



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA  
MODALIDAD: PRESENCIAL

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

---

**TEMA:** “El Control Interno en el Proceso de Ventas y su incidencia en la  
Liquidez de la Empresa de Calzado INDUMIL de la Ciudad de Ambato del  
año 2013”

---

**AUTOR:** Carlos Cevallos

**TUTOR:** Eco. Gladys Coello

Ambato-Ecuador

2015

## APROBACIÓN DEL TUTOR

### CERTIFICA:

Yo, **Eco. GLADYS COELLO**, CI: 1802377471 en mi calidad de Tutora del trabajo de investigación sobre el tema “El Control Interno en el Proceso de Ventas y su incidencia en la Liquidez de la Empresa de Calzado INDUMIL de la Ciudad de Ambato del año 2013” desarrollado por **CEVALLOS LOPEZ CARLOS ALBERTO**, egresado de la carrera de Contabilidad y Auditoría considero que dicho informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte del Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Ambato, 21 de Abril de 2015

CARLOS ALBERTO CEVALLOS LOPEZ



**TUTORA:**

**Eco. Gladys Coello**

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien basado en los estudios realizados durante la carrera, investigación científica, revisión documental y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la Investigación. Las ideas, opiniones y comentarios vertidos en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Ambato, 21 de Abril 2015

### **AUTOR**



---

**CARLOS ALBERTO CEVALLOS LOPEZ**

**C.I. 1804634796**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Cedo los derechos en línea patrimoniales de este trabajo de Investigación sobre el tema: “El Control Interno en el Proceso de Ventas y su incidencia en la Liquidez de la Empresa de Calzado INDUMIL de la Ciudad de Ambato del año 2013”, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.

Ambato, 21 de Abril del 2015.

**AUTOR**



---

**CARLOS ALBERTO CEVALLOS LOPEZ**

**C.I. 1804634796**

## APROBACION DEL JURADO EXAMINADOR

La comisión de Estudio y Calificación del Informe, sobre el Tema: “El Control Interno en el Proceso de Ventas y su incidencia en la Liquidez de la Empresa de Calzado INDUMIL de la Ciudad de Ambato del año 2013”, Presentada por el Sr. **CEVALLOS LOPEZ CARLOS ALBERTO**, estudiante de la Carrera de CONTABILIDAD Y AUDITORÍA; una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

Por lo tanto, se autoriza la presentación ante los Organismos pertinentes.

Para Constancia Firman



**Ing. Eduardo Paredes**  
**DOCENTE CALIFICADOR**



**Eco. Daniel Izquierdo**  
**DOCENTE CALIFICADOR**



**Eco. Diego Proaño Mg.**  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

## DEDICATORIA

La presente investigación se lo dedico a Dios, por las bendiciones brindadas día tras día, regalándome las fuerzas necesarias para seguir adelante y llegar a cumplir mis metas y objetivos personales.

A mi esposa por su apoyo incondicional, a mis hijas que me dan la inspiración necesaria de luchar por ellas y a mi madre por enseñarme desde pequeño el valor de la responsabilidad.

Carlos Cevallos

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a todos los docentes de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, por su importante participación en mi formación profesional ya que compartieron sus sabios conocimientos a todos quienes pasamos por sus aulas, de los cuales nos llevamos vivencias y experiencias altamente positivas.

A Dios por permitirme terminar una importante etapa de mi vida, por la fuerza para afrontar los retos diarios que se presentan, y finalmente a la empresa de Calzado Indumil por abrirme las puertas para el desarrollo de la presente investigación.

Carlos Cevallos

## ÍNDICE GENERAL

Portada .....	I
Aprobación del Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación .....	II
Autoría de la Investigación.....	III
Cesión de Derechos de Autor.....	IV
Al Consejo Directivo de la Facultad de Contabilidad y Auditoría .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Dedicatoria.....	VI
Agradecimiento .....	VII
Índice General.....	VIII
Índice de Gráficos .....	XII
Índice de Tablas.....	XIV
Índice de Figuras .....	XVI
Resumen Ejecutivo .....	XVII
Introducción .....	1
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>2</b>
<b>EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>2</b>
1.1. TEMA DE INVESTIGACIÓN .....	2
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.2.1. Contextualización .....	2
1.2.1.1. Contexto macro.....	2
1.2.1.2. Contexto meso .....	5
1.2.1.3. Contexto micro .....	7
1.2.2. Análisis Crítico .....	9
1.2.2.1. Árbol de problemas .....	9
1.2.3. Relación causa-efecto .....	10
1.2.4. Prognosis.....	10
1.2.5. Formulación del problema .....	11
1.2.6. Preguntas directrices .....	11
1.2.7. Delimitación .....	11
1.3. JUSTIFICACIÓN .....	12
1.4. OBJETIVOS .....	12
1.4.1. Objetivo general.....	12
1.4.2. Objetivos específicos.....	12
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>14</b>



<b>MARCO TEÒRICO .....</b>	<b>14</b>
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	14
2.2. FUNDAMENTACIONES .....	16
2.2.1. Fundamentación filosófica .....	16
2.2.2. Fundamentación Legal .....	17
2.3. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES .....	22
2.3.1. Superordinación conceptual .....	22
2.4. MARCO CONCEPTUAL.....	25
2.4.1. Marco Conceptual para la Variable Independiente: Control Interno en los Procesos de Ventas.....	25
2.4.1.1. AUDITORÍA .....	25
2.4.1.2. AUDITORÍA DE CONTROL INTERNO .....	27
2.4.1.3. CONTROL INTERNO EN LOS PROCESOS DE VENTAS ..	28
2.4.2. Marco Conceptual para la Variable Dependiente: Liquidez .....	36
2.4.2.1. GESTION FINANCIERA .....	36
2.4.2.2. ÍNDICES FINANCIEROS .....	37
2.4.2.3. LIQUIDEZ.....	41
2.4. HIPOTESIS.....	44
2.4.1. Señalamiento variable de la hipótesis .....	44
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>45</b>
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>45</b>
3.1 ENFOQUE .....	45
3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN .....	46
3.2.1 Investigación de campo.....	46
3.2.2 Investigación bibliográfica-documental.....	46
3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	46
3.3.1 Investigación de Asociación de Variables .....	47
3.3.2 Investigación descriptiva .....	47
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA .....	47
3.4.1 Población .....	47
3.3.2 Muestra .....	48
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	48
3.5.1 Variable Independiente: Control Interno en el Proceso de Ventas .....	49
3.5.2 Variable dependiente: Liquidez.....	50
3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	51

3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.....	51
3.7.1 Procesamiento de información.....	51
3.7.2 Plan de análisis e interpretación de resultados.....	52
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>53</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS .....</b>	<b>53</b>
4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	53
4.2 INTERPRETACIÓN DE DATOS .....	53
4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS .....	76
4.3.1 Simbología.....	76
4.3.3 Modelo Matemático.....	77
4.3.4 Determinación del Nivel de Significancia .....	77
4.3.5 Nivel de Significancia.....	77
4.3.6 Grados de Libertad .....	77
4.3.7 Nivel de significancia y Grados de Libertad.....	78
4.3.8 Preguntas seleccionadas para la verificación de la hipótesis... ..	78
4.3.9 Fórmulas.....	79
4.3.10 Media Aritmética.....	79
4.3.11 Frecuencias Observadas.....	79
4.3.12 Desviación típica de la muestra.....	79
4.3.13. “T” de Student.....	80
4.3.14. Cálculo Estadístico .....	81
4.3.15. Fórmula “T” Student.....	81
4.3.16. Condición.....	81
4.3.17. Conclusión.....	82
<b>CAPITULO V .....</b>	<b>83</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>83</b>
5.1 CONCLUSIONES .....	83
5.2 RECOMENDACIONES.....	84
<b>CAPÍTULO VI .....</b>	<b>85</b>
<b>PROPUESTA.....</b>	<b>85</b>
6.1. DATOS INFORMATIVOS.....	85
6.2. ANTECEDENTES .....	87
6.3. JUSTIFICACION.....	89
6.4. OBJETIVOS .....	89
6.4.1. Objetivo General.....	90

6.4.2. Objetivos Específicos.....	92
6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD .....	90
6.5.1. Factibilidad social .....	90
6.5.2. Factibilidad Económica - Financiera .....	91
6.5.3. Factibilidad legal.....	91
6.6. FUNDAMENTACIÓN .....	96
6.6.1. Control Interno en el proceso de ventas.....	96
6.6.1.1. Concepto de Control Interno en el proceso de ventas .....	96
6.6.2. Liquidez.....	99
6.6.2.1. Concepto de Liquidez.....	99
6.7. MODELO OPERATIVO .....	102
6.7.1 FASE I.....	103
6.7.1.1 Diagnóstico Interno .....	103
6.7.2 FASE II.....	116
6.7.2.1 Control Interno a través del Método COSO II .....	116
6.7.2.1.1 Cuestionario de control Interno de preguntas cerradas ....	116
6.7.2.1.2 Políticas de Control Interno al proceso de ventas de Indumil .....	125
6.7.2.1.3 Análisis a los Clientes de acuerdo a cada proceso del área de Ventas.....	125
6.7.2.3 Procesos de Ventas.....	126
6.7.2.3.1 Flujograma del proceso de ventas.....	126
6.7.2.4 Formas de Pago .....	127
6.7.3 FASE III.....	127
6.7.3.1 Indicadores de gestión al proceso de ventas de Indumil ....	127
6.7.3.2 Indicadores de Liquidez de Indumil.....	129
6.8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	137
6.8.1. Conclusiones.....	137
6.8.2 Recomendaciones.....	137
6.9. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA.....	138
6.10 EVALUACIÓN .....	138
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>140</b>
<b>LINKOGRAFÍA .....</b>	<b>144</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>146</b>
ANEXO 1 RUC DE LA EMPRESA .....	146

ANEXO 2: MODELO DE ENCUESTA.....	148
ANEXO 3: ESTADOS FINANCIEROS .....	155

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N° 1</b> Expositores Potenciales del Ecuador .....	03
<b>Gráfico N° 2</b> Porcentaje de PEA .....	05
<b>Gráfico N° 3</b> Porcentaje de Producción de Calzado por Provincias a Nivel Nacional .....	06
<b>Gráfico N° 4</b> Fondos Utilizados prudentemente en la entidad .....	56
<b>Gráfico N° 5</b> Confidencialidad y Seguridad en procesos internos.....	57
<b>Gráfico N° 6</b> Control Interno en el Proceso de ventas .....	58
<b>Gráfico N° 7</b> Funciones segregadas en forma adecuada .....	59
<b>Gráfico N° 8</b> Documentos que ayudaran a controlar el proceso de Ventas .....	60
<b>Gráfico N° 9</b> Cada cuanto realiza histórico de ventas .....	61
<b>Gráfico N° 10</b> Estudios de consumo y demanda de calzado .....	62
<b>Gráfico N° 11</b> Estrategias de marketing y publicidad.....	63
<b>Gráfico N° 12</b> Proceso de innovación, introducción de productos .....	64
<b>Gráfico N° 13</b> Se incentivan por cumplimiento de ventas en la entidad .	65
<b>Gráfico N° 14</b> Rentabilidad obtenida satisface metas y objetivos .....	66
<b>Gráfico N° 15</b> Se conoce el margen unitario de rentabilidad real de las ventas .....	67
<b>Gráfico N° 16</b> Adecuado seguimiento de cumplimiento de objetivos .....	68
<b>Gráfico N° 17</b> Se asignan funciones a los empleados de acuerdo a sus	69
<b>Gráfico N° 18</b> Evaluación de control interno previa COSO II .....	70
<b>Gráfico N° 19</b> Indicadores para un mejor control de la liquidez .....	71

<b>Gráfico N° 20</b> Excesivos gastos de ventas influyen en la liquidez .....	72
<b>Gráfico N° 21</b> En qué periodo cree usted se reporta mayores ingresos en la empresa .....	73
<b>Gráfico N° 22</b> Plazos de créditos para las ventas .....	74
<b>Gráfico N° 23</b> Controles en las cuentas por cobrar .....	75
<b>Gráfico N° 24</b> Se ha establecido la cobranza de la cartera de crédito en la empresa INDUMIL .....	76
<b>Gráfico N° 25</b> Se realiza control del proceso de ventas en la empresa INDUMIL .....	77
<b>Gráfico N° 26</b> Determinación de “T” Student.....	83
<b>Gráfico N° 27</b> Flujo Grama del Proceso de Ventas .....	125

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla Nº 1</b> Exportaciones de Calzado del Ecuador .....	03
<b>Tabla Nº 2</b> Nomina Oficial de los Servicios de la Empresa “ INDUMIL” ..	49
<b>Tabla Nº 3</b> Operacionalización de la Variable Independiente .....	51
<b>Tabla Nº 4</b> Operacionalización de la Variable Dependiente .....	52
<b>Tabla Nº 5</b> Fondos Utilizados prudentemente en la entidad.....	56
<b>Tabla Nº 6</b> Confidencialidad y Seguridad en procesos internos .....	57
<b>Tabla Nº 7</b> Control Interno en el Proceso de ventas .....	58
<b>Tabla Nº 8</b> Funciones segregadas en forma adecuada.....	59
<b>Tabla Nº 9</b> Documentos que ayudaran a controlar el proceso de Ventas .....	60
<b>Tabla Nº 10</b> Cada cuanto realiza histórico de ventas .....	61
<b>Tabla Nº 11</b> Estudios de consumo y demanda de calzado.....	62
<b>Tabla Nº 12</b> Estrategias de marketing y publicidad .....	63
<b>Tabla Nº 13</b> Proceso de innovación, introducción de productos .....	64
<b>Tabla Nº 14</b> Se incentivan por cumplimiento de ventas en la entidad .....	65
<b>Tabla Nº 15</b> Rentabilidad obtenida satisface metas y objetivos .....	66
<b>Tabla Nº 16</b> Se conoce el margen unitario de rentabilidad real de las ventas .....	67
<b>Tabla Nº 17</b> Adecuado seguimiento de cumplimiento de objetivos .....	68
<b>Tabla Nº 18</b> Se asignan funciones a los empleados de acuerdo a sus habilidades .....	69
<b>Tabla Nº 19</b> Evaluación de control interno previa COSO II .....	70
<b>Tabla Nº 20</b> Indicadores para un mejor control de la liquidez .....	71

<b>Tabla N° 21</b> Excesivos gastos de ventas influyen en la liquidez .....	72
<b>Tabla N° 22</b> En qué periodo cree usted se reporta mayores ingresos en la empresa .....	73
<b>Tabla N° 23</b> Plazos de créditos para las ventas .....	74
<b>Tabla N° 24</b> Controles en las cuentas por cobrar .....	75
<b>Tabla N° 25</b> Se ha establecido la cobranza de la cartera de crédito en la empresa INDUMIL .....	76
<b>Tabla N° 26</b> Se realiza control del proceso de ventas en la empresa INDUMIL .....	77
<b>Tabla N° 27</b> Frecuencias Observadas.....	81
<b>Tabla N° 28</b> Equipo Técnico Responsable .....	88
<b>Tabla N°29</b> Recursos Materiales.....	88
<b>Tabla N° 30</b> Modelo Operativo .....	104
<b>Tabla N° 31</b> Cuestionario de Control Interno .....	117
<b>Tabla N° 32</b> Confianza .....	123
<b>Tabla N° 33</b> Reporte de Ventas por modelos de INDUMIL.....	124
<b>Tabla N° 34</b> Indicadores de Liquidez .....	128
<b>Tabla N° 35</b> Previsión de la Evaluación .....	138

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura Nº 1</b> Árbol de Problemas .....	09
<b>Figura Nº 2</b> Constelación de Idea de la Variable .....	24
<b>Figura Nº 3</b> Constelación de Idea de la Variable Independiente .....	25
<b>Figura Nº 4</b> Constelación de Idea de la Variable Dependiente .....	26



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

**TEMA:** “El Control Interno en el Proceso de Ventas y su incidencia en la Liquidez, de la Empresa de Calzado INDUMIL de la Ciudad de Ambato del año 2013”

**AUTOR:** Carlos Cevallos

**TUTOR:** Eco. Gladys Coello

**FECHA:** Ambato, 21 de Abril del 2015

**RESUMEN EJECUTIVO**

Las empresas sin importar la actividad económica que se desenvuelvan, tiene como principal finalidad el incremento del volumen de ventas ya sea de productos o servicios ofertados, y de manera ágil controlar las mismas, para obtener beneficios económicos, para lo cual es primordial, la misma que fomente la participación de todo el personal mediante el despacho y registro adecuado de la mercadería, de esta manera se establecerá una empresa competitiva que perdure en el tiempo y ofrezca a sus colaboradores herramientas que faciliten el desarrollo de las actividades diarias, y se obtengan resultados favorables para la misma.

Por otro lado la liquidez en la entidad, permite conocer la relación que existe en la calidad de los activos y pasivos, como también el ciclo de cobro y pago por parte de los clientes, además de la forma en que se puede cumplir con las deudas y obligaciones a corto plazo, es por esto que se ha planteado un control interno al proceso de ventas, el mismo que permitirá mitigar los riesgos detectados.

# INTRODUCCIÓN

El presente proyecto, es un trabajo realizado a partir de un diagnóstico de la realidad de la empresa, consta de seis capítulos los cuales contiene lo siguiente:

**Capítulo I.-** Trata del problema de investigación que es la parte medular a partir del cual se considera las causas y los efectos que han provocado la situación actual, se establece también el contexto macro, meso y micro del problema así como los objetivos que se desean alcanzar con la investigación.

