
<b>10</b>	¿Existe en la empresa igualdad de condiciones hacia los trabajadores por parte del gerente?		<b>SI</b>	<b>1</b>	
<b>CALIFICACIÓN TOTAL= CT</b>				<b>3</b>	
<b>PONDERACIÓN TOTAL= PT</b>		<b>10</b>			
<b>NIVEL DE CONFIANZA: NC= CT/PT x 100</b>		<b>3/10x100</b>		<b>30%</b>	
<b>NIVEL DE RIESGO INHERENTE: RI= 100% - NC %</b>		<b>100% - 30%</b>		<b>70%</b>	

<b>NIVEL DE CONFIANZA</b>		
<b>BAJO</b>	<b>MODERADO</b>	<b>ALTO</b>
15% -30%- 50%	51% - 75%	76% - 95%
85%-70%-50%	49% - 25%	24% - 5%
<b>ALTO</b>	<b>MODERADO</b>	<b>BAJO</b>
<b>NIVEL DE RIESGO (100 - NC)</b>		



## ANÁLISIS

Como se puede observar el nivel de confianza es del 30% y por diferencia, el riesgo inherente global es del 70% y se califica como ALTO. Este resultado preliminar nos indica que el enfoque inicial que tiene la empresa deber ser sustituido por otro.

Además, el procedimiento evidencia que existen debilidades respecto al control interno, en la implementación de procedimientos eficaces de control y en relación a las áreas de compras y ventas.

CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO COMPONENTE EVALUACIÓN DE RIESGOS					
N°	PREGUNTAS	PT	SI/NO	CT	OBSERVACIONES
1	¿Existen condiciones generales al momento de realizar las compras de la mercadería?		SI	1	
2	¿La empresa cumple con las diferentes funciones el momento de la recepción de la mercadería?		NO	0	
3	¿Existe una persona encargada de controlar la entrada y salida de la mercadería diariamente?		NO	0	
4	¿La empresa capacita al personal en las áreas de compras y ventas para un mejor desempeño de sus funciones?		NO	0	
5	¿La empresa controla individualmente los saldos de los inventarios mediante la constatación física?		NO	0	
6	¿La empresa cumple con los pedidos en las fechas acordadas?		SI	1	

7	¿La empresa cuenta con respaldos para recuperar la cartera de las ventas a crédito?		NO	0	
8	¿Los productos que ofrece la empresa cumplen con las expectativas de los clientes?		SI	1	
9	¿La empresa brinda descuentos o bonificaciones especiales a sus clientes en base al volumen de sus compras?		NO	0	
10	¿Todos los despachos son realizados con la debida autorización del gerente?		NO	0	
<b>CALIFICACIÓN TOTAL= CT</b>				3	
<b>PONDERACIÓN TOTAL= PT</b>		10			
<b>NIVEL DE CONFIANZA: NC= CT/PT x 100</b>		3/10x100		30%	
<b>NIVEL DE RIESGO INHERENTE: RI= 100% - NC %</b>		100% - 30%		70%	

	<b>NIVEL DE CONFIANZA</b>	
<b>BAJO</b>	<b>MODERADO</b>	<b>ALTO</b>
15% - 30%-50%	51% - 75%	76% - 95%
85% - 70%-50%	49% - 25%	24% - 5%
<b>ALTO</b>	<b>MODERADO</b>	<b>BAJO</b>
<b>NIVEL DE RIESGO (100 - NC)</b>		

## ANÁLISIS

Se puede observar que el nivel de confianza es del 30% y por diferencia, el riesgo inherente global es del 70%, y se califica como ALTO. Este resultado preliminar nos indica que el enfoque inicial con respecto al manejo de la empresa, debe ser sustituida en base a procedimientos que ayuden a su correcto funcionamiento.

Además, este procedimiento indica que existe debilidad con respecto a la evaluación de riesgo en las áreas de compras y ventas. Esta observación permite obtener información como fundamento para diseñar procedimientos de control interno.

CUESTIONARIOS DE COMPONENTE ACTIVO		CONTROL INTERNO DADES DE CONTROL			
N°	PREGUNTAS	PT	SI/no	CT	OBSERVACION
1	¿Existe autorización previa de la salida de la mercadería a crédito por parte del gerente?		SI	1	
2	¿La empresa cumple con el pago a sus proveedores en la fecha acordada?		SI	1	
3	¿Se elaboran resúmenes de todas las ventas realizadas al término del día?		NO	0	
4	¿El dinero recaudado de las ventas es depositado inmediatamente al siguiente día?		NO	0	
5	¿Todas las ventas son realizadas al contado y se emiten comprobantes de venta?		NO	0	
6	¿Existe una persona encargada de controlar individualmente los saldos de los clientes?		NO	0	
7	¿El pago de las facturas es aprobado por un funcionario responsable de la empresa?		SI	1	
8	¿Se realiza las compras de la mercadería de acuerdo a lo requerido por la empresa?		SI	1	
9	¿La empresa recibe cotizaciones de la mercadería que desea adquirir?		NO	0	

10	¿Existen proveedores fijos que tengan un cronograma en donde se especifica los días de entrega de la mercadería?		SI	1	
<b>CALIFICACIÓN TOTAL= CT</b>				<b>5</b>	

<b>PONDERACIÓN TOTAL= PT</b>	<b>10</b>		
<b>NIVEL DE CONFIANZA: NC= CT/PT x 100</b>	<b>5/10x100</b>	<b>50%</b>	
<b>NIVEL DE RIESGO INHERENTE: RI= 100% - NC %</b>	<b>100% - 50%</b>	<b>50%</b>	

<b>NIVEL DE CONFIANZA</b>		
<b>BAJO</b>	<b>MODERADO</b>	<b>ALTO</b>
15% - 50%	51% - 75%	76% - 95%
85% - 50%	49% - 25%	24% - 5%
<b>ALTO</b>	<b>MODERADO</b>	<b>BAJO</b>
<b>NIVEL DE RIESGO (100 - NC)</b>		

## **ANÁLISIS**

Como resultado del cuestionario de control interno se observó, que el nivel de confianza es del 50% y por diferencia, el riesgo inherente del componente es del 50%, y se califica como ALTO. Este resultado preliminar nos indica que la perspectiva inicial que maneja la empresa no se está controlando debidamente los procesos en su totalidad dentro de las áreas vulnerables.

Además, para que la empresa pueda cumplir con todas las funciones es necesario que todos los procedimientos sean manejados y supervisados por la gerencia, con el fin de minimizar el riesgo.

<b>CUESTIONARIOS DE CONTROL INTERNO</b>					
<b>COMPONENTE INFORMACIÓN Y COMUNICACION</b>					
<b>N°</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>PT</b>	<b>SI no</b>	<b>C T</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
<b>1</b>	¿El gerente da a conocer los objetivos que se desea alcanzar al término del día en relación a las ventas?		<b>NO</b>	<b>0</b>	
<b>2</b>	¿Se comparan los resultados de los inventarios físicos con los registrados en contabilidad tanto de las compras como de las ventas?		<b>NO</b>	<b>0</b>	
<b>3</b>	¿Todas las compras y ventas realizadas son registradas en el sistema inmediatamente?		<b>NO</b>	<b>0</b>	
<b>4</b>	¿La empresa recibe los estados de cuenta de sus proveedores de las facturas pendientes de pago?		<b>SI</b>	<b>1</b>	
<b>5</b>	¿La empresa da a conocer a sus clientes la cartelera de precios de sus productos?		<b>NO</b>	<b>0</b>	
<b>6</b>	¿Se lleva un control adecuado de las compras y ventas mediante documentos de soporte?		<b>NO</b>	<b>0</b>	
<b>7</b>	¿El gerente informa sobre los programas de capacitación en las áreas de ventas y compras requeridos para cubrir las necesidades de los proveedores y/o clientes?		<b>NO</b>	<b>0</b>	
<b>8</b>	¿El bodeguero comunica al gerente con anterioridad la poca existencia de la mercadería para que realice el pedido correspondiente?		<b>NO</b>	<b>0</b>	

<b>9</b>	¿La empresa informa a sus clientes sobre los requisitos que deben seguir para acceder a un crédito?		<b>NO</b>	<b>0</b>	
<b>10</b>	¿Se planifica la compra de la mercadería para coordinar el despacho con bodega?		<b>SI</b>	<b>1</b>	
<b>CALIFICACIÓN TOTAL= CT</b>				<b>2</b>	
<b>PONDERACIÓN TOTAL= PT</b>		<b>10</b>			
<b>NIVEL DE CONFIANZA: NC= CT/PT x 100</b>		<b>2/10x100</b>		<b>20%</b>	
<b>NIVEL DE RIESGO INHERENTE: RI= 100% - NC %</b>		<b>100% - 20%</b>		<b>80%</b>	

<b>NIVEL DE CONFIANZA</b>		
<b>BAJO</b>	<b>MODERADO</b>	<b>ALTO</b>
15% -20%- 50%	51% - 75%	76% - 95%
85% - 80%- 50%	49% - 25%	24% - 5%
<b>ALTO</b>	<b>MODERADO</b>	<b>BAJO</b>
<b>NIVEL DE RIESGO (100 - NC)</b>		

## **ANÁLISIS**

Se puede observar que el nivel de confianza es del 20% y por la diferencia, el riesgo inherente de este componente es del 80%, y se califica como ALTO. Este resultado preliminar nos indica que existe debilidad en la comunicación tanto de gerencia como de las áreas de compras y ventas.