**Capítulo II.-** Hace referencia a los antecedentes investigativos, como trabajo de investigación, debe tener una fundamentación que sustente su realización, por lo cual se indica la fundamentación filosófica y legal. A su vez se establece también la categorización de las variables motivo de estudio y en el marco conceptual que es la fundamentación teórica y documental, la misma que servirá para que los beneficiarios del proyecto conozcan de manera más amplia y clara del trabajo realizado.

**Capítulo III.-** Se indica las modalidades y tipos de investigación aplicables al proyecto, se determina como se llevará a cabo la investigación de campo, como se obtendrá la información y los instrumentos para recopilar la información para posteriormente procesarla.

**Capítulo IV.-** Se presenta a través de tablas y gráficos estadísticos, por lo que, con el análisis de resultados se ha logrado descifrar datos y verificar la hipótesis establecida.

**Capítulo V.-** Corresponde a las conclusiones y recomendaciones para la aplicación de la propuesta y las conclusiones de los resultados que se esperan lograr.

**Capítulo VI.-** Contiene datos informativos, antecedentes de la propuesta, la justificación, los objetivos, el análisis de factibilidad, la fundamentación, la metodología, el modelo operativo, la previsión de la evaluación, fuentes viables de referencia y los respectivos Anexos.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. TEMA DE INVESTIGACIÓN

“El Control Interno en el Proceso de Ventas y su incidencia en la Liquidez de la Empresa de Calzado INDUMIL de la Ciudad de Ambato del año 2013”

### 1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.2.1. Contextualización

##### 1.2.1.1. Contexto macro

La industria del calzado tiene un gran desarrollo en materia de diseño, variedad y especialización. En el Ecuador existe producción de calzado para montaña, exclusivo de cuero e industrial. La industria se encuentra inmersa en procesos de tecnificación cada vez más avanzados. Existe un gran desarrollo de la industria principalmente en las provincias de Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas. **(Ministerio Comercio E, 2013)**

La industria del calzado es uno de los sectores más relevantes dentro del país, esto se debe a que nuestros productos son de calidad y mayoritariamente requeridas en distintos países del mundo, lo que permite el crecimiento económico tanto del país como de los empresarios o dueños de dichos negocios.

**TABLA N°1  
EXPORTACIONES DE CALZADO DE ECUADOR**

FOB	DESTINOS
USD \$38,9 mm	Colombia
	Perú
	Venezuela
	Guatemala
	Estados Unidos

**FUENTE:** Ministerio de Comercio Exterior (2013)  
**ELABORADO POR:** Carlos Cevallos

Actualmente a nivel nacional existen 4.500 productores de calzado que atienden al 90% de la demanda en el Ecuador, en total producen 30 millones de pares de zapatos al año. Es un sector que enfrentó su peor crisis en el 2008, debido fundamentalmente a la presencia de los zapatos chinos y los usados. **(Mercurio, 2013, pág. 6)**

En los últimos años el sector industrial ha sufrido una pequeña crisis, esta se debe a que los productos ecuatorianos han sido remplazados por productos chinos, debido a sus precios bajos, sin embargo ha superado dicha crisis gracias a políticas motivadoras del actual gobierno así como a la calidad.

Como potenciales expositores 2013, constan los siguientes:

**GRÁFICO N° 1**



**FUENTE:** Diario El mercurio, (2013).  
**ELABORADO POR:** Carlos Cevallos

El Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) emitió reformas al Reglamento Técnico 080 para controlar el etiquetado de calzado tanto de producción nacional como importada.

Estas reformas, vigentes al igual que el nuevo etiquetado de textiles desde el 7 de diciembre del 2013, determinan que las etiquetas estén adheridas a la prenda en un lugar visible.

La etiqueta debe contener siete datos: talla; país de origen o una leyenda que diga fabricado en; identificación del fabricante, del importador y/o distribuidor; identificación de los materiales de sus componentes; marca comercial; logotipo; e indicar si no tiene forro.

Fabricantes e importadores deben obtener el certificado de inspección, emitido por una entidad acreditada por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE). En el caso de los importadores se hará una inspección y muestreo al lote de productos en destino. Si el producto es nacional, revisión y muestreo serán en la empresa fabricante.

La aduana tiene la facultad de controlar en el aforo de la mercadería que ésta ingrese conforme a las normas INEN y ante el incumplimiento solo reporta al organismo rector para la sanción que amerite. Considera que estas reformas implican pérdida de tiempo entre una semana y 15 días con un aumento del 1% al costo de importación. **(Diario el Universo , 2013, pág. 5) “Sector calzado también entra al nuevo etiquetado”.**

Es necesario para las empresas productoras y distribuidoras de calzado, realizar un control interno en sus procesos de venta con el propósito de mejorar la economía de los mismos. Por este motivo el control interno ayudará a mejorar la liquidez empresarial, favoreciendo al control de sus procesos de venta, con la finalidad de fomentar un mayor manejo y control del taller.

La mayoría de la gente de ventas, y las compañías no utilizan actualmente un proceso formal de ventas. El desempeño de venta individual como el de la compañía mejora sustancialmente cuando se implementa un proceso a lo largo de toda la organización, logrando incrementos de un 20% en las ventas. Este proceso prospera cuando todos dentro de la organización utilizan un lenguaje común y sugiere un proceso determinado. El único camino para lograr la escalabilidad en los equipos de ventas requiere la implementación de un proceso simple pero estructurado, que pueda ser seguido por todos, y sea la base de la mejora de desempeño para todos los ejecutivos. **(Bravo L, 2010, pág. 56)**

En las empresas el personal de ventas no poseen un proceso formal para la realización de sus actividades, para ello es necesario implementar un proceso que sea simple pero bien realizado para que exista un lenguaje común en todas las áreas que poseen los diferentes tipos de empresas.

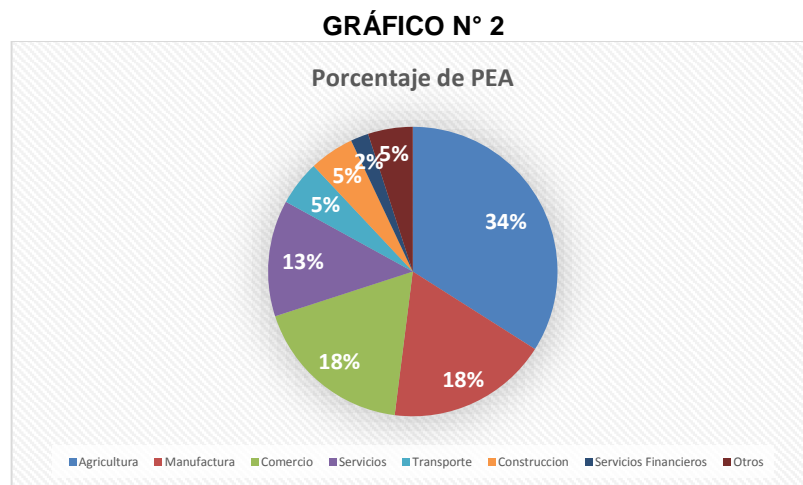
La liquidez es tan importante para las compañías como para los inversores. Una persona física o ideal puede ser rica en términos del valor de los bienes que posea, pero esta persona puede presentar problemas, si es incapaz de convertir esos activos en efectivo. Las empresas sin efectivo pueden atravesar dificultades con sus acreedores. Finalmente, un conocimiento sobre la liquidez propia de cada empresa le ayudará al inversor a evitar aquellas que podrían tener problemas en un futuro no muy lejano. Por lo tanto, liquidez es un término utilizado para describir cuán fácil es convertir activos en efectivo. (Villafañe A, 2008, pág. 13).

Una persona puede poseer bienes que representen un capital alto, sin embargo esta persona puede tener problemas si no es capaz de convertir esos activos en dinero en efectivo, si no lo realiza puede atravesar varias dificultades para con sus acreedores.

#### 1.2.1.2. Contexto meso

La provincia de Tungurahua es una de las provincias más productivas en cuanto a la producción y distribución de calzado, dicho sector es de gran importancia para la población, por lo que dicha producción es cada vez es más alta.

El 34% de la PEA de Tungurahua se encuentra concentrada también en las zonas rurales, especialmente en la actividad agropecuaria, un 18% del a PEA está en la industria, 18% en el comercio, 13% servicios, 5% transporte, construcción el 5%, servicios financieros el 2% y otras actividades el 5%. (Ministerio de Coordinación de la Productividad, Empleo y Competitividad., 2011, pág. 19)



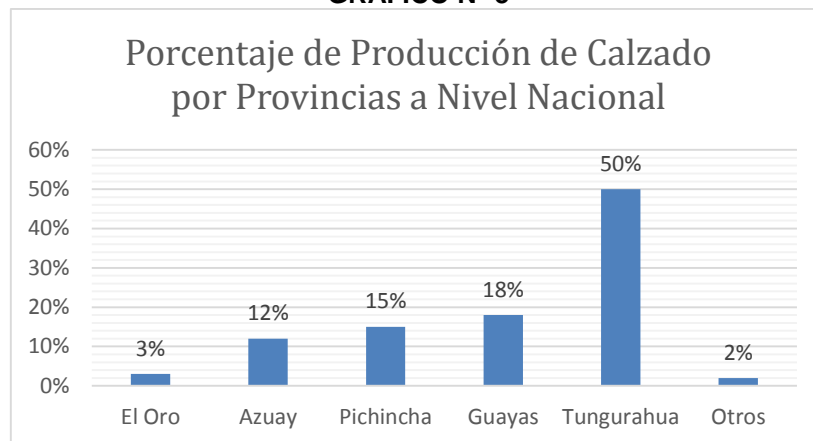
**FUENTE:** Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad 2011  
**ELABORADO POR:** Carlos Cevallos

En el 2008 se registraron 600 fabricantes de calzado en el país. Hoy se contabilizan más de 5 000 productores. De estos, el 50% está en la provincia de Tungurahua. El crecimiento de esta industria en la provincia tomó impulso a partir del 2009. “Se aplicó la salvaguarda y también se creó un arancel mixto que nos ha permitido un crecimiento interesante.

Todo el calzado que se confecciona en Tungurahua todavía no llega a los mercados extranjeros. La calidad que se garantiza en cada par de zapatos hecho en Tungurahua también radica en el cuero. Esta es materia prima principal que utiliza la mayoría de productores y lo tienen a la mano. Solo en Ambato funcionan cerca de 25 curtiembres que proveen de esta materia prima a los pequeños y grandes productores, dentro y fuera de la provincia. **(Villavicencio L, 2013, pág. 24)**

Con el paso de los años los fabricantes de calzado han ido aumentando paulatinamente debido a que el sector en Tungurahua es impulsado por varias autoridades, puesto que su nivel económico es favorable para la provincia.

**GRÁFICO N° 3**



**FUENTE:** La tarde.com (2013).  
**ELABORADO POR:** Carlos Cevallos

Debido a la alta productividad de las empresas y talleres de calzado es necesaria la aplicación de controles sobre los procesos de ventas con la finalidad de mantener una estabilidad empresarial y económica que brinde un incremento en la liquidez de cada una de ellas.

La gestión de ventas es uno de los componentes clave que debe practicar cada negocio basado en las ventas. Es la formación y la gestión de un equipo de ventas y el seguimiento y notificación de las ventas de la compañía. Es importante para un negocio, porque si los principios de la gestión de ventas se practican correctamente, pueden aumentar las ventas de tu empresa. A medida que la empresa crece, puede ser más difícil de controlar y administrar el proceso de ventas sin un sistema en su lugar.

La gestión de ventas ofrece a las empresas un sistema para entrenar y manejar a los empleados al tiempo que agiliza el proceso de venta desde el empleado de ventas individual hasta el cliente. Esto es beneficioso porque si hay un problema en cualquier punto del proceso de venta que puede afectar a la rentabilidad de la empresa, se puede identificar y corregir rápidamente. **(Gregory S, 1013, pág. 14)**

La gestión de las ventas es la parte fundamental de las empresas, esto se debe al establecimiento de un adecuado proceso de ventas, es decir un control específico sobre las funciones que realizan sus empleados, que permita incrementar la liquidez del negocio, estableciendo una estabilidad económica y un control adecuado sobre los mismos.

#### *1.2.1.3. Contexto micro*

Calzado INDUMIL es una empresa dedicada a la fabricación de calzado de cuero y botas. La empresa inició sus actividades como un taller artesanal en el año 1996 con 5 trabajadores.

El taller recibe el nombre de INDUMIL ya que empezó en la línea de botas industriales y militares. Mientras los años pasaban iban creciendo y por el año 1998 aumentaron su línea de producción con zapatos casuales y deportivos, además su personal se incrementó a 10 colaboradores, sintiendo el problema en la organización administrativa, debido a que el gerente de la empresa era el jefe de producción y además realizaba ventas.

Hasta el año 2012 INDUMIL incrementó sus ventas y la mano de obra aumento a 16 trabajadores y el personal de oficina llego a 2 colaboradores, un ayudante de bodega y un nuevo jefe de producción, generándose información por separada.



Es así como la empresa pasa de ser un pequeño taller a una fábrica que produce 3000 pares de calzado mensuales con clientes nacionales, y diferentes tiendas de calzado del país, razón por la cual es necesario realizar un control para el mejoramiento de los procesos en el área de ventas, con el objetivo de que los departamentos trabajen en un solo conjunto y una sola meta, logrando conocer el verdadero costo del calzado, mano de obra, materia prima, etc., y así conocer la liquidez real de la empresa.

## 1.2.2. Análisis Crítico

### 1.2.2.1. Árbol de problemas

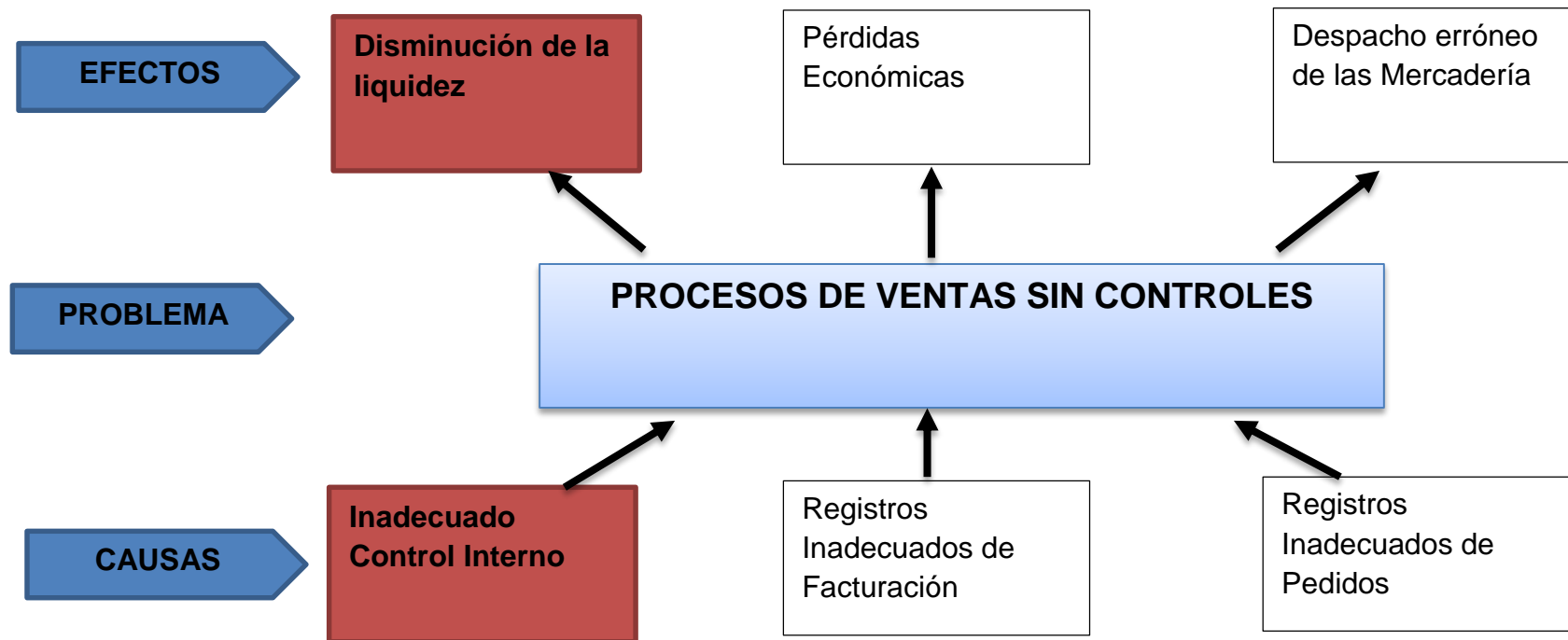


Figura N1 Árbol de Problemas  
Elaborado por: Carlos Cevallos

### **1.2.3. Relación causa-efecto**

Una vez analizado el problema de la Empresa "INDUMIL", se define como principal problema, los procesos de ventas sin controles, para lo cual se identificó las causas y efectos, los cual se debe al inadecuado control interno, lo que ocasiona una disminución de la liquidez de la entidad.

"INDUMIL" tampoco cuenta con registros adecuados de facturación, debido a los procesos de ventas sin controles, ocasionado pérdidas económicas.

Finalmente el que la empresa no cuente con registros adecuados de sus pedidos, ha provocado que la mercadería se despache con errores debido al proceso de venta actual carente de controles.

### **1.2.4. Prognosis**

La empresa "INDUMIL", al no solucionar el problema como son los procesos de ventas sin controles, esto conllevará a disminuir su liquidez, ocasionada por el inadecuado control interno, provocando el incumplimiento de sus metas u objetivos de manera eficaz.

Además se han presentado registros inadecuados de facturación de productos, afectando directamente al despacho de la mercadería, esto se debe a que la empresa no realiza un análisis meticuloso de los procesos para controlar la venta de calzado, otro de los inconvenientes de la empresa es el registro inadecuado de los pedidos, lo que provoca una insatisfacción en la clientela de la empresa.

Debido a los problemas mencionados, la empresa debe aplicar la presente investigación, caso contrario provocaría pérdidas económicas, trayendo como consecuencias riesgos internos y así como también la quiebra de la entidad.

### **1.2.5. Formulación del problema**

¿Es el inadecuado control interno en el proceso de ventas lo que incide en la disminución de la liquidez, de la empresa Indumil?

### **1.2.6. Preguntas directrices**

- ¿Se ha aplicado un adecuado control interno, que refleje los posibles riesgos que haya incurrido la empresa INDUMIL, frente al cumplimiento de metas y objetivos institucionales?
- ¿En la entidad se analiza la liquidez actual, y sus variaciones frente al uso de los recursos disponibles de la entidad?
- ¿Qué solución se pretende demostrar para mejorar los procesos de ventas sin controles e incrementar la liquidez de la empresa de Calzado Indumil?

### **1.2.7. Delimitación**

- **Campo:** Auditoría
- **Área:** Auditoría Financiera
- **Aspecto:** Control Interno
- **Temporal:** año 2013
  - El tiempo de Investigación será tomado del año 2013.
  - El tiempo de ejecución del presente proyecto será de abril 2014 hasta abril del 2015.
- **Espacial:** La investigación se realizará en la Empresa INDUMIL en la provincia de Tungurahua cantón Ambato, Parroquia Celiano Monje, Barrio Letamendi, Calle Rosa Robalino N° 125 e Isidro Viteri. Referencia a una cuadra del hospital del niño la merced. Teléfono 032 845424
- **Variables:**
  - **Variable independiente:** Control Interno de Procesos de Ventas
  - **Variable dependiente:** Liquidez

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

El presente trabajo se justifica por la importancia que brinda el proponer soluciones a los problemas planteados, no solo identificar las causas por las cuales la empresa presenta deficientes procesos de ventas, sino también proporcionar información oportuna, para tomar medidas correctivas sobre la aplicación de políticas que ayuden a incrementar la liquidez de la Empresa "INDUMIL".

El Control Interno permitirá a la empresa efectuar una investigación directa sobre sus procesos de venta, realizando evaluaciones periódicas a los mismos, permitiendo efectuar un control eficiente de la mercadería, para no afectar la Liquidez de la empresa la cual debe proporcionar el reconocimiento de los parámetros para el manejo de los procesos.

La presente investigación se beneficia por su factibilidad al contar con la colaboración del personal de la Empresa "INDUMIL", y por la apertura total de la información necesaria para el presente trabajo, la cual es totalmente verídica, puesto que se realiza en el mismo lugar de los hechos.

### **1.4. OBJETIVOS**

#### ***1.4.1. Objetivo general***

Estudiar el control interno de los procesos de ventas y su impacto en la liquidez de la Empresa "INDUMIL".

#### ***1.4.2. Objetivos específicos***

- Evaluar el control interno aplicado en la entidad, para determinar los riesgos de control en función del cumplimiento de metas y objetivos institucionales.

- Analizar de qué manera la liquidez ha variado con respecto a años anteriores, para demostrar la utilización eficiente de los recursos disponibles de la empresa.
- Proponer el diseño de políticas en el proceso de ventas, en base al Método COSO II, para alcanzar indicadores de liquidez satisfactorios en la empresa de calzado INDUMIL.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÒRICO

#### 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

El presente trabajo investigativo, estará basado en los siguientes trabajos investigativos, obtenidos de diversas fuentes de información:

Según **(Joaquín Cárdenas Leonela M & Céspedes Alayo Ana R, 2013, págs. 96-98)**, en su trabajo de investigación de la **“UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO-TRUJILLO PERÚ” “DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO ACTUAL EN EL PROCESO ESPECÍFICO DE LAS VENTAS DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES ITTSABUS”**, concluye que:

La investigación realizada a la Empresa de Transportes ITTSABUS tuvo como objeto principal realizar un diagnóstico del estado actual del proceso específico de las ventas y el control interno en este proceso, a efecto de identificar sus deficiencias y proponer algunas mejoras. Así mismo hacer un análisis de aquellos aspectos que se consideran esenciales para el buen funcionamiento del Control Interno dentro del área de ventas:

- La falta de políticas y procedimientos establecidos para el área de ventas que explique en detalle las funciones según el cargo.
- Los errores constantes en el ingreso de información al sistema de venta de pasajes (liquidaciones, correlativos, anulaciones) generando inconsistencias en la información presentada.
- La falta de capacitación a los nuevos trabajadores en el área.

Los procesos internos que pertenecen al área de ventas pueden ser mejorados, para lo cual, es importante desarrollar un equipo de capacitación e inducción a fin de que los nuevos vendedores, tengan claras sus responsabilidades en las actividades que realizan dentro de la empresa. Se debe emitir una disposición interna, que abarque la exposición semanal y mensual de las situaciones del área que merezcan atención. De esta manera se tendrá un soporte de conducta que debe ser cumplido por los empleados de dicha área.

Se observa que en la empresa de Transportes ITTSABUS, la aplicación de un control interno en el proceso de ventas ha ayudado a mejorar el nivel de atención al cliente, que es insuficiente, y se ha elaborado el código de conducta y valores en el cual se establezca compromisos y protocolos éticos para mejorar el nivel de atención que redunde en la fidelidad del cliente.

Según **(Niola Ordóñez Ana E & Urgilés García Carmen E, 2013, págs. 29-30)**, en su trabajo investigativo de la **“UNIVERSIDAD DE CUENCA-ECUADOR”, “EVALUACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO A LOS PROCESOS DE COMPRA Y VENTA DE ZONA MUEBLES CÍA. LTDA.,”** menciona que:

El control interno permite a las personas involucradas en los procesos, utilizar los recursos disponibles con eficiencia, efectividad, eficacia y economía y alcanzar los objetivos establecidos para cada uno de los procesos.

El control interno se amplía como consecuencia del notable aumento de la producción, ya que no se prestaba atención a la fase administrativa u organizativa, reconociéndose la necesidad de crear e implementar sistemas de control como consecuencia del importante crecimiento operativo dentro de las empresas, llevando a cabo un control sobre la gestión de los negocios.

El control interno es un proceso o un medio para llegar a un fin y no un fin en sí mismo, proporciona una seguridad razonable y no absoluta, se puede cometer errores, no proporciona seguridad completa de que se logren los objetivos.

Según las opiniones del autor se puede concluir que el control Interno nace para ayudar a las personas involucradas en los procesos cumpliendo con las políticas y objetivos que establece la empresa Zona Muebles Cía. Ltda.



Según (Inés Cristina Asubadin A, 2011, págs. 74- 78), en su trabajo investigativo de la “**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO-ECUADOR**”, “**CONTROL INTERNO DEL PROCESO DE COMPRAS Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA COMERCIAL YUCAILLA CÍA. LTDA**, Latacunga durante el año 2010”

Realizando la investigación del Control Interno al proceso de compras y su incidencia en la liquidez del año 2010, se pudo evidenciar el inadecuado control que se lleva la empresa con respecto al proceso de compras, es indispensable que una empresa que se encuentra con nuevos proyectos de comercialización siga un proceso que ayude a mejorar el problema que se suscita en la empresa, es por eso que un buen control interno es importante puesto que ayudo a formar un buen ambiente de trabajo y sobre todo orienta al personal y gerentes de la institución a cumplir las funciones encomendadas con eficiencia y eficacia.

- Al analizar el proceso de compras en la empresa Comercial Yucailla se ha concluido que un buen control interno es importante puesto que ayuda a formar un buen ambiente de trabajo y sobre todo orienta al personal y gerentes de la institución a cumplir las funciones encomendadas con eficiencia y eficacia logrando cumplir las metas planteadas.
- Es necesario reestructurar los procesos de control interno en las compras para empezar a cumplir los procedimientos correctos utilizando las funciones y procedimientos que exige la empresa para lograr los objetivos planteados, de esta manera controlar las compras que requiere Comercial Yucailla, además con estos cambios se podrá tener un adecuado manejo en la liquidez.

Basándose en la investigación del autor se resumen que la liquidez es la capacidad que tiene el Comercial YUCAILLA Cía. Ltda, para pagar sus obligaciones contraídas con terceros, por otra parte es la disponibilidad que posee el comercial para continuar su actividad económica.

## **2.2. FUNDAMENTACIONES**

### **2.2.1. Fundamentación filosófica**

El presente trabajo investigativo se basa en el paradigma positivista, porque a través de él se obtendrá información confiable y oportuna.

Es por esto que **(Zayas S, 2012, pág. 6)**, en su obra indica que:

La investigación cualitativa se define de forma poco precisa como una categoría de diseños de investigación que extraen descripciones a partir de observaciones que adoptan la forma de entrevistas, narraciones, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audio y vídeo, registros escritos de todo tipo, fotografías o películas y artefactos.

Para el paradigma positivista la realidad es única, puede ser fragmentada para su análisis y las partes pueden ser manipuladas independientemente. De acuerdo con la concepción dialéctica del conocimiento existen múltiples realidades construidas por cada persona, por lo tanto, el estudio de una parte está influido por el estudio de las otras partes de esa realidad.

Para el paradigma positivista el sujeto y el objeto son independientes. En la concepción dialéctica del conocimiento el sujeto y el objeto interactúan de manera dialéctica, es decir, se modifican mutuamente y por tanto, son inseparables.

La presente investigación se basará en el paradigma crítico positivista, porque permite comprender y explicar diferentes aspectos, con el propósito de descubrir, analizar, interpretar y proponer soluciones al problema en estudio.

### ***2.2.2. Fundamentación Legal***

El presente trabajo investigativo estará respaldado en las leyes que se detallan a continuación:

Según el **Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones en su Registro Oficial™ N° 351**, Quito, miércoles 29 de diciembre del 2010 indica que:

## **TÍTULO PRELIMINAR: DEL OBJETIVO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN**

Art. 1.- Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República.

De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Según la NIA 6 en su Sección 400 titulada CONTROL INTERNO: Evaluación de riesgos y control interno en la Resolución No. 06.Q.ICI.003 del 21 de agosto de 2006 menciona que:

**Propósito:**

El propósito de esta norma es proporcionar pautas referidas a la obtención de una comprensión y prueba del sistema de control interno, la evaluación del riesgo inherente y de control y la utilización de estas evaluaciones para diseñar procedimientos sustantivos que el auditor utilizará para reducir el riesgo de detección a niveles aceptables.

## **1-12 Riesgo inherente**

Para evaluar el riesgo inherente, el auditor usa juicio profesional para evaluar cuyos ejemplos son:

- A nivel del estado financiero
- A nivel de saldo de cuenta y clase de transacciones
- Sistemas de Contabilidad y de Control Interno
- Limitaciones inherentes de los controles internos
- Comprensión de los sistemas de contabilidad y control interno

## **Sistemas de contabilidad y de control interno**

El auditor debería obtener una comprensión del sistema de contabilidad suficiente para identificar y entender:

- a) Las principales clases de transacciones en las operaciones de la entidad;
- b) Cómo se inician dichas transacciones;
- c) Registros contables importantes, documentos de respaldo y cuentas en los estados financieros; y
- d) El proceso contable y de informes financieros, desde el inicio de transacciones importantes y otros eventos hasta su inclusión en los estados financieros.

### **Ambiente de Control**

El auditor debería obtener suficiente comprensión del ambiente de control para evaluar las actitudes, conciencia y acciones de directores y administración, respecto de los controles internos y su importancia en la entidad.

### **Procedimientos de Control**

El auditor debería obtener suficiente comprensión de los procedimientos de control para desarrollar el plan de auditoría.

### **Riesgo de control**

- a) Después de obtener una comprensión de los sistemas de contabilidad y de control interno, el auditor debería hacer una evaluación preliminar del riesgo de control, al nivel de aseveración, para cada saldo de cuenta o clase de transacciones, de importancia relativa.
- b) La evaluación preliminar del riesgo de control para una aseveración del estado financiero debería ser alta a menos que el auditor:
- c) Pueda identificar controles internos relevantes a la aseveración que sea probable que prevengan o detecten y corrijan una representación errónea de importancia relativa; y
- d) Planee desempeñar pruebas de control para soportar la evaluación.

### **25-26 Documentación de la comprensión o y de la evaluación del riesgo de control**

- a) El auditor debería documentar en los papeles de trabajo de la auditoría:

- b) La comprensión obtenida de los sistema de contabilidad y de control interno de la entidad; y
- c) La evaluación del riesgo de control.

### **27-34 Pruebas de Control**

Las pruebas de control se desarrollan para obtener evidencia de auditoría sobre la efectividad de:

- a) El diseño de los sistemas de contabilidad y de control interno, es decir, si están diseñados adecuadamente para evitar o detectar y corregir representaciones erróneas de importancia relativa; y
- b) La operación de los controles internos a lo largo del período.

### **35-38 Calidad y oportunidad de la evidencia de auditoría**

El auditor puede decidir desempeñar algunas pruebas de control durante una visita intermedia antes del final del período. Los factores que tendrá que considerar incluye:

- Los resultados de las pruebas provisionales.
  - La extensión del período restante
- Si han ocurrido cambios en los sistemas de contabilidad y de control interno durante un período restante.
- La naturaleza y monto de las transacciones y otros eventos y los saldos implicados.
  - El ambiente de control, especialmente controles de supervisión.
  - Los procedimientos sustantivos que el auditor planea llevar a cabo.

### **Evaluación final del riesgo de control**

**Párrafo 39.** Antes de la conclusión de la auditoría, basado en los resultados de los procedimientos sustantivos y de otra evidencia de auditoría obtenida por el auditor, el auditor debería considerar si la evaluación del riesgo de control es confirmada.

**Párrafo 40.** Relación entre las evaluaciones de riesgos inherente y de control, la administración a menudo reacciona a situaciones de riesgo inherente diseñando sistemas de contabilidad y de control interno para prevenir o detectar y corregir representaciones erróneas y por lo tanto, en muchos casos, el riesgo inherente y el riesgo de control están altamente interrelacionados. Como resultado, el riesgo de auditoría puede ser más apropiadamente determinado en dichas situaciones haciendo una evaluación combinada.

## **Párrafo 41-45 Riesgo de detección**

El auditor debería considerar los niveles evaluados de riesgos inherentes y de control al determinar la naturaleza, oportunidad y alcance de los procedimientos sustantivos requeridos para reducir el riesgo de auditoría a un nivel aceptable. A este respecto, el auditor consideraría:

- a) La naturaleza de los procedimientos sustantivos, por ejemplo, usar pruebas dirigidas hacia partes independientes fuera de la entidad y no pruebas dirigidas hacia partes o documentación dentro de la entidad, o usar pruebas de detalles para un objetivo particular de auditoría además de procedimientos analíticos;
- b) La oportunidad de procedimientos sustantivos, por ejemplo, desempeñándolos al fin del período y no en una fecha anterior; y
- c) El alcance de los procedimientos sustantivos, por ejemplo, usar un tamaño mayor de muestra.

## **48 Riesgo de auditoría en el negocio pequeño**

El auditor necesita obtener el mismo nivel de seguridad para expresar una opinión no calificada sobre los estados financieros tanto de entidades pequeñas como grandes. Sin embargo, muchos controles internos que serían relevantes para entidades grandes no son prácticos en el negocio pequeño.

## **49 Comunicación de debilidades**

Como resultado de obtener una comprensión de los sistemas de contabilidad y de control interno y de las pruebas de control, el auditor puede darse cuenta de las debilidades en los sistemas. La comunicación a la administración de las debilidades de importancia relativa ordinariamente sería por escrito.