Además, este procedimiento permite conocer en qué departamentos se encuentran los riesgos y de esta manera poder corregirlos, con la finalidad de obtener una buena comunicación e información que ayude en la toma de decisiones

<b>SUPERVISIÓN Y MONITOREO</b>					
<b>N°</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>PT</b>	<b>SI/no</b>	<b>CT</b>	<b>OBSERVACION</b>
<b>1</b>	¿Se realizan chequeos de la documentación tanto de las compras como de las ventas para compararlos con el sistema?		NO	0	
<b>2</b>	¿El gerente revisa los estados financieros para conocer si se obtuvo pérdidas o ganancias en relación a las actividades de compras y ventas?		NO	0	
<b>3</b>	¿Se evalúan periódicamente las áreas de compras y ventas para asegurar que se están cumpliendo con los requerimientos de las mismas?		NO	0	
<b>4</b>	¿El gerente supervisa que la mercadería sea despacha de acuerdo a los pedidos de los clientes?		NO	0	
<b>5</b>	¿Realizan constataciones físicas diariamente de la mercadería existente en la bodega?		NO	0	
<b>6</b>	¿Evalúan al personal para conocer de qué manera es atendido el cliente?		NO	0	
<b>7</b>	¿El departamento de contabilidad proporciona información financiera cuando gerencia lo solicita?		SI	1	
<b>8</b>	¿Recibe el personal información oportuna de las actividades que deben realizar dentro de las áreas de compras y ventas?		SI	1	
<b>9</b>	¿Todas las compras son realizadas por medio de comprobantes de venta autorizados?		SI	1	

10	¿El gerente informa al bodeguero sobre los precios de compra de la mercadería y el precio que el mismo debe vender a los clientes?		SI	1	
C	IFICACIÓN TOTAL= CT			4	
A	PONDERACIÓN TOTAL= PT	10			
	NIVEL DE CONFIANZA: NC= CT/PT x 100	4/10x100		40%	
	NIVEL DE RIESGO INHERENTE: RI= 100% - NC %	100% - 40%		60%	

NIVEL DE CONFIANZA		
BAJO	MODERADO	ALTO
15% -40%-50%	51% - 75%	76% - 95%
85% - 60%-50%	49% - 25%	24% - 5%
ALTO	MODERADO	BAJO
NIVEL DE RIESGO (100 - NC)		

## ANÁLISIS

Como se puede observar, el nivel de confianza es del 40% y por diferencia, el riesgo inherente del componente es del 60% y se califica como ALTO. Este resultado preliminar obtenido, nos indica que la empresa no cuenta con una monitoreo correspondiente acorde a las necesidades de la misma.

Además, este procedimiento evidencia que la supervisión no se maneja adecuadamente en las áreas de compras y ventas, lo que provocaría obtener así debilidades significativas que pueden afectar seriamente a la empresa.

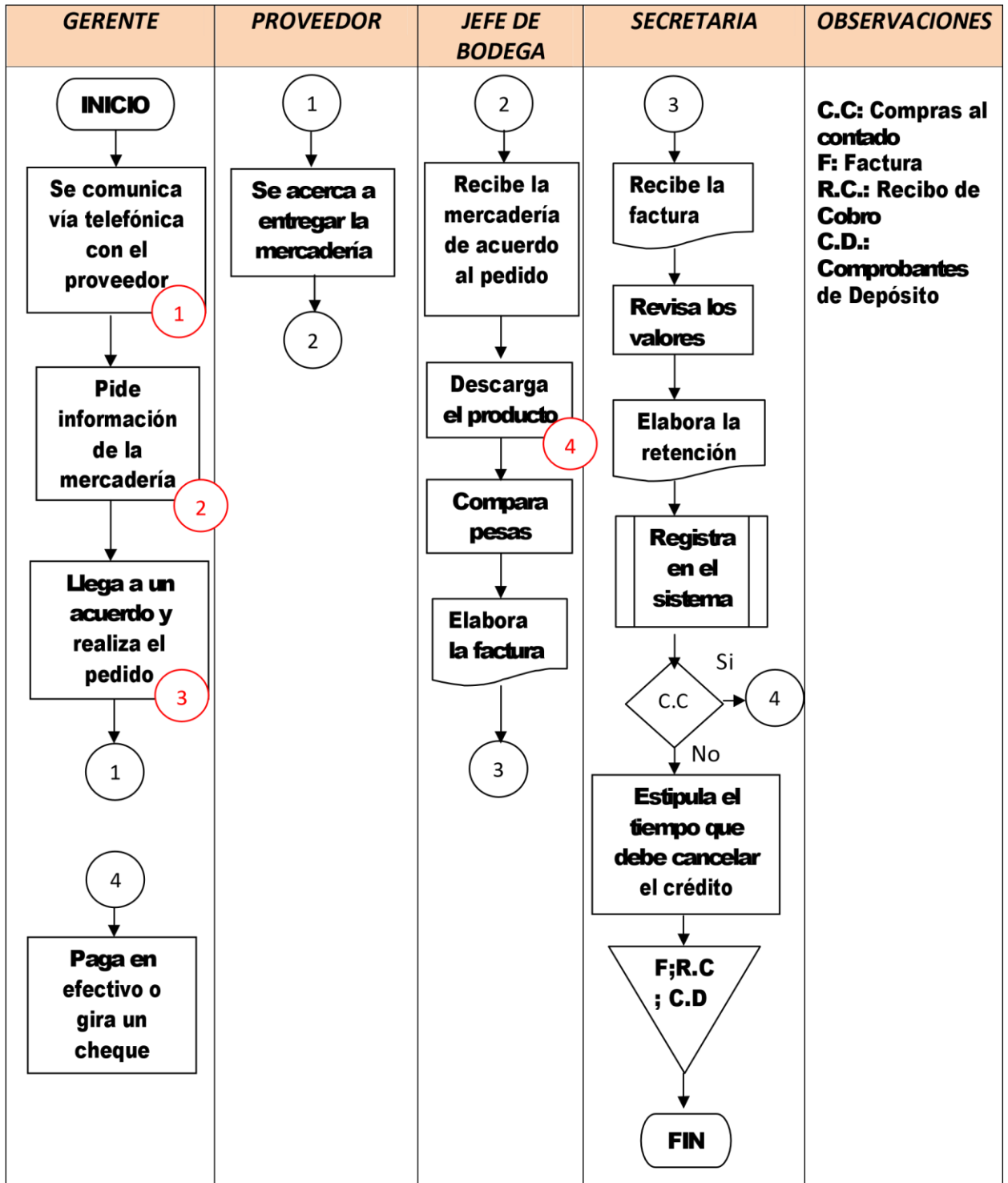


## **DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS DE COMPRAS Y VENTAS QUE ACTUALMENTE LLEVA A CABO LA EMPRESA**

### **Procedimientos del área de compras**

- El gerente se comunica vía telefónica con el proveedor y solicita información de la mercadería.
- El Gerente llega a un acuerdo con el proveedor y realiza el pedido de acuerdo al inventario existente en bodega en base a detalles como precio, peso, fecha, hora de la entrega y la forma de pago,
- Los Proveedores se acercan a entregar el pedido a las bodegas de la empresa bajo los detalles acordados.
- El Jefe de Bodega se encarga de la recepción y proceden a revisar la mercadería de acuerdo al detalle del pedido.
- Luego el jefe de bodega descarga la mercadería, comparar pesas y se procede a elaborar y entrega de la factura a la secretaria ella recibe y procede a elaborar la retención y registra en el sistema.
- Si la compra de la mercadería es de contado el Gerente es la persona que se encarga de cancelar en efectivo o gira un cheque con la respectiva fecha de cobro.
- Si la compra es a crédito dicha factura es cancelada por el Gerente en el tiempo estipulado, mediante depósitos bancarios o pagos en efectivo personalmente.
- Luego la Factura es archivada conjuntamente con el recibo de cobro o comprobantes de depósito.