Según las **SAS que tienen referencia al CONTROL INTERNO**, mencionan que:

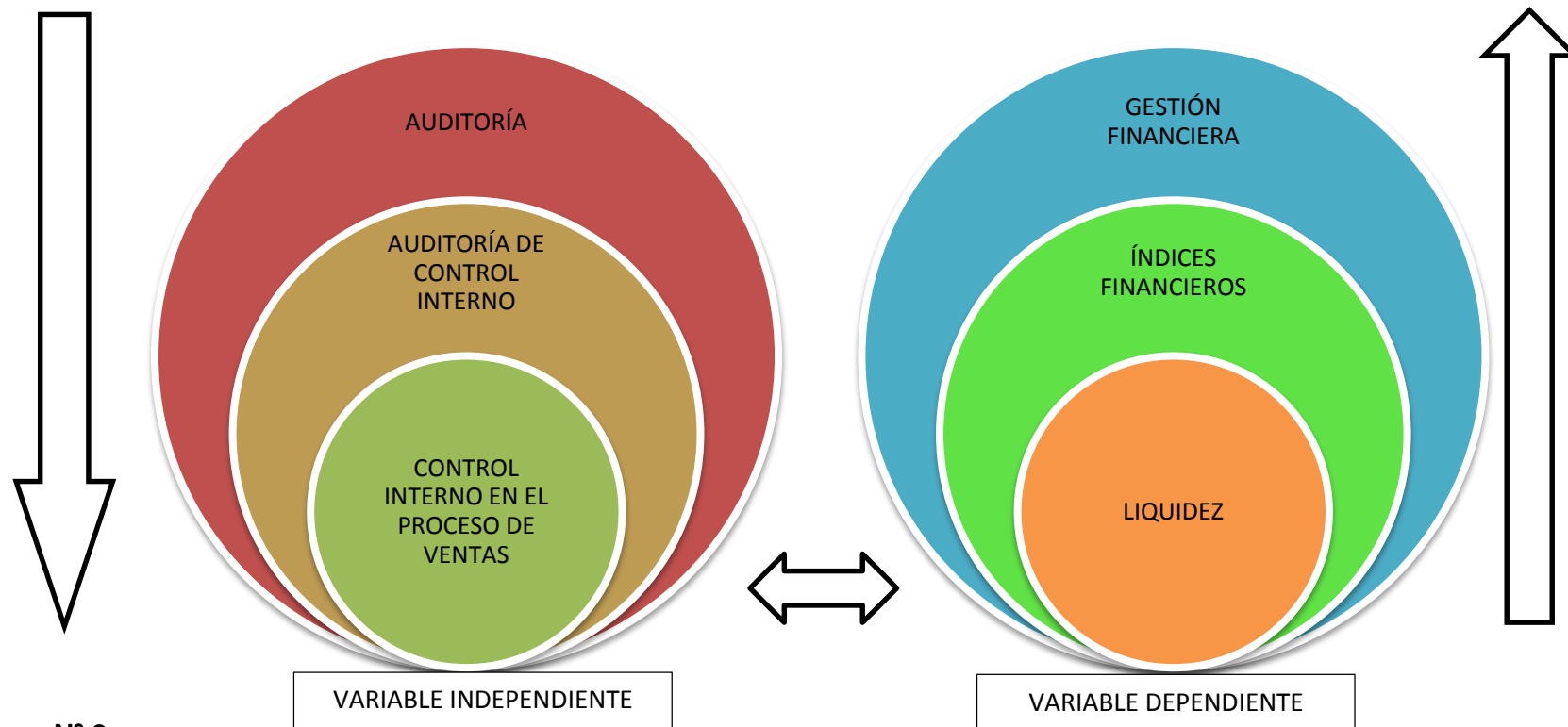
**SAS- 55.-** Modificado por SAS-78 requiere que el auditor comprenda el sistema del control interno del cliente para que esto le sirva de base para el planeamiento del trabajo de auditoría. La evaluación del control interno hecha por el auditor determina, en parte la naturaleza, momento y alcance de los procedimientos de auditoría sustantivos

**SAS – 47.-** Considera el riesgo inherente, uno de los elementos a tenerse en cuenta al evaluar el riesgo de control.

**SAS – 60.-** Contiene las definiciones de condiciones reportables y de debilidades relativamente importantes en el control interno del cliente.

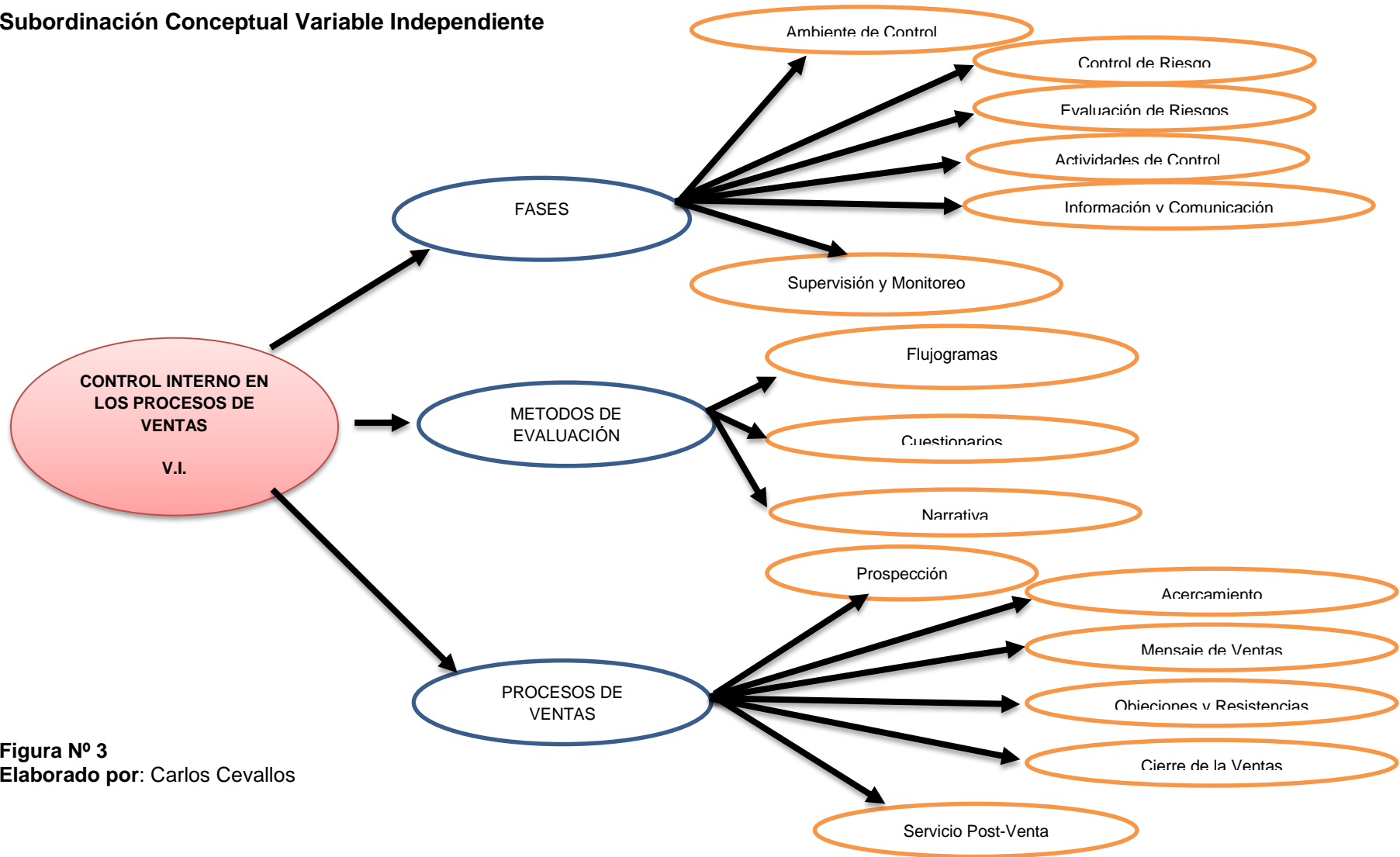
## 2.3. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

### 2.3.1. Superordinación conceptual



**Figura Nº 2**  
Elaborado por: **Carlos Cevallos**

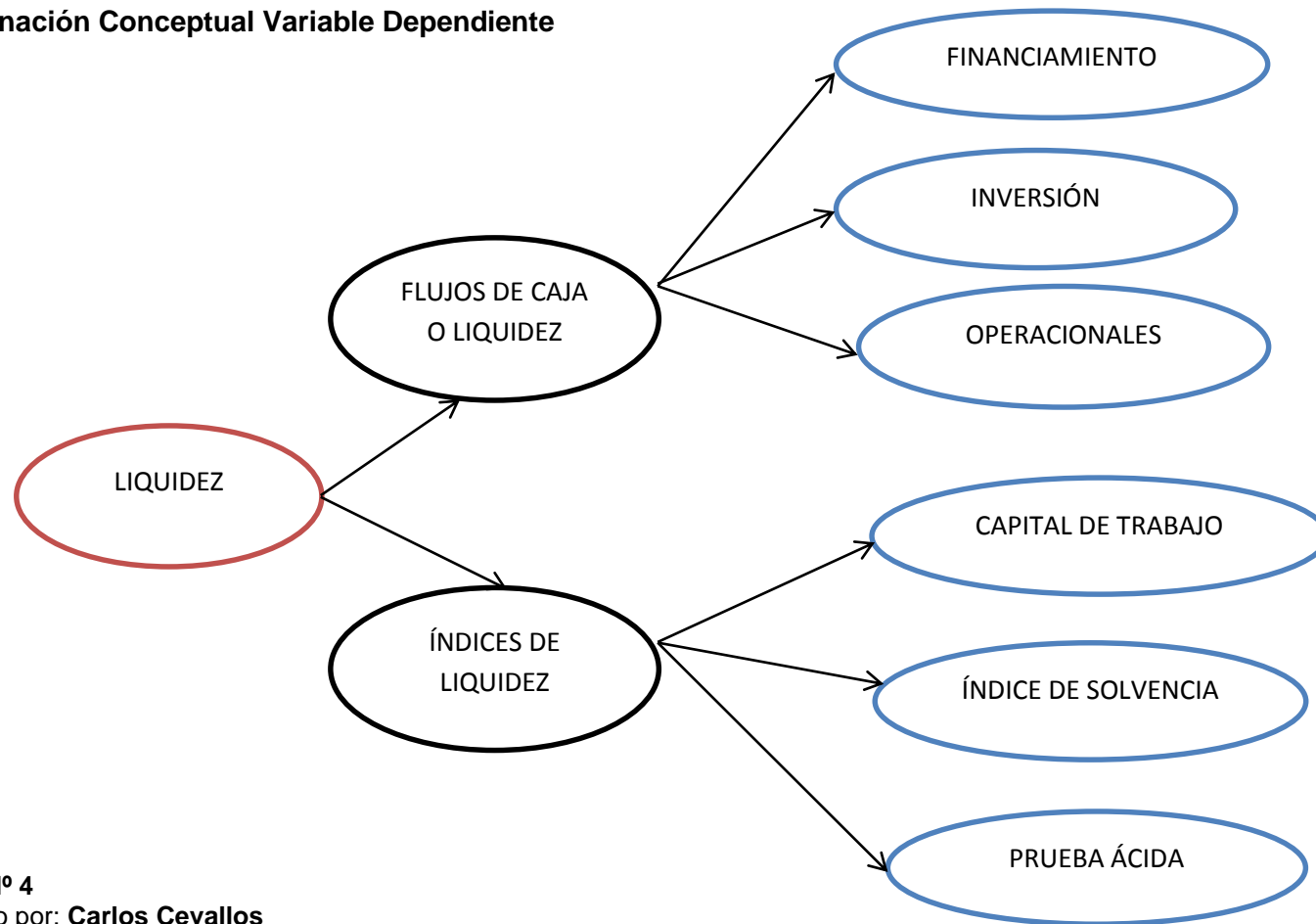
### Subordinación Conceptual Variable Independiente



**Figura Nº 3**  
Elaborado por: Carlos Cevallos



### Subordinación Conceptual Variable Dependiente



**Figura Nº 4**  
Elaborado por: **Carlos Cevallos**

## **2.4. MARCO CONCEPTUAL**

### **2.4.1. Marco Conceptual para la Variable Independiente: Control Interno en el Proceso de Ventas.**

#### **2.4.1.1. AUDITORÍA**

Es un examen sistemático de los estados financieros, registros y operaciones con la finalidad de determinar si están de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados con las políticas establecidas por la dirección y con cualquier otro tipo de exigencias legales o voluntariamente adoptadas. **(Madariaga J, 2004, pág. 13)**

#### **Financiera o de Estados Financieros**

Es un examen integral sobre la estructura, las transacciones y el desempeño de una entidad económica, para contribuir a la oportuna prevención de riesgos. La productividad en la utilización de los recursos y el acatamiento permanente de los mecanismos de control implantado por la administración. **(Sánchez G, 2006, pág. 11)**

#### **Auditoría de gestión**

##### **Concepto**

Según **(Fonseca O, 2007, pág. 56)**, Añade que:

Es el plan detallado de procedimientos a ser ejecutados con el objeto de comparar los sistemas y controles existentes con criterios de auditoría, y recolectar evidencias para sustentar las observaciones.

En una auditoría de gestión pueden elaborarse varios programas relacionados con la etapa en que se encuentre pudiendo comprender: revisión estratégica y / o preliminar (etapa de planteamiento), diseño de prueba preliminar de controles (etapa de ejecución), prueba detallada de controles gerenciales y/o efectividad, eficacia y economía.

Según **(Duarte Ca, 2012, pág. 25)**, menciona que:

Es una evaluación objetiva, concreta e integral de las actividades que realiza en un área o una empresa para cumplir sus fines y objetivos. La auditoría de gestión examina en forma detallada cada aspecto operativo de la compañía, por lo que en la determinación del alcance se debe considerar: logro de los objetivos de institucionales, estructura organizativa, participación individual de cada empleado, verificación del cumplimiento de la normatividad general y específica, evaluación de la eficiencia y economía, medición del grado de confiabilidad de la

información financiera y atención a la existencia de procedimientos ineficaces o más costosos.

### **Procedimientos y técnicas de Auditoría de Gestión.**

Según **(Gallart Y, 2008, pág. 25)**, En su trabajo investigativo, menciona que:

Los procedimientos de auditoría son operaciones específicas que se aplican en una auditoría e incluyen técnicas y prácticas consideradas necesarias, de acuerdo con las circunstancias de manera que los procedimientos podemos definirlos como la descripción de los actos que el auditor realizará en el cumplimiento del programa de la auditoría que está ejecutando.

Los procedimientos de auditoría generalmente aceptados se describen en términos generales, de tal manera que estos sean especificados o adaptados al caso de cada auditoría y de acuerdo con el criterio profesional de cada auditor.

Las técnicas de auditoría son métodos prácticos de investigación y prueba que utiliza el auditor, para obtener evidencia necesaria que fundamente su opinión; en cambio las prácticas de auditoría constituyen las labores específicas realizadas por el auditor como parte del examen.

### **Técnicas de verificación oral**

Indagación, es el acto de obtener información verbal sobre un asunto mediante averiguaciones directas o conversaciones con los funcionarios responsables de la entidad. La respuesta a una pregunta formulada por el auditor, es una porción insignificante de elementos de juicio en los que puede confiarse, pero las respuestas a muchas preguntas que se relacionan entre sí, pueden suministrar un elemento de juicio satisfactorio, si todas son razonables y consistentes. **(Gallart Y, 2008, pág. 25)**

### **Técnica de verificación escrita**

Analizar, consiste en la separación y evaluación crítica, objetiva y minuciosa de los elementos o partes que conforman una operación, actividad, transacción o proceso, con el fin de establecer su naturaleza, su relación y conformidad con los criterios normativos y técnicos existentes. Los procedimientos de análisis están referidos a la comparación de cantidades, porcentajes y otros. **(Gallart Y, 2008, pág. 25)**

### **Técnicas de verificación física**

Inspección, es el examen físico y ocular de activos, obras, documentos y valores, con el objeto de establecer su existencia y autenticidad. La

aplicación de esta técnica es de mucha utilidad, especialmente, en cuanto a la constatación de efectivo, valores, activo fijo y otros equivalentes. **(Gallart Y, 2008, pág. 25)**

### **Tipos de auditoría de gestión**

Según **(Cansino J, 2001, pág. 45)**, añade que:

#### **De regularidad:**

- **De economía financiera.-** Pretende obtener una regularidad razonable acerca de si la contabilidad en general y las cuentas anuales y demás estados financieros expresan fielmente el resultado de la gestión y su adecuada realidad patrimonial.
- **De cumplimiento/legalidad.-** Trata de verificar que los actos, operaciones y procedimientos de gestión se han desarrollado de conformidad con las normas disposiciones y directrices que sean de aplicación y de ejecución de programas y en general a la administración de recursos públicos.

#### **De gestión operativa:**

- **De eficiencia, eficacia y economía.-** Si la entidad está adquiriendo, manteniendo y empleando recursos tales como personas, propiedades, instalaciones, etc. De forma económica y eficiente.
  - Las causas de ineficiencia, si las hubiera y de las prácticas antieconómicas.
  - Si la entidad está cumpliendo con las leyes y demás normas sobre economía y eficiencia.

### **2.4.1.2. AUDITORÍA DE CONTROL INTERNO**

Según **(Blanco Y, 2012, pág. 15)**, menciona que:

Es la evaluación del control interno integrado, con el propósito de determinar la calidad de los mismos, el nivel de confianza que se les puede otorgar y si son eficaces y eficientes en el cumplimiento de sus objetivos. Esta evaluación tendrá el alcance necesario para dictaminar sobre el control interno y por lo tanto, no se limita a determinar el grado de confianza que pueda conferírsele a otros propósitos.

Por otra parte el Autor **(Mantilla A & Yolima S, 2005, pág. 52)**, menciona que:

Los objetivos que cumple un reporte de control interno:

Señalar la responsabilidad de la administración por establecer una estructura y procedimientos de control interno, que sean adecuados, para el proceso de presentación de reportes financieros (financial reporting).

Contener una valoración, para el final del año fiscal más reciente del emisor, sobre la efectividad de la estructura y de los procedimientos de control del emisor con relación del proceso de presentación de reportes financieros (financial reporting).

### **Estructura del Control Interno**

La estructura de control interno de una entidad consiste en las políticas y procedimientos establecidos para proporcionar una seguridad razonable de poder lograr los objetivos específicos de la entidad y alcanzar los objetivos generales mencionados. El estudio y evaluación del Control Interno debe considerar las características de la empresa y del tipo de negocio en que participa. **(Colegio de Contadores de México , 2004, pág. 3)**

### **Objetivos del control interno en Auditoría**

Son amplios, abarcando funciones administrativas financieras, contables y la responsabilidad de comprobar la exactitud de las cifras contables, con el fin de:

- Los activos estén debidamente protegidos, del desperdicio y el uso ineficiente. Los registros contables sean fidedignos.
- La actividad se realiza eficazmente de acuerdo con políticas trazadas por la gerencia. (Salom H, 2010, pág. 4)

### **2.4.1.3. CONTROL INTERNO EN EL PROCESO DE VENTAS**

#### **Concepto e importancia:**

El control interno es un método de organización en el que una empresa se protege y garantiza que tiene el control de sus contables, procedimientos diarios y negocios, y que se están siguiendo estas políticas. Se compone de diferentes controles, procedimientos, investigaciones y sistemas para garantizar que la empresa está funcionando bien y con apego a la ley. El control interno esencialmente protege a la compañía de sí misma, salvaguardándola contra peligros tales como el fraude y la corrupción. Las empresas generalmente adaptan su propia definición de control interno y estructuran un programa que se adapte a sus necesidades e intereses individuales. **(Taylor M, 2012, pág. 6)**, en su tema de investigación **“Definición del Control Interno”**

## Objetivos Generales del Control Interno

“El Control Interno busca en forma general los siguientes objetivos:

- Proteger los activos
- Verificar la exactitud y confiabilidad de la información financiera
- Promover la eficiencia de las operaciones”. **(Comisión A, 2004, págs. 3-5)**

## Características:

Para los Autores **(Tracey S & Arjones D, 2013)**, añaden lo siguiente:

**Orientado a objetivos.-** El sistema de control interno debe ayudar a la organización en conseguir de sus objetivos. La tarea principal de las empresas públicas es proveer servicios básicos a los ciudadanos. El sistema de control interno debe ayudar a asegurar todas las acciones necesarias para que estén conformes a las directrices de gestión, las leyes aplicables y las políticas para el logro de los objetivos de la organización.

**Facilitar el flujo de información.-** Un sistema efectivo de control interno requiere de un flujo de información hacia arriba, abajo y a través de una organización. Como las empresas públicas procuran movilizar el ahorro público, proveen productos esenciales y garantizan un desarrollo regional equilibrado, se requiere una amplia información. Los sistemas de información generan informes que contienen información financiera operativa y relacionada con el cumplimiento que hace posible ejecutar y controlar una organización.

**Separación de funciones.-** La separación de funciones es esencial para el control interno. La empresa pública debe asegurar que los derechos y responsabilidades en la autorización, procesamiento, registro y revisión de las transacciones y eventos estén separados entre las personas para reducir el riesgo de error o fraude.

**Documentación completa.-** La documentación es un elemento integral para efectuar el control interno. La empresa pública debe mantener registros completos, precisos y adecuados que puedan ser fácilmente recuperados para su análisis. Los eventos o transacciones importantes (y la información relacionada) se puede seguir desde su inicio, mientras un proceso está en marcha y después de completarse.

**Orientado al futuro-** Un sistema viable de control interno debe ayudar a la organización a planificar para el futuro. La empresa pública tiene enormes activos y fondos que se utilizan para estimular el desarrollo económico para la sustentabilidad futura del estado. El sistema debe garantizar la salvaguardia de los activos y los fondos de un uso indebido o pérdida y fraude y garantizar que los pasivos sean identificados y gestionados.

**Fiabilidad y confianza.-** Un sistema sólido de control interno garantiza que sólo personal competente y confiable tienen autoridad y responsabilidad. Los empleados deben ser alentados a seguir la política de la empresa y trabajar hacia el logro de la eficiencia operacional y objetivos de la empresa. La empresa pública debe llevar a cabo la evaluación del desempeño regular y capacitación de sus empleados para lograr los mejores resultados.

## **Elementos del control interno**

Para el Autor (**Pérez P, 2012, pág. 6**), añade que:

Dentro del marco integrado se identifican cinco elementos de control interno que se relacionan entre sí y son inherentes al estilo de gestión de la empresa. Los mismos son:

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

- **Ambiente de control:**

El entorno de control marca la pauta del funcionamiento de una empresa e influye en la concienciación de sus empleados respecto al control. Es la base de todos los demás componentes del control interno, aportando disciplina y estructura. Los factores del entorno de control incluyen la integridad, los valores éticos y la capacidad de los empleados de la empresa, la filosofía de dirección y el estilo de gestión, la manera en que la dirección asigna autoridad y las responsabilidades y organiza y desarrolla profesionalmente a sus empleados y la atención y orientación que proporciona al consejo de administración.

- **Evaluación de los riesgos:**

Las organizaciones, cualquiera sea su tamaño, se enfrentan a diversos riesgos de origen externos e internos que tienen que ser evaluados. Una condición previa a la evaluación del riesgo es la identificación de los objetivos a los distintos niveles, vinculados entre sí e internamente coherentes. La evaluación de los riesgos consiste en la identificación y el análisis de los riesgos relevantes para la consecución de los objetivos, y sirve de base para determinar cómo han de ser gestionados los riesgos. Debido a que las condiciones económicas, industriales, legislativas y operativas continuarán cambiando continuamente, es necesario disponer de mecanismos para identificar y afrontar los riesgos asociados con el cambio.

- **Actividades de Control**

Las actividades de control son las políticas y los procedimientos que ayudan a asegurar que se lleven a cabo las instrucciones de la dirección de la empresa. Ayudan a asegurar que se tomen las medidas necesarias para controlar los riesgos relacionados con la consecución de los objetivos de la empresa. Hay actividades de control en toda la organización, a todos los niveles y en todas las funciones.

- **Información y comunicación:**

Se debe identificar, recopilar y comunicar información pertinente en forma y plazo que permitan cumplir a cada empleado con sus responsabilidades. Los sistemas informáticos producen informes que contienen información operativa, financiera y datos sobre el cumplimiento de las normas que permite dirigir y controlar el negocio de forma adecuada.

- **Supervisión o monitoreo:**

Los sistemas de control interno requieren supervisión, es decir, un proceso que comprueba que se mantiene el adecuado funcionamiento del sistema a lo largo del tiempo. Esto se consigue mediante actividades de supervisión continuada, evaluaciones periódicas o una combinación de ambas cosas. La supervisión continuada se da en el transcurso de las operaciones. Incluye tanto las actividades normales de dirección y supervisión, como otras actividades llevadas a cabo por el personal en la realización de sus funciones. El alcance y la frecuencia de las evaluaciones periódicas dependerán esencialmente de una evaluación de los riesgos y de la eficacia de los procesos de supervisión continuada.

## **Métodos de Evaluación:**

- **Flujograma**

Esta técnica consiste en la representación gráfica del sistema, proceso, operación o ciclo transaccional mediante la utilización de una serie de símbolos normalizados e interconectados desde el principio hasta el final del proceso.

Las ventajas de la utilización de esta técnica son las siguientes:

- Permite una visualización integral de la circulación de la documentación, su registro y archivo, como también, la separación de funciones estructurada.
- Reduce considerablemente el tiempo de lectura para interpretar el proceso.
- Expresa en forma clara tanto la falta o ausencia de controles como la existencia de los mismos.
- Indica y resalta la existencia de trabajos innecesarios o superfluos, y duplicidad de información o tareas.



- Indica cuando hay errores de información o escasez de la misma.
- No tiene errores semánticos como en las otras técnicas. **(Varó N, Ascimani H, Sánchez, & Martínez N, 2008, pág. 24)**

### ➤ **Cuestionarios de control interno**

En esta Guía se incluyen cuestionarios para el relevamiento de controles y la comprobación del funcionamiento de los mismos. Durante la planificación se utilizarán los cuestionarios exclusivamente para el relevamiento del diseño de controles cuyas columnas permitirán al auditor manifestar si existe o no el diseño necesario.

Las preguntas de los cuestionarios son cerradas y procuran obtener respuestas rápidas (SI), (NO) y (N/A). Dichas respuestas permiten obtener un conocimiento proporcionado directamente por los responsables de las operaciones sobre el diseño de los controles.

Podrían elaborarse cuestionarios específicamente para un sistema, proceso u operación de la entidad en las mismas no deberían obtenerse respuestas (N/A); no obstante, se recomienda la inclusión de esta columna ante la posibilidad de errores en la elaboración de las preguntas. También, se podrán realizar preguntas abiertas, en estos casos se combinará esta técnica con las narrativas correspondientes. Este tipo de preguntas son aplicables para dirigir un relevamiento narrativo y no se ajustan a la técnica pura de los cuestionarios.

Los cuestionarios también ofrecen como ventaja el ser concisos, claros y evitar pérdidas de tiempo. Adicionalmente, permiten que no se omitan aspectos importantes sujetos a evaluación. **(Varó N, Ascimani H, Sánchez, & Martínez N, 2008, pág. 27)**

#### **Narrativa**

Según el Autor **(Varó N, Ascimani H, Sánchez, & Martínez N, 2008, pág. 27)**, menciona lo siguiente:

Esta técnica consiste en describir semánticamente los sistemas u operaciones en forma individual o colectiva de acuerdo con la extensión o las necesidades de la evaluación en base a la información obtenida mediante el desarrollo de encuestas, entrevistas u observaciones.

Se debe detallar en papeles de trabajo, en forma ordenada y secuencial, las operaciones sujetas a relevamiento y mencionar los servidores públicos responsables de las operaciones, como también, los ejecutores de las mismas con énfasis sobre los siguientes aspectos:

- Separación de funciones.
- Registros y formularios utilizados.
- Niveles jerárquicos intervinientes.

- Características de las autorizaciones y aprobaciones.
- Archivos de documentación.
- Controles que se aplican durante la ejecución de las operaciones.
- Controles que se aplican post-operaciones, oportunidad y periodicidad de los mismos.

## **Proceso de Ventas**

### **Definición:**

Según **(Stanton W & Etzel M, 2007, pág. 75)**, indica que “El proceso de venta es una secuencia lógica que emprende el vendedor para tratar con un comprador potencial y que tiene por objeto producir alguna reacción deseada en el cliente (usualmente la compra)”.

### **Los Pasos o Fases del Proceso de Venta**

A continuación, se detallan los pasos o fases del proceso de venta:

- 1. Prospección
- 2. El acercamiento - CONTACTAR
- 3. La presentación del mensaje de ventas
- 4. Manejo de objeciones y resistencia a la venta
- 5. Cierre de la venta
- 6. Servicios post-venta. **(Stanton W & Etzel M, 2007, pág. 75)**

### **PASO 1: Prospección**

Para el Autor **(Stanton W & Etzel M, 2007, pág. 75)**, menciona lo siguiente:

La fase de prospección o exploración es el primer paso del proceso de venta y consiste en la búsqueda de clientes en perspectiva; es decir, aquellos que aún no son clientes de la empresa pero que tienen grandes posibilidades de serlo.

La prospección involucra un proceso de tres etapas:

- Etapa 1: Identificar a los clientes en perspectiva
- Etapa 2: Calificar a los candidatos en función a su potencial de compra
- Etapa 3: Elaborar una lista de clientes en perspectiva

## **PASO 2: El Acercamiento – Contactar**

Según **(Stanton W & Etzel M, 2007, pág. 75)**, cita lo siguiente:

Luego de elaborada la lista de clientes en perspectiva se ingresa a la fase que se conoce como acercamiento previo, que consiste en la obtención de información más detallada de cada cliente en perspectiva y la preparación de la presentación de ventas adaptada a las particularidades de cada cliente.

- Etapa 1: Investigación de las particularidades de cada cliente en perspectiva
- 
- Etapa 2: Preparación de la presentación de ventas enfocada en el posible cliente
- 
- Etapa 3: Obtención de la cita o planificación de las visitas en frío

## **PASO 3: La Presentación del Mensaje de Ventas**

La presentación del mensaje de ventas debe ser adaptada a las necesidades y deseos de los clientes en perspectiva.

Hoy en día, ya no funcionan aquellas presentaciones "enlatadas" en las que el vendedor tenía que memorizarlas para luego "recitarlas" ante el cliente (quién asumía una posición pasiva). Los tiempos han cambiado, hoy se debe promover una participación activa de los clientes para lograr algo más importante que la venta misma, y es: su plena satisfacción con el producto adquirido. **(Stanton W & Etzel M, 2007, pág. 75)**

La presentación del mensaje de ventas se basa en una estructura basada en 3 pilares:

- Las características del producto: Lo que es el producto en sí, sus atributos.
- Las ventajas: Aquello que lo hace superior a los productos de la competencia.
- Los beneficios que obtiene el cliente: Aquello que busca el cliente de forma consciente o inconsciente.

Por otra parte, las objeciones ya no representan un obstáculo a superar por el vendedor, por el contrario son claros indicios de compra (si el cliente objeta algo es porque tiene interés pero antes necesita solucionar sus dudas). Finalmente, el cierre de venta ya no es una tarea que se deja al final de la presentación, es decir que el famoso cerrar con broche de oro pasó a la historia. Hoy en día, el cierre debe efectuarse ni bien exista un indicio de compra por parte del cliente, y eso puede suceder inclusive al principio de la presentación. **(Stanton W & Etzel M, 2007, pág. 75)**

#### **PASO 4: Manejo de Objeciones y la Resistencia a la Venta**

Las objeciones pueden presentarse en cualquier momento durante la presentación. El vendedor debe estar preparado para ellas, las más comunes se refieren al precio; a la satisfacción con el proveedor actual, renuncia a tomar una decisión por el momento, no hay necesidad inmediata para el producto o servicio, sentimientos negativos hacia la forma del vendedor, y la insistencia sobre tratos y ofertas especiales inaceptables.

El vendedor debe anticipar tales objeciones y hacer planes sobre la forma de refutarlas.

Algunas objeciones son sólo respuestas automáticas o simplemente actitudes que los clientes han sido condicionados o programados para decir a los vendedores. **(Stanton W & Etzel M, 2007, pág. 45)**

#### **PASO 5: El Cierre de Ventas**

Es el paso más importante dentro del proceso de la venta, ya que es el Objetivo Final y la remuneración que recibes es para que lo logres.

Es el momento cuando el cliente consciente o inconscientemente toma la decisión de compra después de haber sido guiado por el vendedor a través de las 4 etapas psicológicas de la venta (AIDA) las cuales son: primero captar la atención del cliente luego despertarle el interés, estimularle el deseo de compra y conducirlo a la acción de firmar el pedido. **(Stanton W & Etzel M, 2007, pág. 35)**

#### **PASO 6: Servicios Posventa**

Por otra parte **(Stanton W & Etzel M, 2007, pág. 45)**, señala lo siguiente:

La etapa final del proceso de venta es una serie de actividades posventa que fomentan la buena voluntad del cliente y echan los cimientos para negocios futuros.

Los servicios de posventa tienen el objetivo de asegurar la satisfacción e incluso la complacencia del cliente. Es en esta etapa donde la empresa puede dar un valor agregado que no espera el cliente pero que puede ocasionar su lealtad hacia la marca o la empresa.

Los servicios de posventa, pueden incluir todas o algunas de las siguientes actividades:

- Verificación de que se cumplan los tiempos y condiciones de envío
- Verificación de una entrega correcta
- Instalación
- Asesoramiento para un uso apropiado

- Garantías en caso de fallas de fábrica
- Servicio y soporte técnico
- Posibilidad de cambio o devolución en caso de no satisfacer las expectativas del cliente
- Descuentos especiales para compras futuras.

## **2.4.2. Marco Conceptual para la Variable Dependiente: Liquidez**

### **2.4.2.1. GESTION FINANCIERA**

Según **(Gomez E, 2001, págs. 1-2)**, opinan que:

La gestión financiera está relacionada con la toma de decisiones relativas al tamaño y composición de los activos, al nivel y estructura de la financiación y a la política de los dividendos. A fin de tomar las decisiones adecuadas es necesaria una clara comprensión de los objetivos que se pretenden alcanzar, debido a que el objetivo facilita un marco para una óptima toma de decisiones financieras. Existen, a tal efecto, dos amplios enfoques:

#### **1. La maximización de beneficios como criterio de decisión.**

La racionalidad detrás de la maximización del beneficio como una guía para la toma de decisiones financieras es simple. El beneficio es un examen de eficiencia económica. Facilita un referente para juzgar el rendimiento económico y además, conduce a una eficiente asignación de recursos, cuando éstos tienden a ser dirigidos a usos que son los más deseables en términos de rentabilidad.

La gestión financiera está dirigida hacia la utilización eficiente de un importante recurso económico: el capital. Por ello se argumenta que la maximización de la rentabilidad debería servir como criterio básico para las decisiones de gestión financiera. Sin embargo, el criterio de maximización del beneficio ha sido cuestionado y criticado en base a la dificultad de su aplicación en las situaciones del mundo real. Las principales razones de esta crítica son las siguientes:

#### **Ambigüedad fundamental**

Una dificultad práctica con el criterio de maximización del beneficio es que el término beneficio es un concepto vago y ambiguo, es decir, no goza de una connotación precisa.

Es susceptible de diferentes interpretaciones para diferentes personas. Los estudiosos del tema argumentan que el beneficio puede ser a corto plazo o a largo plazo; puede ser beneficio total o ratio de beneficio; antes o después de impuestos; puede estar en relación con el capital utilizado, total activos o capital de los accionistas, etc.