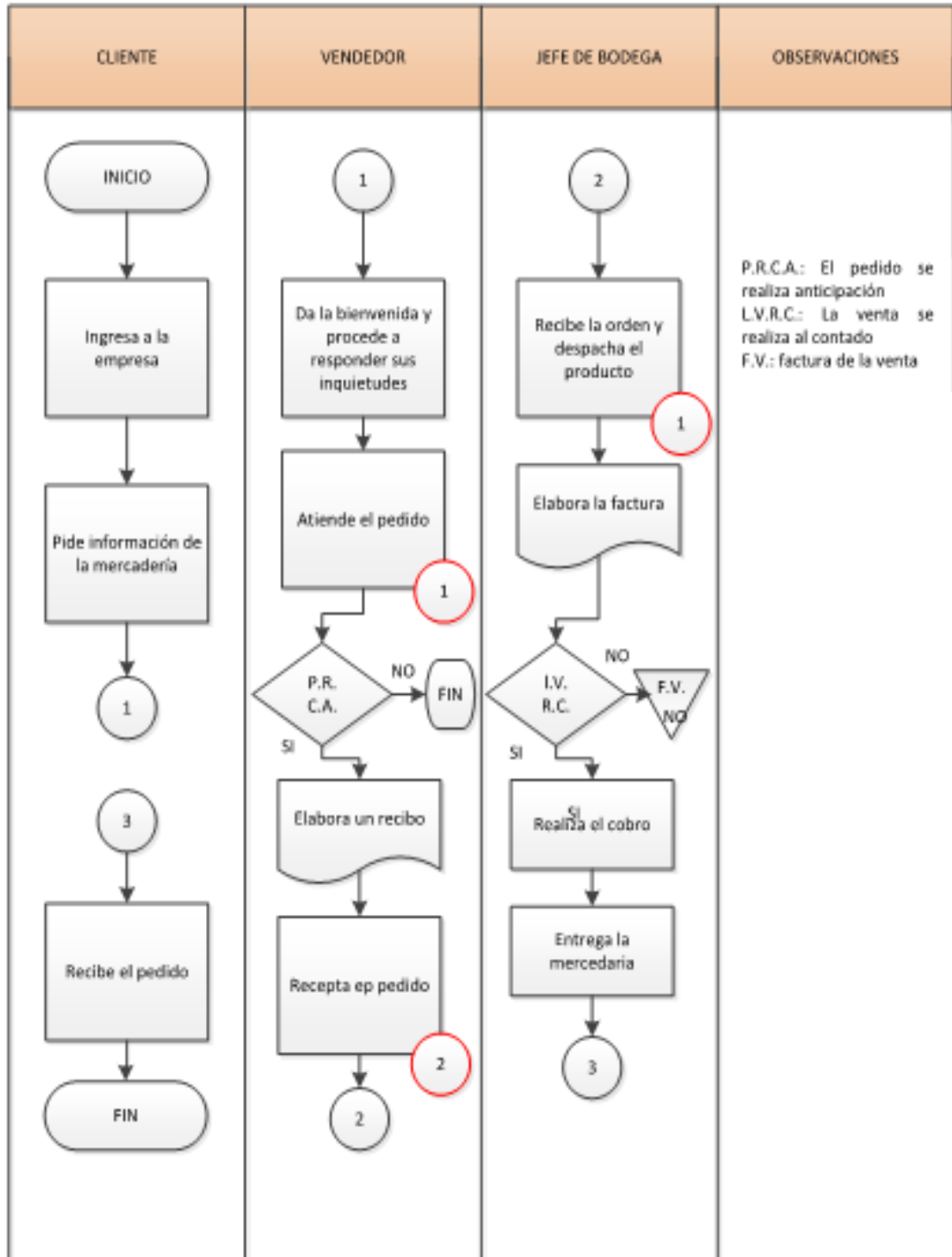
**FLUJO DEL PROCESO DE COMPRAS QUE SE APLICA EN LA ACTUALIDAD**



## **Procedimientos del área de ventas**

- El cliente ingresa a la empresa y solicita información del producto.
- Los vendedores dan la bienvenida al posible cliente, prestan la atención y proceden responder sus inquietudes, principalmente referencia de precios, pesos, etc.
- Posteriormente el vendedor atiende el pedido y exigencia del cliente.
- Si el pedido se realiza con anticipación por parte del cliente, el vendedor elabora un recibo indicando la cantidad, precio, fecha y hora de entrega del producto
- Una vez receptado el pedido el vendedor da la orden al jefe de bodega para el despacho y entrega de la mercadería solicitada.
- Posteriormente el jefe de bodega procede a su facturación y cobro cuando es al contado, caso contrario se archiva la factura de la venta para su cobro posterior y entrega la mercadería.
- Finalmente el cliente recibe el pedido su la mercadería

**FLUJO DEL PROCESO DE VENTAS QUE SE APLICA EN LA ACTUALIDAD**



## **PUNTOS DÉBILES DE CONTROL INTERNO DETECTADOS EN LOS FLUJOS**

### **Área de compras**

- 1 No se verifica la necesidad la mercadería en stock.
- 2 No se solicita cotizaciones a los proveedores
- 3 No se realizar órdenes de compra
- 4 No se elabora un informe de recepción de la mercadería.

### **Área de ventas**

- 1 No se confirma con bodega la mercadería que necesita el cliente.
- 2 No elabora notas de pedido, sobre la mercadería que desea adquirir el cliente
- 3 La mercadería es despachada sin el respaldo de documentos.

## **RECOMENDACIONES A LOS PUNTOS DÉBILES DE CONTROL INTERNO DETECTADOS**

### **Área de compras**

- 1 El jefe de bodega debe informar a gerencia sobre el stock de la mercadería, con el fin de realizar el pedido de acuerdo a sus necesidades y requerimientos
- 2 El gerente propietario debe solicitar cotizaciones a los proveedores del producto que desea adquirir, con el objetivo de escoger la mejor alternativa en relación a peso, precio, fechas de entrega, ETC.

3 Es necesario que el gerente propietario conjuntamente con el jefe de bodega elabore la orden de compra, permitiendo de esta manera llevar un control más detallado de la mercadería por cada proveedor.

4 El jefe de bodega cuando proceda a descargar la mercadería es necesario que elabore un informe de recepción de la mercadería, el cual le permita tener con mayor facilidad un resumen de todas las adquisiciones de la mercadería en las distintas fechas.

### **Área de ventas**

1 El vendedor debe confirmar con bodega la mercadería que necesita el cliente, con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

2 Cuando se recepte un pedido es necesario que el vendedor proceda a elaborar una nota de pedido, sobre la mercadería que desea adquirir el cliente, en donde se especifique todas las características sobre el producto y formas de pago.

3 El jefe de bodega para despachar la mercadería, es necesario que reciba toda la documentación que respalde la venta.

## **FASE III DESARROLLO Y EJECUCION DE LOS PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO**

### **PROPUESTA DE LOS PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO PARA LAS ÁREAS DE COMPRAS Y VENTAS**

A continuación para que las áreas de compras y ventas que se manejan dentro de la empresa se propone un Diseño de Procedimientos de Control Interno que permitan eliminar, minimizar, combatir las áreas críticas detectadas anteriormente:

#### **Procedimientos para el Área de Compras**

- Abastecer en bodega la mercadería de acuerdo a la cantidad de existencia en el inventario, esto para evitar compras innecesarias y mantener al mínimo los gastos de inventario.
- Autorizar a una persona aparte del gerente, que se encargue de realizar el pedido cuando la situación lo amerite.
- Solicitar cotizaciones a cada uno de los proveedores en relación al precio, peso, fechas de entrega y forma de pago.
- Elaborar la orden de compra de acuerdo a la mejor alternativa, al mejor proveedor, donde se constate la información del producto solicitado.
- Elaborar un informe de la recepción del producto, donde permitirá tener en conocimiento la llegada del mismo por cada proveedor, en base a un seguimiento previo del pedido al momento del descargue.
- Realizar una clasificación, inspección y manejo de la mercadería en la bodega.
- Contar con un inventario real de la mercadería mediante un sistema de control de inventarios.
- Archivar los documentos utilizados para las compras, que sirvan como sustento de dichas transacciones.

- Verificar la correcta elaboración de todos los documentos que se maneje dentro del área de compras, la misma que deberá ser revisada, aprobada y firmada por el gerente.

### **Procedimientos para el Área de Ventas**

- Atender amablemente al cliente cuando se dirija a la empresa.
- Recepcionar los pedidos del cliente de acuerdo a sus necesidades y especificaciones como: peso, precio y hora de entrega.
- Manejar oportunamente los inventarios en relación a la salida de la mercadería.
- Participar en la realización de arqueos de caja diarios, hasta que el dinero sea entregado a la persona autorizada.
- Mantener actualizado el stock de inventarios
- Participar en las constataciones físicas para conocer la existencia de la mercadería disponible para la venta.
- Elaborar resúmenes de las todas las ventas realizadas durante el día.
- Verificar físicamente la mercadería despachada para conocer si la misma es entregada de acuerdo a la orden de pedido.
- Contar con un stock suficiente que le ayude a satisfacer las necesidades de los clientes de acuerdo a sus especificaciones requeridas de producto.
- Indicar al cliente el precio al por menor y al por mayor, el mismo que está autorizado bajo los términos del gerente propietario.
- La documentación de ventas deben ser verificadas en cuanto a la exactitud de las mismas antes de entregar la mercadería a los clientes.
- El vendedor participa en la emisión de un recibo por el pago realizado por el cliente de su deuda pendiente.



## **Procedimientos Generales**

### **Capacitación**

- Elaborar un plan de capacitación al personal para el área de compras y ventas.
- Evaluar al personal de compras y ventas en forma mensual para determinar su nivel de rendimiento en el puesto de trabajo.
- Entregar bonos de cumplimiento a los trabajadores.
- Realizar nombramientos al mejor empleado del mes.
- Elaborar encuestas al personal para conocer como es atendido el cliente.
- Verificar si el personal cumple con todas las funciones al término de su jornada laboral, mediante un resumen sus actividades.