### **Periodicidad de los beneficios**

Una objeción técnica más importante a la maximización del beneficio, como una guía para la toma de decisiones financieras, es que ignora las diferencias de beneficios recibidos en diferentes períodos derivados de propuestas de inversión o cursos de acción. Es decir, la decisión es adoptada sobre el total de beneficios recibidos, con independencia de cuándo se reciben.

### **Calidad de los beneficios**

Probablemente la limitación técnica más importante de la maximización del beneficio, como un objetivo operativo, es que ignora el aspecto de calidad de los beneficios asociada con un curso de acción financiero. Desventajas frente a los objetivos organizacionales

El criterio de maximización del beneficio es inapropiado e inadecuado como objetivo operativo de las decisiones de inversión, financiación y dividendos de una empresa.

No es sólo vago y ambiguo, sino que también ignora dos importantes dimensiones del análisis financiero: el riesgo y el valor en el tiempo del dinero.

## **2. La Maximización de la riqueza como criterio de decisión**

El valor de un activo debería verse en términos del beneficio que puede producir, debe ser juzgado en términos del valor de los beneficios que produce menos el coste de llevarlo a cabo es por ello que al realizar la valoración de una acción financiera en la empresa debe estimarse de forma precisa de los beneficios asociados con él.

El criterio de maximización de la riqueza es basado en el concepto de los flujos de efectivo generados por la decisión más bien que por el beneficio contable, el cual es la base de medida del beneficio en el caso del criterio de maximización del beneficio. El flujo de efectivo es un concepto preciso con una connotación definida en contraste con el beneficio contable, se podría decir que en algunas ocasiones es conceptualmente vago y susceptible de variadas interpretaciones frente a la medida de los beneficios contables.

### **2.4.2.2. ÍNDICES FINANCIEROS**

Según (Dumrau G, 2003, pág. 59) en su publicación indica que los índices de liquidez:

Miden la capacidad de una empresa de convertir sus objetivos en caja o de obtener caja para satisfacer su pasivo circulante. Es decir mide la solvencia de una empresa en el corto plazo.

Índice de liquidez se utilizan para juzgar la capacidad que tiene una empresa para satisfacer sus obligaciones de corto plazo, a partir de ellas se pueden obtener muchos elementos de juicio sobre la solvencia de efectivo actual de la empresa y su capacidad para permanecer solvente en caso de situaciones adversas. En esencia, deseamos comparar las obligaciones de corto plazo los recursos de corto plazo disponibles para satisfacer dichas obligaciones.

**Liquidez Corriente:** Este índice relaciona los activos corrientes frente a los pasivos de la misma naturaleza. Cuanto más alto sea el coeficiente, la empresa tendrá mayores posibilidades de efectuar sus pagos de corto plazo.

**Formula:**

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Muestra la capacidad de las empresas para hacer frente a sus vencimientos de corto plazo, estando influenciada por la composición del activo circulante y las deudas a corto plazo, por lo que su análisis periódico permite prevenir situaciones de iliquidez y posteriores problemas de insolvencia en las empresas.

Generalmente se maneja el criterio de que una relación adecuada entre los activos y pasivos corrientes es de 1 a 1, considerándose, especialmente desde el punto de vista del acreedor, que el índice es mejor cuando alcanza valores más altos. No obstante, esta última percepción debe tomar en cuenta que un índice demasiado elevado puede ocultar un manejo inadecuado de activos corrientes, pudiendo tener las empresas excesos de liquidez poco productivos. **(Dumrau G, 2003, pág. 60)**

### **Prueba Ácida.**

Se conoce también con el nombre de prueba del ácido o liquidez seca. Es un indicador más riguroso, el cual pretende verificar la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin depender de la venta de sus existencias; es decir, básicamente con sus saldos de efectivo, el de sus cuentas por cobrar, inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación, diferente de los inventarios.

**Formula**

$$\text{Capital Neto de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

Muestra el monto de los activos corrientes que quedaría en el caso de que la empresa tuviera que pagar el total de los pasivos corrientes, utilizando para ello recursos de corto plazo **(Superintendencia de Compañías , 2012, págs. 1-15)**

## Indicadores de Endeudamiento o Solvencia

El monto del dinero de terceros que utilizan para generar utilidades, que son de gran importancia porque las deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo.

Mide el porcentaje de los activos de la empresa fin ansiado por los acreedores.

**Formula:**

$$\text{Endeudamiento sobre patrimonio neto} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

$$\text{Endeudamiento sobre activo total} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

## Endeudamiento del Activo Fijo

El coeficiente resultante de esta relación indica la cantidad de unidades monetarias que se tiene de patrimonio por cada unidad invertida en activos fijos.

Si el cálculo de este indicador arroja un cociente igual o mayor a 1, significa que la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de préstamos de terceros.

Formula:

$$RE = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Fijo Neto}}$$

Para elaborar este índice se utiliza el valor del activo fijo neto tangible (no se toma en cuenta el intangible), debido a que esta cuenta indica la inversión en maquinaria y equipos que usan las empresas para producir. (Dumrau G, 2003, pág. 59)

## Apalancamiento

Se interpreta como el número de unidades monetarias de activos que se han conseguido por cada unidad monetaria de patrimonio. Es decir, determina el grado de apoyo de los recursos internos de la empresa sobre recursos de terceros.

**Formula**

$$RE = \frac{\text{Activos Totales}}{\text{Patrimonio}}$$



Dicho apoyo es procedente si la rentabilidad del capital invertido es superior al costo de los capitales prestados; en ese caso, la rentabilidad del capital propio queda mejorada por este mecanismo llamado "efecto de palanca". En términos generales, en una empresa con un fuerte apalancamiento, una pequeña reducción del valor del activo podría absorber casi totalmente el patrimonio; por el contrario, un pequeño aumento podría significar una gran revalorización de ese patrimonio. **(Superintendencia de Compañías , 2012, págs. 1-15)**

### **Apalancamiento Financiero**

El apalancamiento financiero indica las ventajas o desventajas del endeudamiento con terceros y como éste contribuye a la rentabilidad del negocio, dada la particular estructura financiera de la empresa. Su análisis es fundamental para comprender los efectos de los gastos financieros en las utilidades.

De hecho, a medida que las tasas de interés de la deuda son más elevadas, es más difícil que las empresas puedan apalancarse financieramente.

Si bien existen diferentes formas de calcular el apalancamiento financiero, la fórmula que se presenta a continuación tiene la ventaja de permitir comprender fácilmente los factores que lo conforman:

#### **Formula:**

$$RE = \frac{\frac{\textit{Utilidad Antes de Impuestos}}{\textit{Patrimonio}}}{\frac{\textit{Utilidad antes de impuestos e intereses}}{\textit{Activo Total}}}$$

En la relación, el numerador representa la rentabilidad sobre los recursos propios y el denominador la rentabilidad sobre el activo.

De esta forma, el apalancamiento financiero depende y refleja a la vez, la relación entre los beneficios alcanzados antes de intereses e impuestos, el costo de la deuda y el volumen de ésta. Generalmente, cuando el índice es mayor que 1 indica que los fondos ajenos remunerables contribuyen a que la rentabilidad de los fondos propios sea superior a lo que sería si la empresa no se endeudaría.

Las razones se usan en gran parte de la vida diaria para juzgar el desempeño comparativo de las acciones. Los índices tienen un propósito similar.

Los índices financieros se usan para medir y evaluar el desempeño operativo de una empresa el propósito de las mismas es la comparación para la toma de decisiones.

Los Índices financieros resume la única estrategia práctica para presentar temas complejos como la gestión financiera, resumiendo en distintas aéreas: el presupuesto de capital, políticas de dividendos, financiación con capital propio y la política de endeudamiento. **(Superintendencia de Compañías , 2012, págs. 1-15)**

#### 2.4.2.3. LIQUIDEZ

##### **Concepto:**

La liquidez es la capacidad de obtener efectivo para cumplir con las obligaciones a corto plazo. En la actualidad avanzan los estudios de la Superintendencia de Sociedades, la Asociación Nacional de Industriales, que consolidan por sectores las actividades comerciales, industriales y de servicios para brindar información y mejorar el campo de las decisiones. **(Subramanyam W & Halsey R, 2005, págs. 500-501)**

##### **Índices de Liquidez**

Mide el resultado de la empresa para cubrir oportunamente sus compromisos de corto plazo. Es decir muestra la disponibilidad financiera corriente de la empresa por cada sol de deuda.

La liquidez de una organización es estimada por la capacidad para pagar las obligaciones a corto plazo a medida que estas se van adquiriendo y venciendo. Se refieren no solamente a las finanzas totales de la empresa, si no a su habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes. **(Subramanyam W & Halsey R, 2005, págs. 500-501)**

##### **Capital de trabajo**

Es un indicador de corto de corto plazo que permite conocer la capacidad financiera de la empresa, es una forma de apreciar de manera cuantitativa si las empresa están en capacidad de continuar con sus operaciones, con la certeza de que su activo Corriente podrá cubrir sus pasivos Corrientes, es decir, el capital de trabajo es la diferencia entre el Activo Corriente menos el pasivo Corriente. **(Subramanyam W & Halsey R, 2005, págs. 500-501)**

##### **Formula:**

$$\textit{Capital de Trabajo} = \textit{Activo Corriente} - \textit{Pasivo Corriente}$$

## Índice de Solvencia

Para el autor (**Subramanyam W & Halsey R, 2005, págs. 500-501**), añade que:

Este índice se considera la verdadera Magnitud, la capacidad Potencial de la empresa en cualquier instancia del tiempo y es susceptible de comparación con diferentes entidades de la misma actividad. Es la capacidad que tiene la empresa para cubrir las obligaciones de corto plazo mediante la disponibilidad y recursos corrientes.

**Formula:**

$$\text{Índice de Solvencia} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

## Índice Acido

Es una prueba rigurosa de liquidez. Es la capacidad que tiene la empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo mediante su disponibilidad inmediata.

$$\text{Índice Acido} = \frac{\text{Caja Bancos} + \text{Cuentas por cobrar} + \text{Inversiones Temporales}}{\text{Pasivo Corriente}} > 1$$

**Interpretación:** Por cada unidad monetaria de deuda a corto plazo, la empresa debe tener N unidades de activos corrientes de fácil realización sin tener que recurrir a venta de inventario. Esta razón debe ser mayor que uno. (**Subramanyam W & Halsey R, 2005, págs. 500-501**)

## Flujo de caja o liquidez

El flujo de caja es la herramienta que se utiliza para conocer la liquidez de la empresa. Indica con qué dinero se cuenta realmente para operar en un determinado lapso de tiempo. El flujo de caja logramos visualizar cuándo y cuánto dinero habrá para la operación empresarial, en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar: Problemas de liquidez, el ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.

Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica. (**Chávez Gonzáles M, 2012, págs. 2-3**)

## **Los flujos de liquidez se pueden clasificar en:**

Para el Autor (**Chávez Gonzáles M, 2012, págs. 2-3**), cita lo siguiente:

1. Flujos de caja operacionales: efectivo recibido o expendido como resultado de las actividades económicas de base de la compañía.
2. Flujos de caja de inversión: efectivo recibido o expendido considerando los gastos en inversión de capital que beneficiarán el negocio a futuro.
3. Flujos de caja de financiamiento: efectivo recibido o expendido como resultado de actividades financieras, tales como recepción o pago de préstamos, emisiones o recompra de acciones y/o pago de dividendos.

Se ha considerado como parte fundamental para evaluar la liquidez de la empresa el flujo que tiene los recursos líquidos de la misma, el cual nos permite visualizar la disponibilidad o no de fondos.

### **Flujo de efectivo**

El flujo de efectivo es un estado financiero proyectado de las entradas y salidas de efectivo en un período determinado. Se realiza con el fin de conocer la cantidad de efectivo que requiere el negocio para operar durante un período determinado. Se realiza con el fin de conocer la cantidad de efectivo que requiere el negocio para operar durante un período determinado (semana, ms, trimestre, año). Un problema frecuente en las pequeñas empresas es la falta de liquidez para cubrir necesidades inmediatas, por lo que se recurre frecuentemente a particulares con el fin de solicitar préstamos a corto plazo y de muy alto costo. Una forma sencilla de planear y controlar a corto, mediano plazo las necesidades de recursos consiste en calcular el flujo de efectivo de un negocio. (**Horngrén Ch & Elliott J, 2000, pág. 3**)

### **El flujo de efectivo permite anticipar:**

- Cuando habrá un excedente de efectivo, y tomar la decisión del mejor mecanismo de inversión a corto plazo.
- Cuando habrá un faltante de efectivo, y tomar a tiempo las medidas necesarias para definir la fuente de fondeo que puede ser: recursos del propietario o, en su caso, iniciar los trámites necesarios para obtener préstamos que cubran dicho faltante y permitan la operación continua de la empresa.
- Cuando y en qué se deben pagar préstamos adquiridos previamente.
- Cuando efectuar desembolsos importantes de dinero para mantener en operación a la empresa.
- De cuánto se puede disponer para pagar prestaciones adicionales a los trabajadores (como aguinaldos, vacaciones, reparto de utilidades, etc.)

De cuanto efectivo se puede disponer el empresario para sus asuntos personales sin que afecte el funcionamiento normal de la empresa. (Horngren Ch & Elliott J, 2000, pág. 3)

## **2.4. HIPOTESIS**

Un adecuado control interno en el proceso de ventas ayudará a incrementar la liquidez, de la empresa de calzado Indumil

### ***2.4.1. Señalamiento variable de la hipótesis***

- **Variable independiente:** Control Interno en el proceso de ventas
- **Variable dependiente:** Liquidez
- **Unidad de observación:** Calzado Indumil

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 ENFOQUE**

La presente investigación se basa dentro del enfoque cuantitativo debido a que permite que el investigador realice lo siguiente:

Para el Autor (**Hernández R, 2011, pág. 4**), añade que:

- Las hipótesis se generan antes de recolectar y analizar los datos.
- La recolección de los datos se fundamenta en la medición.
- Debido a que los datos son productos de mediciones, se representan mediante números (cantidades) y se deben analizar a través de métodos estadísticos.
- Los análisis cuantitativos se interpretan a la luz de las predicciones iniciales (hipótesis) y de estudios previos (teoría).
- Los estudios cuantitativos siguen un patrón predecible y estructurando (el proceso).
- En el proceso se busca el máximo control para lograr que otras explicaciones posibles distintas a la propuesta del estudio (hipótesis) sean desechadas y se excluya la incertidumbre y minimice el error.
- Con los estudios cuantitativos se pretende explicar y predecir los fenómenos investigados.
- Este enfoque utiliza la lógica o razonamiento deductivo, que comienza con la teoría y de esta se deriva expresiones lógicas denominadas hipótesis que el investigador busca someter a prueba.
- La búsqueda cuantitativa ocurre en la realidad externa del individuo.

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

El presente trabajo investigativo se basa en la investigación de campo y documental, esto se debe a que el estudio se lo realizara en el lugar de los hechos, en la empresa “INDUMIL”, dicha investigación servirá para obtener la evidencia de la fuente para corroborar el problema estudiado.

### ***3.2.1 Investigación de campo***

Según **(Izquierdo E, 2011, pág. 6)** en su obra denominada “Investigación” dice que:

“La investigación de campo es la recolección de información de primera mano, en el lugar de los hechos, en contacto directo con los protagonistas de los acontecimientos. Las técnicas recomendadas son:

- Observación directa
- La entrevista
- La encuesta
- Cuestionario”.

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

Según **(Herrera L, 2005, pág. 34)** en su trabajo titulado “Tutoría de la investigación Científica” menciona que: “El propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques teorías conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos (fuentes primarias) o en libros revistas periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias)”.

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

Para desarrollar el trabajo investigativo se utilizarán los siguientes tipos de investigación:

### 3.3.1 Investigación de Asociación de Variables

Según **(Molina G & Rodrigo M, 2010)**, indica que:

El análisis estadístico de la asociación (relación, covarianza, correlación) entre variables representa una parte básica del análisis de datos en cuanto que muchas de las preguntas e hipótesis que se plantean en los estudios que se llevan a cabo en la práctica implican analizar la existencia de relación entre variables.

### 3.3.2 Investigación descriptiva

Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. **(Van Dalen D & Meyer W, 2006, pág. 6)**

## 3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

### 3.4.1 Población

Según **(Herrera L, Investigación Científica, 2004, pág. 107)**, indica que: “la población o universo es la totalidad de elementos a investigar respecto a ciertas características. En muchos casos, no se puede investigar a la totalidad de la población, por falta de recursos (económicos, humanos, etc.)”.

**TABLA 2** Nómina oficial de los servidores de la Empresa “INDUMIL”

N°	Cargo	Frecuencia
1	ADMINISTRADORA	1
2	CONTADOR	1
3	AUX. CONTABLE	1
4	CORTADOR	1
5	APARADOR	1
6	AYUDANTE DE APARADO	1
7	EMPASTADOR	1



8	ARMADOR	1
9	PLANTADOR	1
10	CARDADOR	1
11	AYUDANTE DE PLANTADO	1
12	ARREGLADORA	1
13	BODEGUERO	1
14	JEFE DE PRODUCCION	1
15	VENDEDOR 1	1
16	VENDEDOR 2	1
	<b>TOTAL PERSONAL</b>	<b>16</b>

**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Fuente:** INDUMIL

### **3.3.2 Muestra**

Según **(Herrera L, Tutoria de la investigación, 2004, pág. 15)**, cita que:

Para determinar el tamaño de la muestra se considerara lo siguiente: se trabajara con una población finita y se aplicara el muestreo regulado ya que se trabajara con el total de la población para determinar la razonabilidad de los mismos. En el presente plan de investigación no es necesario definir la muestra debido a que la población es muy pequeña y se trabajará con todos los elementos mencionados anteriormente; por lo que se espera obtener un alto grado de confiabilidad en los resultados.