### **Ventas a crédito**

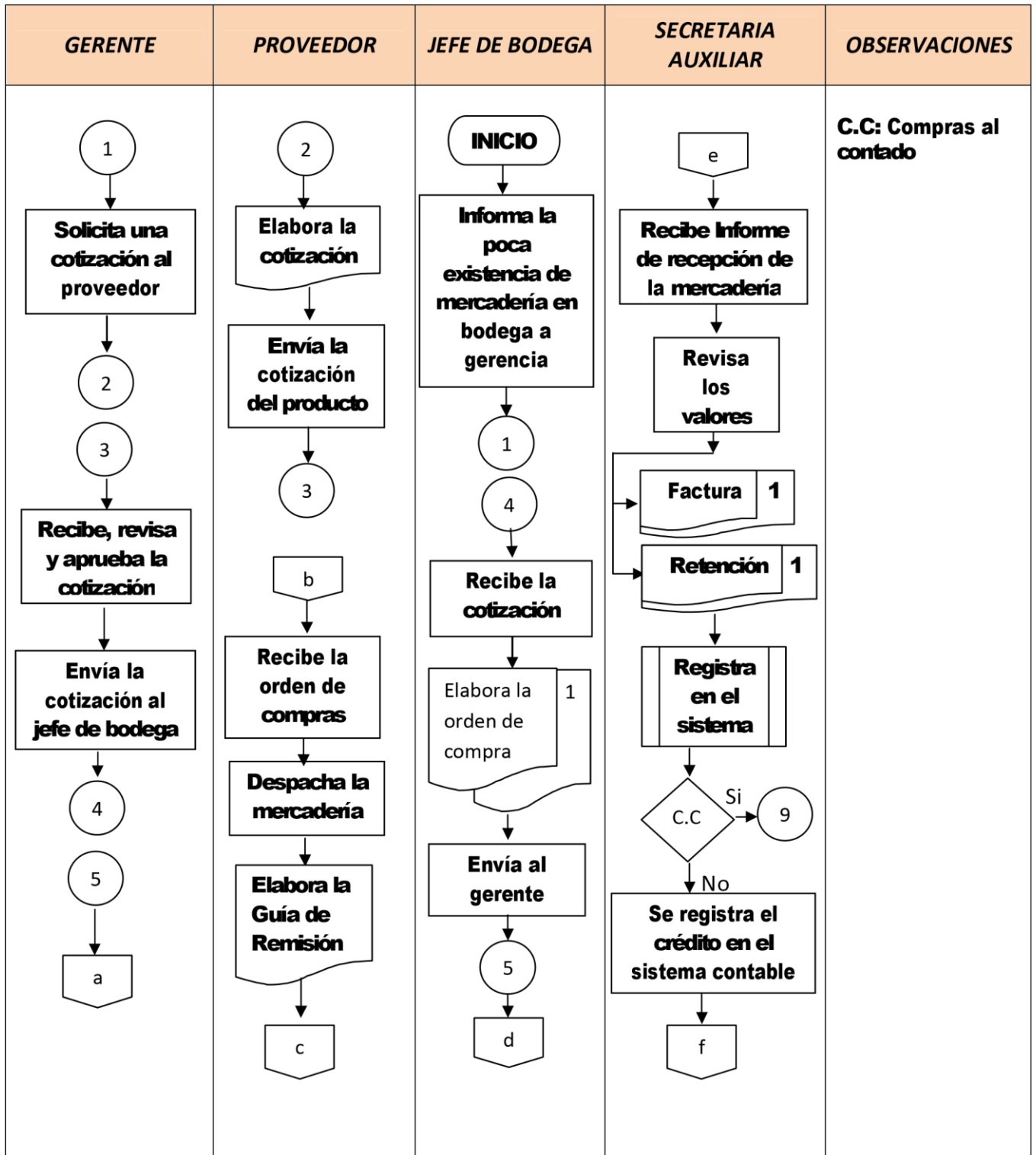
- Verificar la capacidad de pago del cliente y su ubicación geográfica.
- Solicitar garantías, mediante la firma en documentos como letras de cambio o pagare.
- Indagación del motivo por el cual requiere crédito.
- Nombrar un responsable para la recuperación de la cartera.
- Definir el cobro de acuerdo a su vencimiento, tomado las respectivas acciones legales:
- Llamada de atención mediante vía telefónica, sobre los 15 días de retraso
- Enviar una notificación por medio de un bogado al cliente, sobre los 30 días de retraso.
- Cuando los montos que pasen los 1.000 USD se llevará el caso a instancias legales con un abogado (juicio contra el cliente), sobre los 45 o más días de retraso.

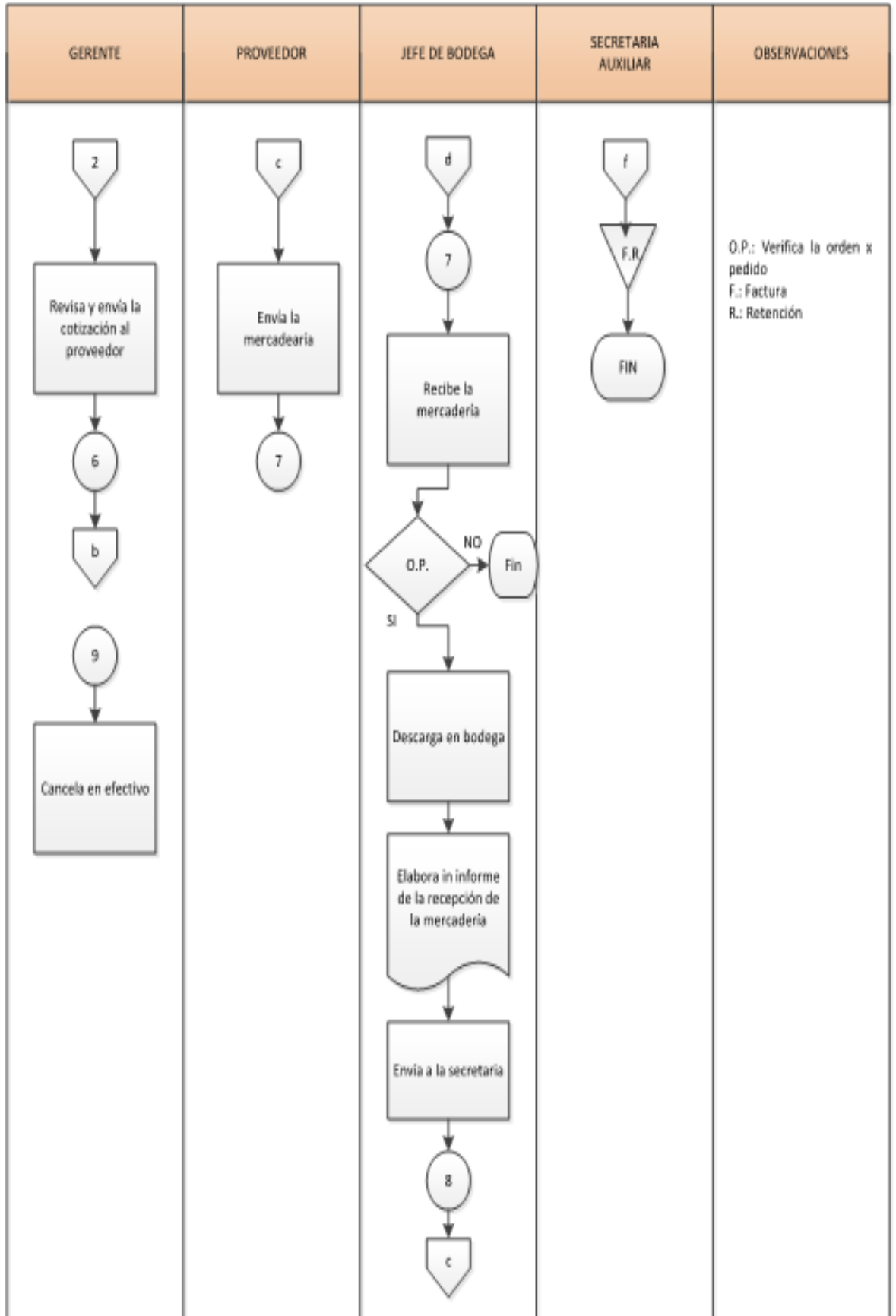
## **PROPUESTA DE LOS PROCESOS Y FLUJOS PARA LAS ÁREAS DE COMPRAS Y VENTAS**

### **Propuesta de los Procesos de Compras**

- El jefe de bodega informa sobre la poca existencia de la mercadería en bodega a gerencia.
- El gerente se comunica con los proveedores y solicita una cotización
- El proveedor elabora la cotización del producto solicitado y envía al gerente propietario.
- El gerente recibe, revisa y aprueba la cotización de acuerdo a la mejor alternativa y envía al jefe de bodega.
- El jefe de bodega recibe la cotización y elabora la orden de compra con una copia y envía al gerente.
- El gerente revisa y envía la orden de pedido, acordando precio, peso, fecha de entrega y forma de pago al proveedor.
- El proveedor recibe la orden de compra, despacha la mercadería, elabora la guía remisión y envía la mercadería.
- El jefe de bodega recibe la mercadería verifica la información de acuerdo a la orden de pedido, si cumple con los requerimientos procede a descargar, elaborar un informe de recepción de la mercadería y envía a la secretaria, caso contrario no se recibe.
- La secretaria recibe el informe de recepción de la mercadería, procede a revisar los valores, elabora la factura y la retención con una copia respectivamente y registra en el sistema.
- Si la compra es a contado el gerente cancela en efectivo, caso contrario se registra el crédito en el registro contable.
- Finalmente la factura es archivada conjuntamente la retención.

**PROPUESTA DEL FLUJO DEL PROCESO DE COMPRAS**

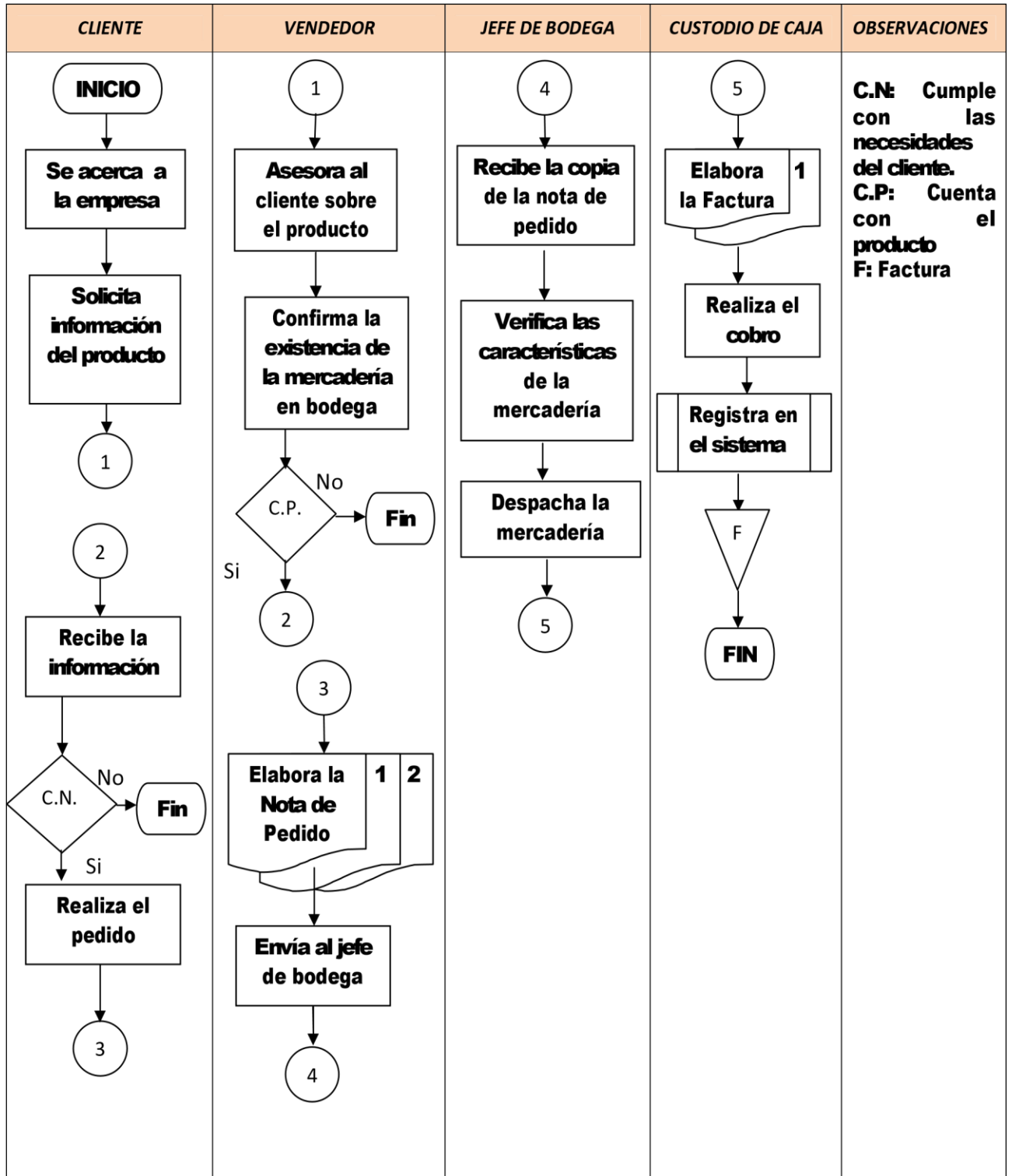




## **Propuesta de los Procesos de las Ventas al Contado**

- El cliente se acerca a la empresa y solicita información del producto.
- El vendedor asesora al cliente sobre el producto que desea adquirir, confirma la existencia de mercadería en bodega, si cuenta con el producto informa al cliente, caso contrario no se llega a ningún acuerdo.
- El cliente recibe la información, si cumple sus necesidades realiza el pedido, caso contrario se cancela.
- El vendedor procede a elaborar de una nota de pedido con dos copias de la mercadería solicitada por el cliente.
- El vendedor envía al jefe de bodega una copia de la nota de pedido, el mismo que recibe, verifica las características de la mercadería y despacha.
- El custodio de caja elabora la factura con la copia, realiza el cobro, registra en el sistema y archiva la factura.

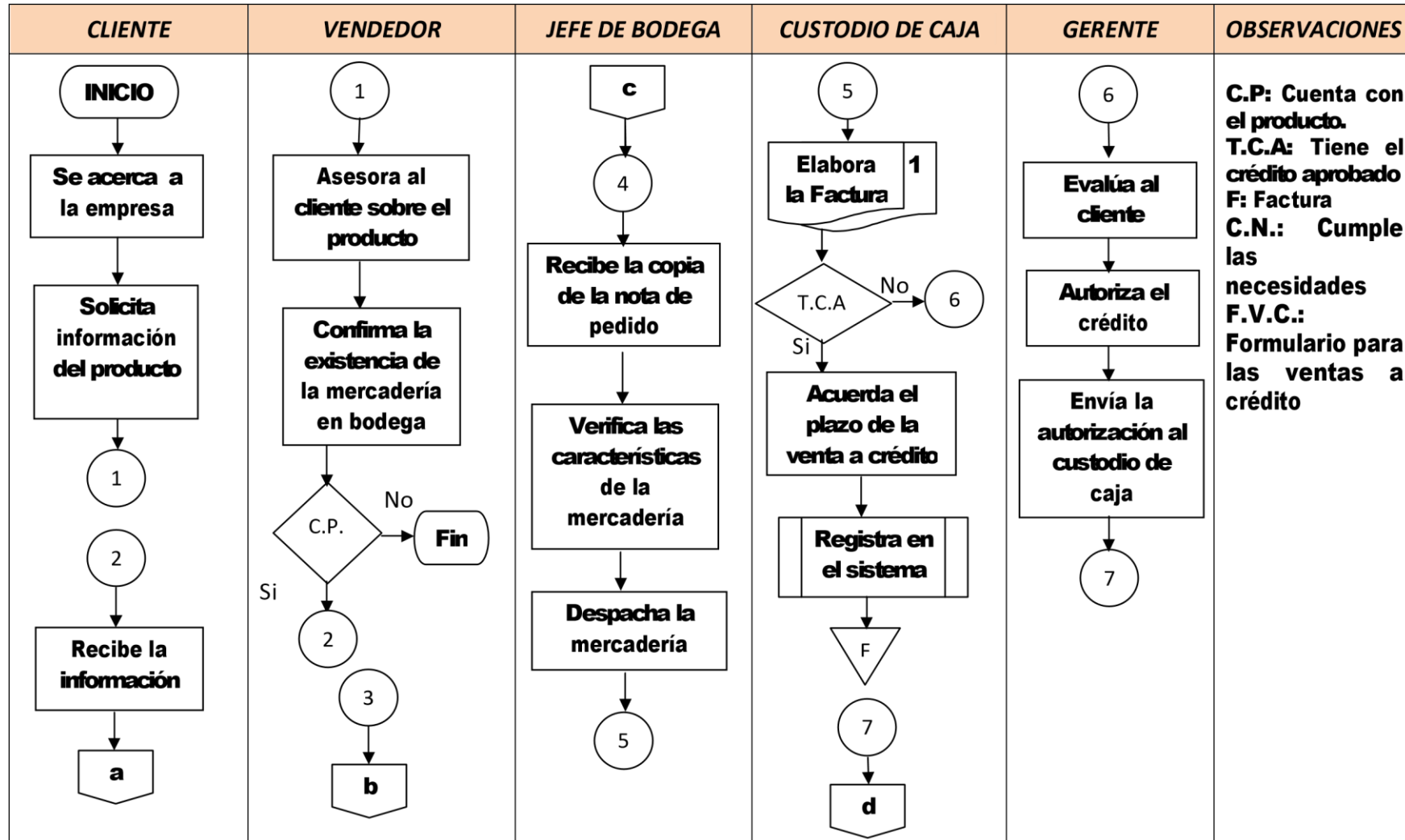
**PROPUESTA DEL FLUJO DEL PROCESO DE VENTAS AL CONTADO**



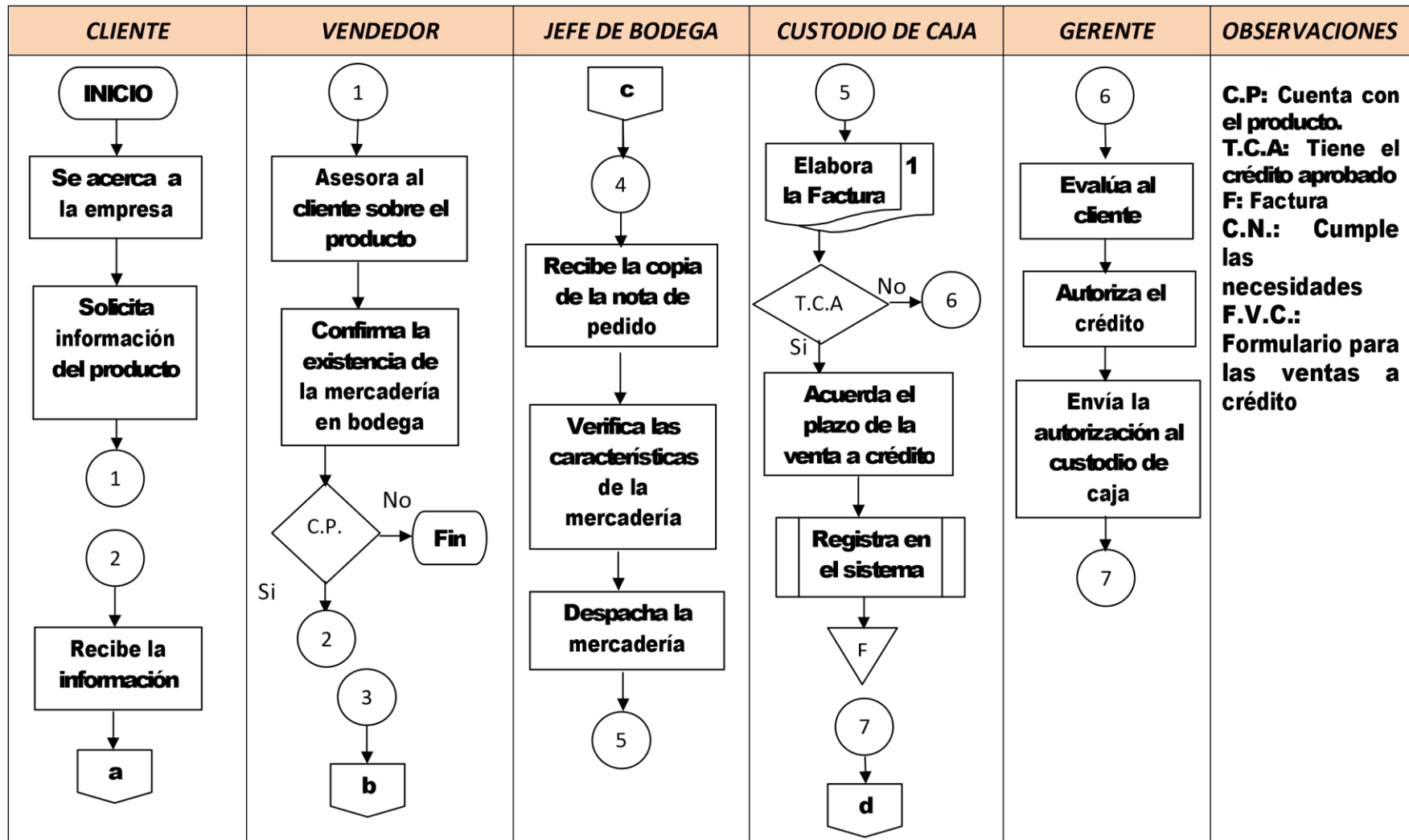
## **Propuesta de los Procesos de las Ventas a Crédito**