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

Según **(Rojas R, 2006, pág. 172)**, añade que:

La operacionalización de una hipótesis presentada en forma de esquema en el apartado anterior podría dar la impresión de que se reproduce la visión lineal, reduccionista que sobre las hipótesis, se ha tratado de desterrar del capítulo siete (Elaboración de hipótesis: proceso dialectico). Lo que pretende con el esquema anterior es tratar de simplificar por razones dialécticas el proceso de operacionalización de las variables sin perder de vista el contexto de totalidad en que surgen y modifican los fenómenos.

El proceso de operacionalización de las variables debe realizarse de conformidad con los lineamientos teóricos que sirvieron de base para plantear el problema de investigación y las hipótesis. Los conceptos de las hipótesis, considerados como variables a operacionalizar, deben prevenirse previamente de acuerdo con la teoría respectiva.

### 3.5.1 Variable Independiente: Control Interno en el Proceso de Ventas

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
El proceso de venta es una secuencia lógica que emprende el vendedor para tratar con un comprador potencial y que tiene por objeto producir alguna reacción deseada en el cliente (usualmente la compra), utilizando documentos autorizados por el organismo regulador, además se efectúan controles y revisiones periódicas, finalmente se establecen estrategias de ventas, todo esto para la mejora continua de la entidad.	Control Interno  Documentos  Revisiones periódicas  Estrategias de ventas	Ambiente de Control Actividades de Control Evaluación de riesgos Información y Comunicación Supervisión y Monitoreo  Facturas Nota de Pedidos  Historial de ventas  Estudios de mercado Incentivos a empleados Metas de ventas	¿Es importante realizar un control interno en el proceso de ventas de la Empresa Indumil?  ¿Se utilizan prudentemente los fondos de la entidad? ¿La empresa maneja confidencialidad y seguridad en sus procesos internos?  ¿Qué tipo de documentos cree usted ayudarán a controlar de forma adecuada los procesos de ventas de la entidad?  ¿Cada cuánto se realizan en la empresa Indumil, históricos de ventas? ¿Se realizan estudios de consumo, y demanda de calzado en el sector donde está ubicada la entidad? ¿Conoce usted sí se realizan estrategias de marketing y publicidad en la entidad?  ¿Se ha realizado procesos referentes a la innovación de productos, introducción de mercado de los productos distribuidos? ¿Se incentivan a los colaboradores por cumplimiento de ventas en la entidad? ¿Se conoce la cantidad del producto que se ha vendido en el año anterior?	Encuesta al Personal De la Empresa INDUMIL. Cuestionario 1(Anexo3)

**Tabla N° 3**

**Fuente:** Empresa INDUMIL

**Elaborado por:** Carlos Cevallos

### 3.5.2 Variable dependiente: Liquidez

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>La liquidez es la utilidad que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados y las inversiones realizadas. Dichas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación inteligente, reducción integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades</p>	Índices o razones financieras	Liquidez	<p>¿Cree usted que al examinar las ventas actuales en la entidad esto incide en los resultados económicos de la empresa?                      ¿Qué factores cree usted son los que benefician a la rentabilidad de la entidad?</p>	<p>Encuesta al Personal De la Empresa INDUMIL. Cuestionario 1(Anexo3)</p>
		Apalancamiento		
		Actividad		
		Rentabilidad		
	Rentabilidad Económica	ROA	<p>¿La información que maneja la empresa del área de producción, proyecta de alguna manera el crecimiento económico?</p>	
Rentabilidad Financiera	ROE	<p>¿Cree usted que la rentabilidad obtenida por la empresa satisface las metas u objetivos planteados por la misma?</p>		

Tabla N° 4

Fuente: EMPRESA "INDUMIL"

Elaborado por: Carlos Cevallos

### **3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

Metodológicamente para **(Herrera L, Tutoría de la Investigación Científica, 2005, pág. 17)**, menciona que:

Es la construcción de la información se opera en dos fases: plan para la recolección de información y plan para el procesamiento de información. Estos datos o información que van a recolectarse son el medio a través de cual se prueban las hipótesis, se responden las preguntas de investigación y se logran los objetivos del estudio originados del problema de investigación. Los datos, entonces, deben ser confiables, es decir deben ser pertinentes y suficientes, para lo cual es necesario definir las fuentes y técnicas adecuadas para su recolección.

El presente trabajo investigativo estará basada en un análisis de procesos de ventas efectuado en la empresa “INDUMIL”, para determinar un control interno eficiente, de igual manera se realiza el cálculo de índices de liquidez con la finalidad de determinar cómo ha evolucionado la empresa.

### **3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS**

#### **3.7.1 Procesamiento de información**

Para **(Bernal, 2006, págs. 181-183)**, en el libro “*Metodología de la Investigación*” menciona que:

Este proceso de investigación consiste en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos de la población objeto del estudio durante el trabajo de campo, y tiene como finalidad generar resultados a partir de los cuales se realizara un análisis según los objetivos y la hipótesis o preguntas de la investigación.

La información obtenida será procesada mediante un estudio estadístico para la presentación de los resultados, para el análisis se tomara en cuenta la muestra que será elemento de estudio. Una vez aplicados los instrumentos de recolección de la información, se procederá a la tabulación de datos los cuales se representa gráficamente en términos de porcentajes a fin de facilitar la interpretación.

La presente investigación se llevará a cabo mediante el procesamiento de la información, para lo que se realizará lo siguiente:

- Revisión de la información proporcionada en lo referente a las ventas, para verificar cómo ha evolucionado durante el año 2013 y 2014.
- Se realizará la tabulación de los datos y se presentarán gráficos y tablas para tener una visión objetiva del análisis efectuado.
- Representaciones de gráficos a través de barras y cuadros que se va utilizar para la presentación de la información sobre las alternativas, frecuencias y totales.
- Emisión de criterios personales sobre la información recolectada.

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

Se procederá a la interpretación de los resultados de la siguiente manera:

- Analizar los resultados obtenidos y verificar si se relaciona con la hipótesis planteada así como también con los objetivos de la investigación.
- Interpretar los resultados con el apoyo del marco teórico para conocer la realidad del problema en estudio.
- Realizar la correlación entre las variables en base a los resultados obtenidos.
- Comprobar la hipótesis.
- Establecer recomendaciones y conclusiones finales.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS**

#### **4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

El presente trabajo investigativo tiene como finalidad analizar los datos obtenidos en las encuestas realizadas, que apoyen a la investigación manteniendo una información válida y confiable, para representar de manera objetiva y que cada pregunta mida un indicador. Considerándose indispensable para la solución del problema planteado.

La investigación se efectuó mediante una encuesta, la información obtenida se registrará en el programa Microsoft Office Excel XP, para realizar su respectivo análisis e interpretación. Además, se utilizarán gráficos estadísticos que permiten presentar aspectos comparativos y porcentajes importantes de manera ordenada, para la comprensión de los resultados.

#### **4.2 INTERPRETACIÓN DE DATOS**

Las encuestas realizadas están conformadas por 22 preguntas, dirigidas a una muestra de 16 personas. Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas en la Empresa INDUMIL. Para su mejor comprensión e interpretación se detallan a continuación en tablas, gráficos y análisis de cada pregunta.

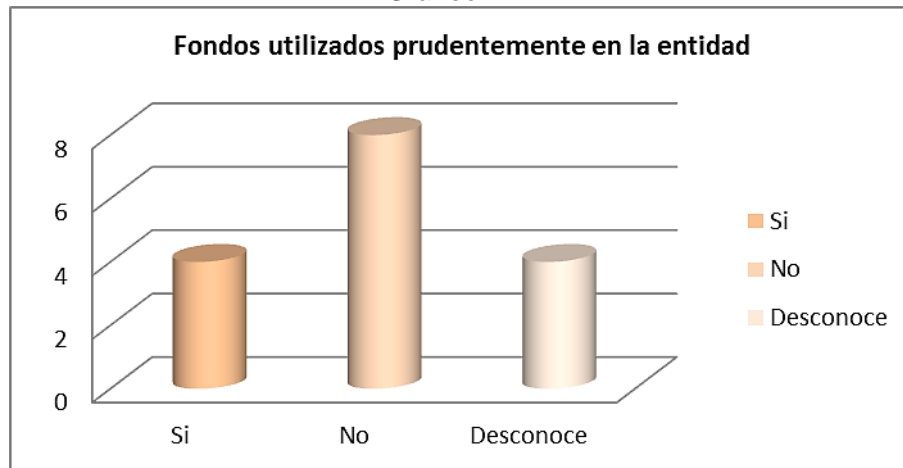
## 1. ¿Se utilizan prudentemente los fondos de la entidad?

Tabla N° 5

Fondos utilizados prudentemente en la entidad		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	4	25%
No	8	50%
Desconoce	4	25%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empresa INDUMIL  
Elaborado por: Carlos Cevallos

Gráfico N° 4



Fuente: Tabla N° 5  
Elaborado por: Carlos Cevallos

### Análisis:

De las personas encuestadas el 50% afirma que No se utilizan prudentemente los fondos de la entidad, mientras que el 25% informa que Si y el 23% indica que se desconoce.

### Interpretación:

Los resultados obtenidos refleja que la empresa no utiliza prudentemente los fondos de entidad, por ende no existe un registró adecuado de gastos que la empresa obtiene.

## 2. ¿La empresa maneja confidencialidad y seguridad en sus procesos internos?

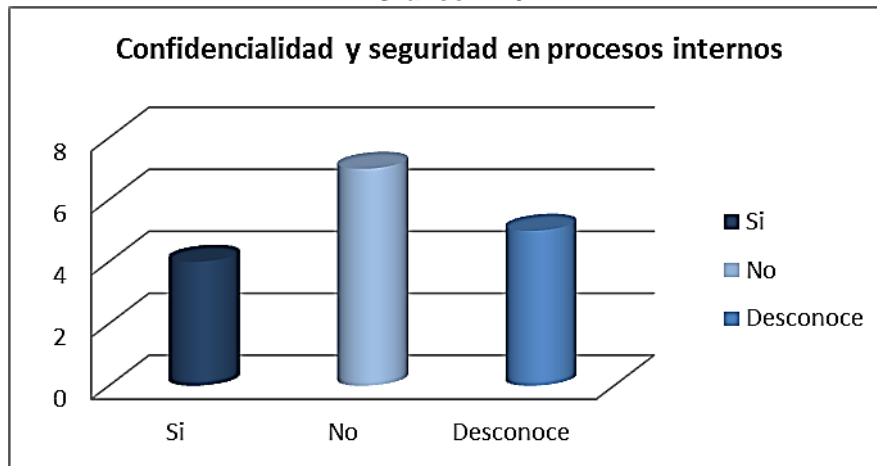
Tabla N° 6

Confidencialidad y seguridad en procesos internos		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	4	25%
No	7	44%
Desconoce	5	31%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empresa INDUMIL

Elaborado por: Carlos Cevallos

Gráfico N° 5



Fuente: Tabla N° 6

Elaborado por: Carlos Cevallos

### Análisis:

De acuerdo con la encuesta realizada el 44% de las personas afirman que la empresa No maneja confidencialidad y seguridad en sus procesos internos, el 31% indica que desconoce y el 25% de las personas menciona que Sí.

### Interpretación:

La mayoría de los encuestados manifiestan que la empresa no maneja confidencialidad y seguridad en los procesos internos, es decir que no cuenta con políticas internas de la empresa y por ende los objetivos y metas planteadas no podrá cumplirlas.



### 3. ¿Es importante realizar un control interno en el proceso de ventas de la Empresa Indumil?

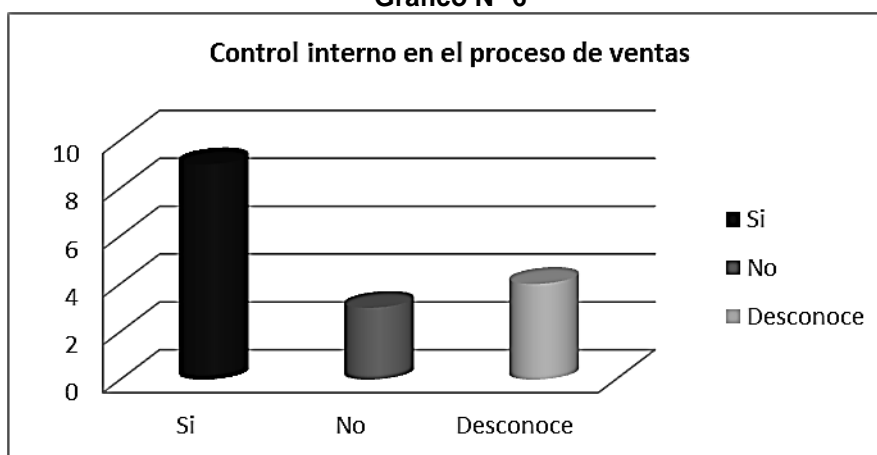
Tabla N° 7

Control interno en el proceso de ventas		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	9	56%
No	3	19%
Desconoce	4	25%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empresa INDUMIL

Elaborado por: Carlos Cevallos

Gráfico N° 6



Fuente: Tabla N° 7

Elaborado por: Carlos Cevallos

#### Análisis:

El 62% de las personas encuestadas afirma que desconoce que se realice un control interno en el proceso de ventas, el 24% expresa que Si, por supuesto es importante y el 14% menciona que No, en lo absoluto es importante.

#### Interpretación:

Los resultados claramente expresan que si es importante realizar un control interno, puesto que ayudara a la empresa a salvaguardar activos y por ende al patrimonio de la empresa evitando tener problemas a futuro.

#### 4. ¿Se asignan funciones de forma adecuada en la entidad?

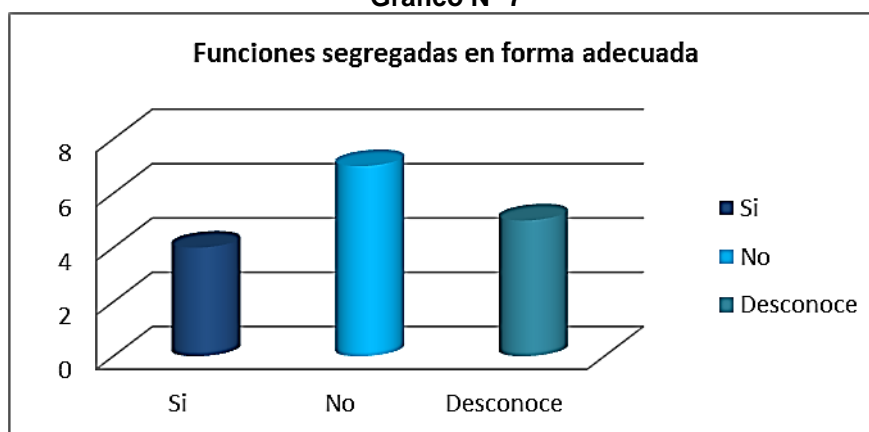
Tabla N° 8

Funciones segregadas en forma adecuada		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	4	25%
No	7	44%
Desconoce	5	31%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empresa INDUMIL

Elaborado por: Carlos Cevallos

Gráfico N° 7



Fuente: Tabla N° 8

Elaborado por: Carlos Cevallos

#### Análisis:

Luego de la encuesta realizada el 40% de las personas afirman que No se asignan funciones de forma adecuada en la entidad, el 33% indica que Si, finalmente el 27% opina que desconoce.

#### Interpretación:

La mayoría de personas encuestadas manifiestan que si se asignan funciones de manera adecuada puesto que de esta manera se puede controlar las actividades que se desarrollan dentro de la empresa.

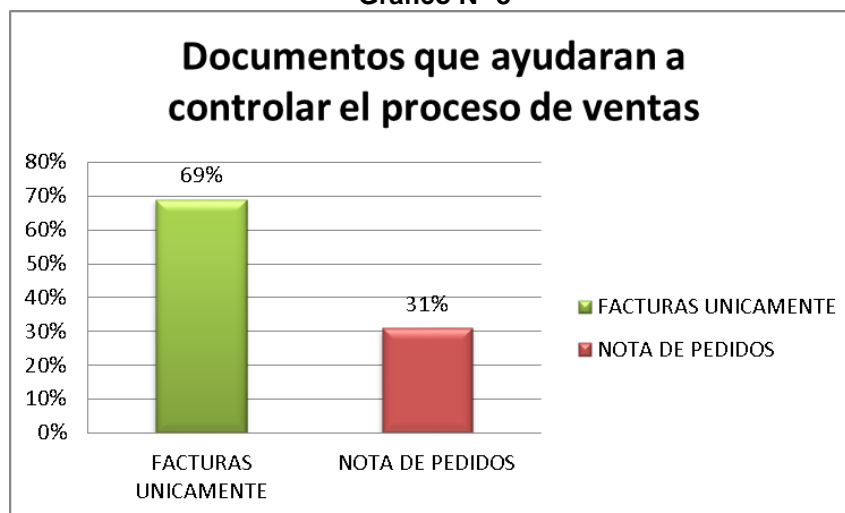
5. ¿Qué tipo de documentos cree usted ayudarán a controlar de forma adecuada los procesos de ventas de la entidad?