- El cliente se acerca a la empresa y solicita información del producto.
- El vendedor asesora al cliente sobre el producto que desea adquirir, confirma la existencia de mercadería en bodega, si cuenta con el producto informa al cliente, caso contrario no se llega a ningún acuerdo.
- El cliente recibe la información, si cumple sus necesidades realiza el pedido, caso contrario se cancela.
- El vendedor procede a elaborar de una nota de pedido con dos copias de la mercadería solicitada por el cliente.
- El vendedor envía al jefe de bodega una copia de la nota de pedido, el mismo que recibe, verifica las características de la mercadería y despacha.
- El custodio de caja elabora la factura con la copia, verifica si el cliente tiene el crédito aprobado, acuerda al plazo de la venta a crédito, registra en el sistema y archiva la factura, caso contrario el gerente evalúa al cliente, autoriza el crédito y envía al custodio de caja.
- El custodio de caja recibe la autorización, elabora el formulario para las ventas a crédito, ingresa al sistema y archiva hasta su respectivo cobro.

PROPUESTA DEL FLUJO DEL PROCESO DE VENTAS A CREDITO








**PROPUESTA DE LA DOCUMENTACION DE RESPALDO PARA EL ÁREA  
DE COMPRAS Y VENTAS**

Para el manejo adecuado de la mercadería adquirida así como también vendida, es necesario que la empresa tome en cuenta la siguiente documentación, con la finalidad de obtener información adecuada y oportuna en cada área.

**DOCUMENTACIÓN DE RESPALDO PARA EL PROCESO DE COMPRA**

**Gráfico 17: Orden de pedido al proveedor**

	<p><b>Ruc</b> :1891731430001</p> <p><b>Dirección:</b> calle Montufar s-n batalla de tarqui</p> <p><b>Teléfono:</b> 0988101183</p>																				
N. 001																					
<b>ORDEN DE PEDIDO</b>																					
Proveedor:.....																					
Fecha de pedido:.....																					
Entrega del producto:.....																					
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">Cantidad</th> <th style="width: 40%;">Producto</th> <th style="width: 15%;">P. Unitario</th> <th style="width: 30%;">P. Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr> <td> </td> <td align="right"><b>Total</b></td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		Cantidad	Producto	P. Unitario	P. Total														<b>Total</b>		
Cantidad	Producto	P. Unitario	P. Total																		
	<b>Total</b>																				
<p><b>Elaborado por:</b>.....</p> <p><b>Autorizado por:</b>.....</p> <p><b>Recibido por:</b>.....</p>																					

**Fuente:** Empresa Comercio Total

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

## Recepción de mercadería

Gráfico 18: Recepción de la mercadería

<b>Ruc:1891731430001</b> <b>Dirección: calle Montufar s-n batalla de tarqui</b> <b>Teléfono: 0988101183</b>			
<b>N. 001</b>	<b>RECEPCION DE MERCADERIA</b>		
<b>Proveedor:.....</b>			
<b>Fecha de recepción:.....</b>			
<b>Factura.....</b>			
<b>Valor.....</b>			
	<b>Cantidad</b>	<b>Producto</b>	<b>Observaciones</b>
		<b>Total</b>	
<b>Recibido por:</b>			

**Fuente:** Empresa Comercio Total

**Elaborado por:** Sandra Pinzón (2016)

## Área de ventas

### Concepto

El área de ventas es el encargado de inducir al mercado de la existencia del producto con el que cuenta el comercial, aplicando las técnicas y políticas de ventas establecidas por la entidad acorde con el producto que se desea vender con precios competitivos. **Fernández E. (2000, p36)**


**Documentos a ser utilizados en el área de ventas**

Para el área de ventas serán necesarios los siguientes documentos:

**Registro de productos vendidos**

En este informe se registrará los productos expendidos, para conocer el inventario en almacén y bodega

**Gráfico 19:** Registro de productos vendidos

<p><b>Ruc:1891731430001</b></p> <p>Dir: calle Montufar s-n batalla de tarqui  </p> <p>Teléfono: 0988101183</p>			
			
N. 001	<b>PRODUCTOS VENDIDOS</b>		
Vendedor:..... Fecha:.....			
Producto	Existencias	Uni. Vendidas	Diferencia
		<b>Total</b>	
Recibido por:.....		Realizado por:.....	

**Fuente:** Empresa Comercio Total

**Elaborado por:** Sandra Pinzón

## **FASE VI RESULTADOS DE EVALUACION DEL CONTROL INTERNO**

Una vez evaluado el procedimiento de control interno a través de la aplicación de flujogramas se pudo identificar las siguientes debilidades, que a continuación se detallan en el informe:

### **INFORME DE CONTROL INTERNO CARTA DE PRESENTACIÓN**

Señores:

EMPRESA COMERCIO TOTAL

Presente.-

De mi consideración:

Se ha realizado la evaluación de los procedimientos de Control Interno por el Método COSO I para mejorar los procesos dentro de las áreas de compras y ventas de la empresa Comercio Total.

Los resultados que se obtuvieron por medio de esta investigación constan en el informe que a continuación adjunto, el mismo que incluye la identificación de riesgos de control, cuya indagación contribuirá a mejorar internamente la empresa.

Atentamente

Sandra Pinzón

Investigadora

## **INFORME**

Ambato,

Señores:

EMPRESA COMERCIO TOTAL

### **Presente.-**

Se ha realizado un estudio de los Procedimientos de Control Interno a las áreas de compras y ventas de la empresa, en el cual se ha detectado algunas falencias que deben ser corregidas a través de la aplicación de las recomendaciones sugeridas.

El objetivo primordial del examen ha sido identificar los riesgos que de una u otra manera afecten a la empresa dentro de su entorno administrativo y financiero.

A continuación se detalla los resultados obtenidos de la evaluación realizada:

### **ÁREA DE COMPRAS**

#### **DEBILIDADES**

- No existe una recepción adecuada de la mercadería que esté sustentada en documentación que permita conocer con exactitud la mercadería existente en bodega.
- No se solicitan cotizaciones previas a los proveedores.
- No existen órdenes de compra que sustente la adquisición de la mercadería.
- No cuenta con un formulario de recepción de mercadería donde se hable de las especificaciones del producto, puesto que esto ayudaría al control del inventario.
- No se capacita al personal sobre el manejo y distribución de la mercadería

- No existe un control real del inventario, debido a que no se lleva un registro computarizado y todo es manual en bodega.
- No existen procedimientos como: constataciones físicas del inventario, supervisión, reportes de entrada.
- La falta de control en los inventarios
- No se registran todas transacciones al momento de su compra.

### **RECOMENDACIONES:**

- Se debe llevar un control más adecuado de la mercadería adquirida por medio de documentación, que ayude a conocer los requerimientos específicos de cada compra
- Se debe solicitar cotizaciones a los proveedores sobre su mercadería, con el objetivo de escoger de acuerdo a las necesidades de la empresa.
- Se solicita al jefe de bodega realizar órdenes de compra sobre la mercadería que necesita.
- El jefe de bodega debe realizar un formulario de recepción de la mercadería, que ayuden a obtener información específica sobre el producto recibido de los diferentes proveedores.
- El gerente debe realizar un plan de capacitación para el personal, con el fin de mantener ventaja competitiva y de esta manera obtener mejora continua.
- Se pide al jefe de bodega estar al tanto de la mercadería
- Llevar un registro adecuado de todas las adquisiciones
- El jefe de bodega debe presenta a gerencia un reporte de la mercadería adquirida y sobre la existencia en bodega diariamente.

El gerente debe supervisar constantemente el manejo de la bodega, mediante inventario físico como también mediante la respectiva documentación de todo el proceso de compras.

La secretaria debe registrar todas las compras realizadas a través de comprobantes previamente autorizados y revisados por gerencia.

## **ÁREA DE VENTAS**

### **DEBILIDADES**

No se lleva un sistema de control de inventarios que ayuden a conocer con exactitud el saldo de la mercadería existente en bodega disponible para su venta.

Existe pérdida de competitividad debido a la falta de capacitación interés sobre la mejora continua.

El jefe de bodega no da a conocer al área de contabilidad sobre el producto en mal estado para su respectivo ajuste en los libros contables.

No existe un control adecuado de la salida de la mercadería de la bodega por parte del gerente.

Falta de supervisión por parte de la gerencia sobre las ventas realizadas por parte del jefe de bodega diariamente.

El gerente no define la política de crédito, es decir el tiempo que tiene el cliente para cancelar su deuda antes de tomar acciones legales.

Falta de comunicación interna entre el área de ventas y bodega

### **RECOMENDACIONES:**

La empresa debe manejar un sistema de control de inventarios, con el fin de conocer con exactitud la mercadería disponible para la venta, de acuerdo al volumen de transacciones que realiza, el más adecuado sería el sistema de inventarios permanente.



- Realizar un plan de capacitación para el personal con el fin de dar facilidad al mismo para que se desenvuelvan correctamente en dicha área.
- El jefe de bodega debe presentar diariamente un informe de la mercadería en buen estado, así como también de la mercadería en mal estado, con la finalidad de tomar medidas correctivas.
- El jefe de bodega debe realizar al término del día un resumen de todas las ventas realizadas y el mismo debe ser entregado al gerente para su respectivo conocimiento.
- El gerente conjuntamente con la secretaria deben realizar arqueos de caja al bodeguero en el momento que ellos crean pertinente y necesario.
- El custodio de caja debe documentar todas las ventas a crédito, en base a formularios que respalden la pertinente venta, conjuntamente con los respectivos recibos de cobro y de esta manera permita tomar acciones legales en caso de incumplimiento de las mismas.
- El gerente debe dar a conocer el tiempo máximo que tiene el cliente para cancelar sus deudas.
- El área de ventas con bodega debe trabajar a la par, puesto que de esto dependerá que los clientes puedan satisfacer sus necesidades de consumo.

Finalmente se sugiere a la gerencia aplicar las recomendaciones detalladas con el fin de mantener un adecuado control interno dentro de las áreas de compras y ventas.

Atentamente,

Sandra Pinzón

## FASE V SEGUIMIENTO

Con el fin de garantizar que las recomendaciones planteadas en el informe anterior se sugiere nombrar un responsable para que elabore el seguimiento respectivo a través del siguiente plan:

**Tabla 19: Plan de seguimiento**

EMPRESA COMERCIO TOTAL				
PROPUESTA DEL MODELO DE PLAN DE SEGUIMIENTO DE RECOMENDACIONES				
PARA				
EL ÁREA DE COMPRAS Y VENTAS				
N°	RECOMENDACIONES	RESPONSABLE	FECHA DE CUMPLIMIENTO	DOCUMENTOS DE RESPALDO

Con el siguiente cuadro de los principales indicadores que se propone a continuación también servirá como base para evaluar la rentabilidad de la empresa con el fin de tomar decisiones acertadas para la buena marcha de la misma.

**Tabla 20: Tablero de indicadores financieros**

INDICADOR	FORMULA
<b>Rentabilidad sobre ventas</b>	Utilidad Neta del Ejercicio/Ventas
<b>Rentabilidad sobre el patrimonio</b>	Utilidad Neta del Ejercicio/Patrimonio
<b>Rentabilidad sobre el capital pagado</b>	Utilidad Neta del Ejercicio/Capital Pagado

### **Administración**

Con el Diseño de procedimientos de control interno para las áreas de compras y ventas de la empresa se espera que los procedimientos propuestos sean implementados eficazmente, y de esta manera tenga como prioridad que todas la actividades puedan ser manejadas correctamente dentro de la empresa, teniendo en cuenta que éste no es un fin sino el comienzo y el medio de ayuda para alcanzar los objetivos propuestos.

El gerente también será el encargado de realizar una evaluación de la propuesta en períodos que considere pertinentes para una toma de decisiones más efectivas.

La administración de esta propuesta estará a cargo de las siguientes personas:

## CARGOS

Gerente

Secretaria

Jefe de Bodega vendedor

Todos ayudarán con la coordinación del personal para que se continúe ejecutando la propuesta, para el correcto funcionamiento y control dentro de éstas áreas importantes para satisfacción del cliente y así brindar un mejor servicio.

### Previsión de la Evaluación

La presente propuesta, se asienta con el siguiente plan de monitoreo y evaluación, el mismo que permitirá obtener resultados para tomar decisiones oportunas, a la vez permitirá mantener, modificar o mejorar, en beneficio de la empresa.

EMPRESA COMERCIO TOTAL		
PLAN DE EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA		
Nº	ASPECTOS PARA EL PLAN DE EVALUACIÓN	ELEMENTOS Y/O RECURSOS TÉCNICOS EN EL PROCESO DE EVALUACIÓN
1	¿Quienes solicitan evaluar?	Gerencia y Departamento de compras y ventas
2	¿Por qué Evaluar?	Porque se necesita solucionar los problemas que ocasiona el inadecuado Control Interno
3	¿Para qué Evaluar?	Para poder tener un control minucioso del área de compras y ventas, con la finalidad de incrementar la rentabilidad de la empresa

4	<b>¿Que evaluar?</b>	El Control Interno de la empresa Comercio Total, en las áreas de compras y ventas.
5	<b>¿Quién evalúa?</b>	Gerencia
6	<b>¿Cuándo Evaluar?</b>	La evaluación se realizara cuando el gerente lo disponga
7	<b>¿Cómo evaluar?</b>	Mediante flujo gramas, procedimientos de control interno y herramientas propuestas
8	<b>¿Con que evaluar?</b>	El proceso de evaluación se realizará bajo los siguientes instrumentos: Encuestas dirigidas a los clientes, proveedores y personal y mediante cuestionarios de Control Interno

## **6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

### **6.1. BIBIOGRAFÍA DOCUMENTAL**

ARIAS, F. G. (2012). Introducción a la metodología científica (Vol. 5ta edición). Caracas: Episteme

BACALLAO Horta, M. (2009). Génesis del Control Interno. Málaga: Grupo Eumed.

BRITO, V. (2009). Control Interno. Normativa de control interno 2009, Brito Vaca Cía. Ltda., Riobamba.

COSO. (2001). INFORME COSO. Módulo instruccional, Universidad de Puerto Rico.

ESPE. (07 de 2012). ACUERDO -039-CG5-NORMAS DE CONTROL INTERNO.

ESTUPIÑAN, G. R. (2002). Control Interno y Fraudes: Con base en ciclos transaccionales. Bogotá-Colombia: 1ra. Edición. Editorial Ecoe.

ESTUPIÑANA, G. R. (2006). Administración de Gestión de Riesgos ERM y la Auditoría Interna. Informe C.O.S.O., Sistemas administrativos de información contable, Bogotá D.C.

FACES, A. C. (2005). Factores que inciden en el sistema de control interno de una organización. Faces, Actualidad Contable

MOSQUERA, Ivonne (2011) “Análisis de los costos y su incidencia en la rentabilidad de Megaviha” 148pp

POSO Miguel, 2009, Metodología de la Investigación, Lexus Editores, Quito-Ecuador, Pág. 22.

TAMAYO, Mario (2004), “El Proceso de la Investigación Científica, cuarta edición, Limusa, México, (pp.440).

Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI), Decreto No. 430, Expídase el Reglamento de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios, 30 de Julio de 2010 - R. O. No. 247.

LEIDISARA Martínez Calderón. (2001). El Control Interno: Un medio eficaz para la toma de decisión en el control de la gestión. Buenos Aires: Universidad de Cienfuegos.

GUERRERO Marín María Alejandra (2009). NUEVOS CONCEPTOS DE CONTROL INTERNO. Quito: Sistemas Administrativos de información Contable

NORMAS DE CONTROL INTERNO. (s.f.).

NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD. (2006). NIC 1.

## 6.2. BIBIOGRAFÍA EN LINEA

AMADOR, J.P. (2005). Manuales Administrativos. En línea. Disponible en:  
[http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/manualesadministrativos/default3.asp](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/manualesadministrativos/default3.asp) (17-07-2016)

ACFí Consultores Financieros. (2011). Control interno y sus elementos. Obtenido de  
<http://www.auditoresycontadores.com/contabilidad/61-que-es-el-controlinterno-y-cuales-son-los-elementos>

Ecuador.us (2016: Internet) disponible en línea: <http://www.ecuador.us/turismo.htm>.  
(17-07-2016).

GRADY. (2000)(LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EMPRESARIAL. Obtenido de  
<http://grupo3gestionadministrativa.blogspot.com/>

HERNÁNDEZ, Francisca (1994) “Investigación correlacional e investigación explicativa” Disponible en línea:  
<http://luiserveychavez.files.wordpress.com/2008/11/investigacion-orrelacional2.doc>.

Leopoldo, D. I. (2010). La investigación científica. Obtenido de  
<http://www.monografias.com/trabajos7/inci/inci.shtml>



WALPOLE, Roland; Myers, Raymond y Ye, Keying (2007), “Probabilidad y estadística para ingeniería y ciencias” Octava edición, Editorial Pearson Educación, 2007, (pp. 816) disponible en línea: <https://books.google.com.ec/books?id=jBnRMQAACAAJ&dq=Walpole,+Ronald+septima+edicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiT0evO0tzKAhWILSYKHd0VA5YQ6wEIHDAA>

**ANEXOS**

ANEXO 1

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES**  
**SOCIEDADES**

**SRI**  
..le hace bien al país!

**NUMERO RUC:** 1891731430001  
**RAZON SOCIAL:** COMERCIO TOTAL  
**NOMBRE COMERCIAL:** COMERCIO TOTAL  
**CLASE CONTRIBUYENTE:** OTRCS  
**REPRESENTANTE LEGAL:** URIARTE GARCIA MARIANA DEL CONSUELO  
**CONTADOR:** LLERENA ORATE ALICIA PAULINA

**FEC. INICIO ACTIVIDADES:** 12/01/2008      **FEC. CONSTITUCION:** 12/01/2008  
**FEC. INSCRIPCION:** 14/04/2008      **FECHA DE ACTUALIZACION:** 08/08/2010

**ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:**  
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO

**DOMICILIO TRIBUTARIO:**  
Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: PISHILATA Ciudadela: JARDIN COLONIAL Calle: MONTUFAR  
Número: S/N Intersección: BATALLA DE TARQUI Referencia ubicación: ATRAS DEL ESTADIO ALTERNO NEPTALI  
BARONA Telefono Trabajo: 032412085 Celular: 088101183

**DOMICILIO ESPECIAL:**

**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:**

- \* ANEXO DE COMPRAS Y RETENCIONES EN LA FUENTE POR OTROS CONCEPTOS
- \* ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- \* DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
- \* DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- \* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

**# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:** del 001 al 092      **ABIERTOS:** 2  
**JURISDICCION:** REGIONAL CENTRO (TUNGURAHUA)      **CERRADOS:** 0

**SRI**  
..le hace bien al país!  
**SERVICIOS TRIBUTARIOS REGIONAL CENTRO**

**FIRMA DEL CONTRIBUYENTE**      **SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

Usuario: LEVASCO      Lugar de emisión: AMBATO/AV. MANUELITA      Fecha y hora: 09/08/2010

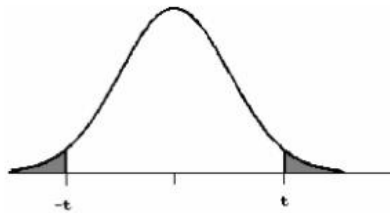
Página 1 de 2

**SRI.gov.ec**

## ANEXO 2

Tabla de la distribución t

Tabla de cuantiles de la distribución t de Student



- (a) El área de las dos colas está sombreada en la figura.  
 (b) Si  $H_A$  es direccional, las cabeceras de las columnas deben ser divididas por 2 cuando se acota el P-valor.

gl	ÁREA DE DOS COLAS						
	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,001	0,0001
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	636,619	6366,198
2	1,886	2,920	4,303	6,695	9,925	31,598	99,992
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	12,924	28,000
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	8,610	15,544
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	6,869	11,178
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,959	9,082
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	5,408	7,885
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	5,041	7,120
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4,781	6,594
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,587	6,211
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,437	5,921
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	4,318	5,694
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	4,221	5,513
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	4,140	5,363
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	4,073	5,239
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	4,015	5,134
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,965	5,044
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,922	4,966
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,883	4,897
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,850	4,837
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,819	4,784
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,792	4,736
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,767	4,693
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	3,745	4,654
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,725	4,619
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,707	4,587
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,690	4,558
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	3,674	4,530
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	3,659	4,506
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,646	4,482
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	3,551	4,321
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	3,460	4,169
100	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	3,390	4,053
140	1,288	1,656	1,977	2,353	2,611	3,361	4,006
∞	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576	3,291	3,891

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**  
**CUESTIONARIO DE ENTREVISTA**

**DIRIGIDO A:** Personal de “EMPRESA COMERCIO TOTAL SOCIEDAD DE HECHO”

**CÓDIGO**

**OBJETIVO:** Estudiar el control interno y la rentabilidad de la empresa Comercio Total.

**MOTIVACIÓN:** Saludos cordiales, le invitamos a contestar el siguiente cuestionario a fin de obtener información valiosa y confiable, que será de uso oficial y de máxima confidencialidad.

**INSTRUCCIONES:**

- ✓ Subraye la respuesta que a su parecer sea la más conveniente

**ANEXO 3**

**1. ¿Usted considera que la empresa debe implementar un sistema de control interno?**

a). SI.....

b). NO.....

**2. ¿El área de ventas cuenta con procedimientos de control?**

a). SI.....

b). NO.....

**3. ¿Cree usted que los procedimientos de control ayudan a tomar medidas en el momento oportuno?**

a). SI.....

b). NO.....

**4. ¿Las responsabilidades del área de compras y ventas se encuentran establecidas y emitidas por escrito?**

a). SI.....

b). NO.....

**5. ¿La empresa cuenta con políticas establecidas para el área de compras y ventas?**

a). SI.....

b). NO.....

**6. ¿Considera usted que los recursos de la empresa son utilizados adecuadamente?**

a). SI.....

b). NO.....

**7. ¿La empresa cuenta con un método específico para la evaluación de la rentabilidad?**

a). SI.....

b). NO.....

**8. ¿Se examina la rentabilidad del comercial periódicamente?**

a). SI.....

b). NO.....

**9. ¿Cree usted que la rentabilidad de la empresa podrá incrementarse al aplicar los procedimientos de control en el área de ventas?**

a). SI.....

b). NO.....

**10. ¿Los Estados financieros son analizados previamente para g tomar decisiones?**

a). SI.....

b). NO.....

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

**ESPACIO RESERVADO PARA LA INVESTIGADORA**

	<b>CUESTIONARIO</b>
<b>Fecha (día/mes/año)</b>	
<b>Hora de inicio (hr/min.)</b>	
<b>Hora de termino (hr/min.)</b>	
<b>Nombre y Apellido del encuestador</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Firma del encuestado</b>	

## SIMBOLOGÍA

Para la representación gráfica de la secuencia de los procedimientos o actividades se utilizará los siguientes signos universales.

**Inicio o termino:** Indica el principio o fin del flujo, puede ser acción o lugar, además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.



**Actividad:** Describe las funciones que desempeña las personas involucradas en el procedimiento.



**Documento:** Representa cualquier documento que ingrese, se utilice, se genere o salga del proceso



**Decisión o Alternativa:** Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más opciones





**Archivo:** Indica que se aguarde un documento en forma temporal o Permanente



**Conector de página:** Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, a la que continúa



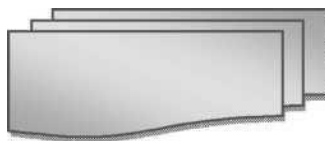
**Conector:** Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte del mismo.



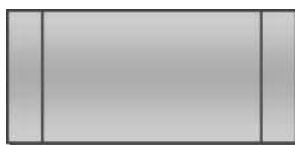
**Líneas de flujo:** Fecha utilizada para indicar la continuidad de las actividades dentro del procedimiento.



**Bloque de documentos:** Indican bloques de documentos



**Registro de documentos:** Indica que todos los documentos son registrados en el sistema.



**Confirmación:** Indica que todos los procedimientos deben ser corroborados por una persona encargada antes de registrarlos en el sistema.



**EMPRESA COMERCIO TOTAL**  
**ESTADO DE RESULTADOS**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014**

<b>VENTAS NETAS</b>		\$ 1.737.968,74
<b>(-) COSTO DE VENTAS</b>		\$ 1.598.895,97
Inventario Inicial	\$ 24.759,44	
Compras Netas Locales	\$ 1.585.057,33	
(-) Inventario Final	\$ 10.920,80	
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>		<b>\$ 139.072,77</b>
<b>(-) GASTOS OPERACIONALES</b>		<b>\$ 100.319,99</b>
Gastos Administrativos		
Honorarios Profesionales	\$ 2.700,00	
Mantenimiento y reparaciones	\$ 4.643,91	
Combustibles	\$ 4.929,62	
Suministros y materiales	\$ 6.042,93	
Impuestos, contribuciones y otros	\$ 56,00	
Servicios públicos	\$ 3.535,17	
Pagos por otros servicios	\$ 216,62	
Pagos por otros bienes	\$ 78.195,74	
<b>= UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		<b>\$ 38.752,78</b>

**GERENTE**

**CONTADOR**

**EMPRESA COMERCIO TOTAL**  
**ESTADO DE RESULTADOS**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

<b>VENTAS NETAS</b>		\$ 734.347,91
<b>(-) COSTO DE VENTAS</b>		\$ 629.653,06
Inventario Inicial	\$ 10.920,80	
Compras Netas Locales	\$ 622.171,08	
(-) Inventario Final	\$ 3.438,82	
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 104.694,85
<b>(-) GASTOS OPERACIONALES</b>		\$ 101.608,64
<b>Gastos Administrativos</b>		
Honorarios Profesionales	\$ 300,00	
Mantenimiento y reparaciones	\$ 3.823,80	
Combustibles	\$ 3.190,77	
Suministros y materiales	\$ 6.011,11	
IVA que se recarga al costo o gasto	\$ 20.223,37	
Depreciaciones de Activos Fijos	\$ 19.475,80	
Servicios	\$ 1.557,79	
Pagos por otros bienes	\$ 47.026,00	
<b>= UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		\$ 3.086,21

**GERENTE**

**CONTADOR**

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas}}$$

$$2014 = \frac{734347.91 - 629653.06}{734347.91} = 14\%$$

$$2015 = \frac{1737968.74 - 1598895.97}{1737968.74} = 8\%$$

Indica la ganancia de la empresa en relación con las ventas, después de deducir los costos de producir los bienes que se han vendido y la eficiencia de las operaciones así como la forma en que se asignan precios a los productos.

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad antes de impuestos}}{\text{Ventas}}$$

$$2014 = \frac{104694.85}{734347.91} = 14\%$$

$$2015 = \frac{139072.77}{1727968.74} = 8\%$$

Muestra la eficiencia de la empresa después de tomar en cuenta todos los gastos e impuestos sobre ingresos, pero no los cargos extraordinarios.

La rentabilidad en relación con las ventas - margen de utilidad bruta indica la ganancia de la compañía en relación con las ventas, después de deducir los costos de producir los bienes que se han vendido y la eficiencia de las operaciones así como la forma en que se asignan precios a los productos. Una razón de rentabilidad más específica es el margen de utilidades netas. -margen de utilidades netas muestra la eficiencia relativa de la empresa después de tomar en cuenta todos los gastos e impuestos sobre ingresos.