Tabla N° 9

Documentos que ayudaran a controlar el proceso de Ventas		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
FACTURAS UNICAMENTE	11	69%
NOTA DE PEDIDOS	5	31%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empresa INDUMIL  
Elaborado por: Carlos Cevallos

Gráfico N° 8



Fuente: Tabla N° 9  
Elaborado por: Carlos Cevallos

### Análisis:

De acuerdo con la encuesta el 69% de las personas afirma que las facturas únicamente serían el tipo de documento que ayudara a controlar de forma adecuada los procesos de ventas, mientras que el 31% opina que las Notas de pedido ayudaran en dicho proceso.

### Interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos se deduce que la empresa considera la utilización de facturas únicamente debido a que pueden controlar las actividades que se desarrolla en ella como: el proceso de ventas.

## 6. ¿Cada cuánto se realizan en la empresa Indumil, históricos de ventas?

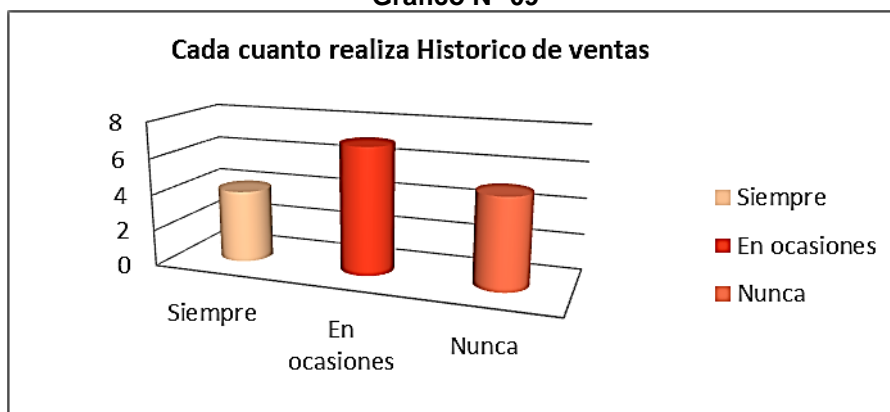
Tabla N° 10

Cada cuanto realiza Historico de ventas		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Siempre	4	25%
En ocasiones	7	44%
Nunca	5	31%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empresa INDUMIL

Elaborado por: Carlos Cevallos

Gráfico N° 09



Fuente: Tabla N° 10

Elaborado por: Carlos Cevallos

### Análisis:

Luego de realizar la encuesta a los socios y empleados de la empresa el 44% afirman que En Ocasiones se realizan en la empresa Indumil, históricos de ventas, el 31% expresa que Nunca y el 25% establecen que Siempre.

### Interpretación:

La mayoría de las personas encuestadas mencionan que en ocasiones se realiza el histórico de ventas, origina el desconocimiento de cómo se encuentra actualmente la misma.

**7. ¿Se realizan estudios de consumo, y demanda de calzado en el sector donde está ubicada la entidad?**

**Tabla N° 11**

Estudios de consumo y demanda de calzado		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Totalmente	4	25%
Parcialmente	8	50%
Nunca	4	25%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empresa INDUMIL  
**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Gráfico N° 10**



**Fuente:** Tabla N° 11  
**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Análisis:**

El 75% de las personas encuestadas menciona que No se realizan estudios de consumo, y demanda de calzado en el sector donde está ubicada, mientras que el 25% indica que Si se realiza.

**Interpretación:**

La mayoría de encuestados manifiestan que parcialmente se debe realizar estudios de consumo, y demanda de calzado, lo que quiere decir que se debe incrementar de manera adecuada el mismo.

**8. ¿Conoce usted sí se realizan estrategias de marketing y publicidad en la entidad?**

**Tabla N° 12**

<b>Estrategias de marketing y publicidad</b>		
<b>CATEGORIAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	4	25%
No	12	75%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empresa INDUMIL  
**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Gráfico N° 11**



**Fuente:** Tabla N° 12  
**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Análisis:**

De las personas encuestadas el 56% afirma que No se conoce sí se realizan estrategias de marketing y publicidad en la entidad, el 25% indica que Si y el 19% de las personas expresan que Tal vez o no sabe.

**Interpretación:**

La mayoría de las personas encuestadas manifiestan que no se realiza estrategias tanto de marketing y publicidad, por lo cual se ven afectadas las ventas de la empresa y no existirá el incremento de clientes.

**9. ¿Se ha realizado procesos referentes a la innovación de productos, introducción de mercado de los productos distribuidos?**

**Tabla N° 13**

<b>Proceso de innovacion, introduccion de productos</b>		
<b>CATEGORIAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente	3	19%
Parcialmente	5	31%
Nunca	8	50%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empresa INDUMIL  
**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Gráfico N° 12**



**Fuente:** Tabla N° 13  
**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Análisis:**

El 50% de los encuestados expresan que Nunca se han realizado procesos referentes a la innovación de productos, introducción de mercado de los productos distribuidos, el 31% afirma que Parcialmente se realiza y el 19% indica que Totalmente.

**Interpretación:**

La mayoría de personas encuestadas manifiestan que nunca se han realizado procesos referentes tanto a la innovación de productos como la introducción al mercado, lo cual disminuye la expectativa en ventas de los productos de la empresa.

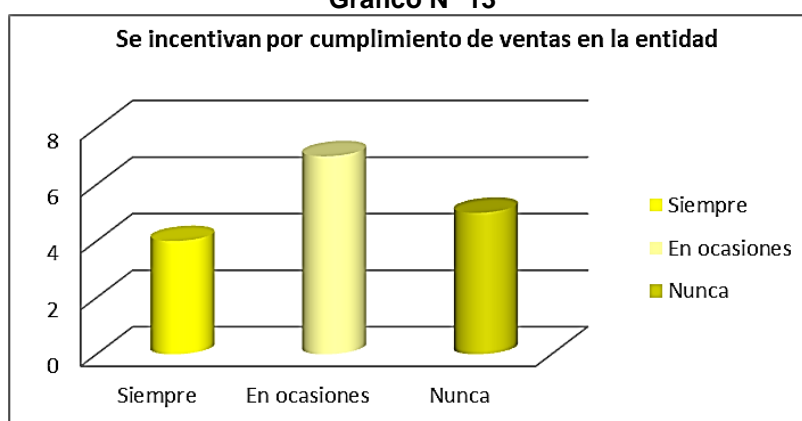
**10. ¿Se incentivan a los colaboradores por cumplimiento de ventas en la entidad?**

**Tabla N° 14**

<b>Se incentivan por cumplimiento de ventas en la entidad</b>		
<b>CATEGORIAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Siempre	4	25%
En ocasiones	7	44%
Nunca	5	31%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empresa INDUMIL  
**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Gráfico N° 13**



**Fuente:** Tabla N° 14  
**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Análisis:**

El 44% de las personas encuestadas afirman que en ocasiones se incentivan a los colaboradores por cumplimiento de ventas en la entidad el 31% expresan que Siempre y el 25% opina que nunca se incentiva en dicho tema.

**Interpretación:**

De acuerdo a los resultados arrojados se deduce que la empresa en ocasiones han incentivado a los colaboradores por cumplimiento de ventas, es decir que se debería incentivar al personal para que existan mejoras en la empresa y con ello obtener una mayor unión empresarial.



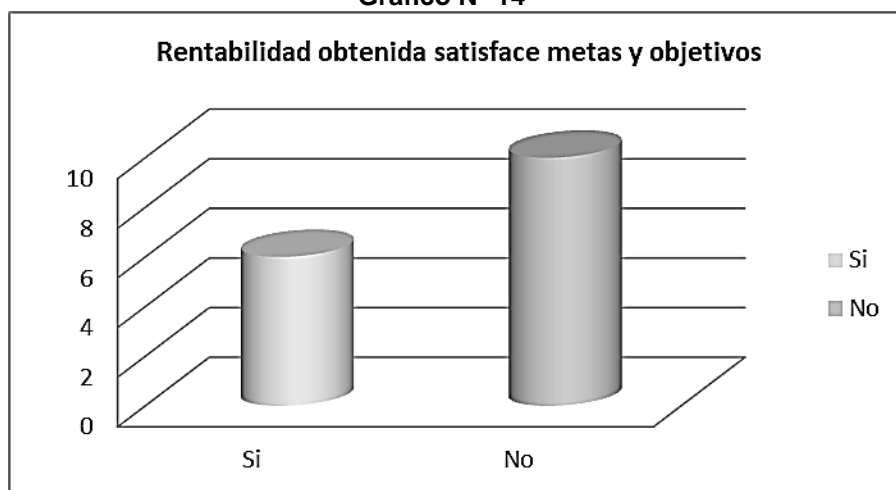
11. ¿Se conoce la cantidad real del producto que se ha vendido en el año anterior?

Tabla N° 15

Rentabilidad obtenida satisface metas y objetivos		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	6	37%
No	10	63%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empresa INDUMIL  
Elaborado por: Carlos Cevallos

Gráfico N° 14



Fuente: Tabla N° 15  
Elaborado por: Carlos Cevallos

### Análisis:

El 63% de las personas encuestadas afirman que No se conoce la cantidad real del producto que se ha vendido en el año anterior, mientras que el 37% expresa que Si conoce.

### Interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos se deduce que la empresa no conoce la cantidad real del producto que se vende, por ende no existe un adecuado control y manejo de la mercadería existente en la empresa.

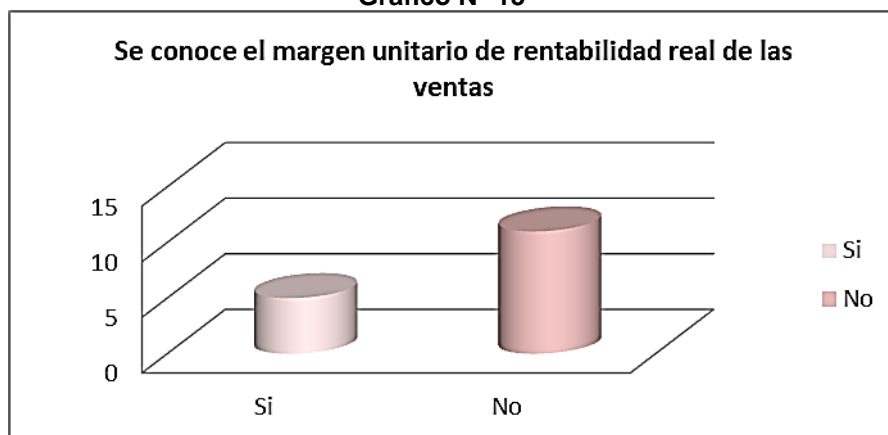
12. ¿Se conoce el margen unitario de rentabilidad real de las ventas efectuadas en el período anterior en la empresa?

Tabla N° 16

Se conoce el margen unitario de rentabilidad real de las ventas		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	5	31%
No	11	69%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empresa INDUMIL  
Elaborado por: Carlos Cevallos

Gráfico N° 15



Fuente: Tabla N° 16  
Elaborado por: Carlos Cevallos

### Analisis:

El 69% de las personas encuestadas afirman que No se conoce el margen unitario de rentabilidad real de las ventas efectuadas en el período anterior, mientras que el 31% expresa que Sí.

### Interpretacion:

De acuerdo con los resultados obtenidos se deduce que la empresa no conoce el margen unitario de rentabilidad anual, ocasionando el desconocimiento real de cómo se encuentra la empresa y por ende la liquidez de la misma.

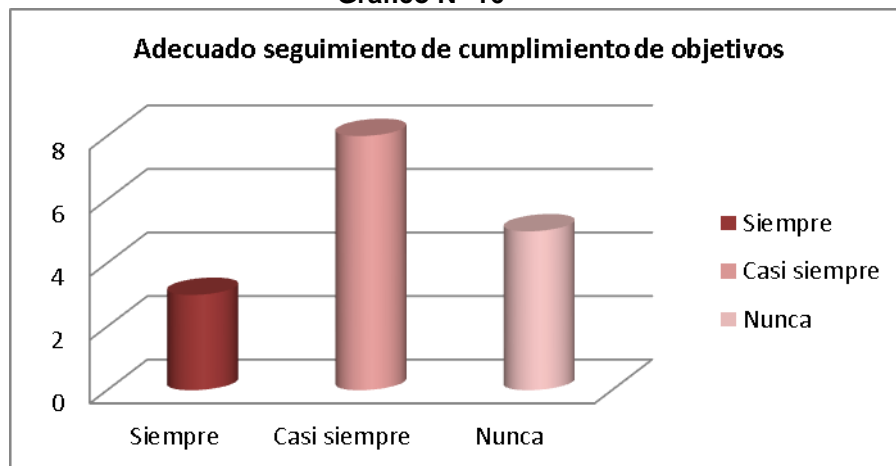
**13. ¿Se realiza un adecuado seguimiento de cumplimiento de objetivos en la entidad?**

**Tabla N° 17**

<b>Adecuado seguimiento de cumplimiento de objetivos</b>		
<b>CATEGORIAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Siempre	3	19%
Casi siempre	8	50%
Nunca	5	31%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empresa INDUMIL  
**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Gráfico N° 16**



**Fuente:** Tabla N° 18  
**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Análisis:**

El 50% de las personas encuestadas afirman que Casi Siempre se realiza un adecuado seguimiento de cumplimiento de objetivos el 31% expresa Nunca y el 19% opina que Siempre se realiza dicho seguimiento.

**Interpretación:**

De acuerdo con los resultados obtenidos se deduce que la empresa casi siempre ha realizado un adecuado seguimiento de cumplimiento de objetivos, lo cual ayuda a controlar adecuadamente a la empresa.

**14. ¿Se asignan funciones a los empleados de acuerdo a sus aptitudes y habilidades?**

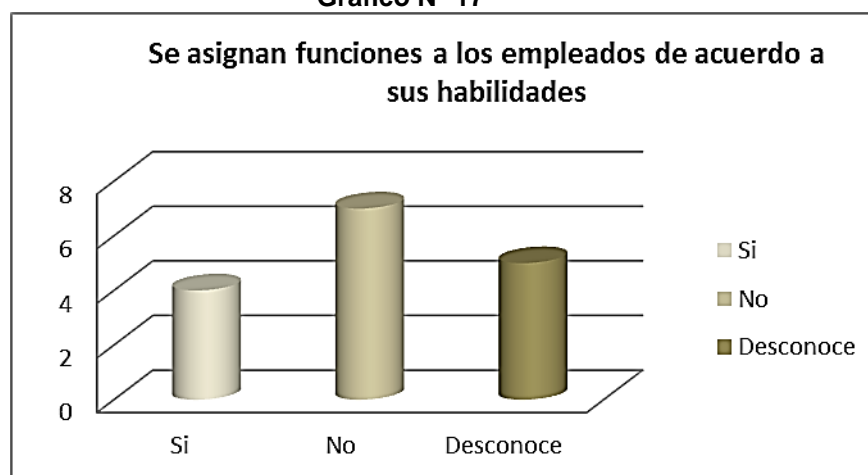
**Tabla N° 18**

Se asignan funciones a los empleados de acuerdo a sus habilidades		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	4	25%
No	7	44%
Desconoce	5	31%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empresa INDUMIL

**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Gráfico N° 17**



**Fuente:** Tabla N° 19

**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Análisis:**

El 44% de las personas encuestadas afirman que No se asignan funciones a los empleados de acuerdo a sus aptitudes y habilidades, mientras que el 31% expresa que desconoce y el 25% opina que Si conoce que se asignen funciones a los empleados.

**Interpretación:**

De acuerdo con los resultados obtenidos se deduce que la empresa no asigna funciones de acuerdo a destrezas y habilidades de cada persona, lo cual implica un menor desempeño laboral de los colaboradores.

**15. ¿Se realiza una evaluación previa a la aplicación de Control Interno COSO II?**

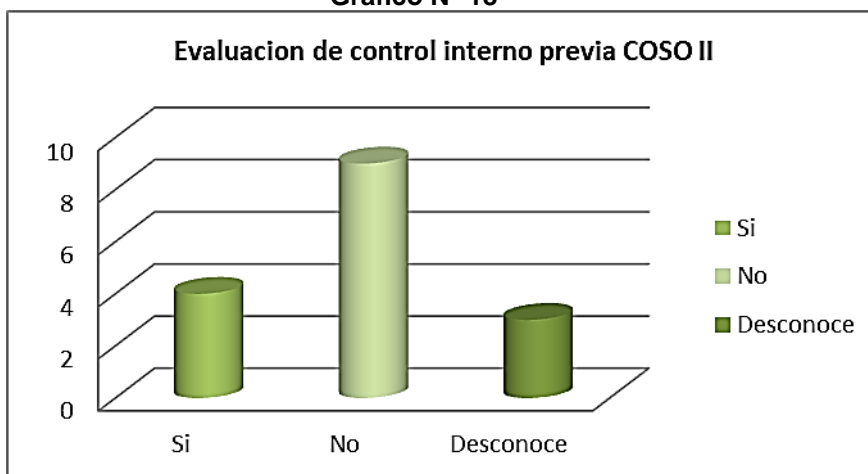
**Tabla N° 19**

<b>Evaluacion de control interno previa COSO II</b>		
<b>CATEGORIAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	4	25%
No	9	56%
Desconoce	3	19%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empresa INDUMIL

**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Gráfico N° 18**



**Fuente:** Tabla N° 20

**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Análisis:**

El 56% de las personas encuestadas afirman que No Se realiza una evaluación previa a la aplicación de Control Interno COSO II, por otro lado el 25% expresa Si y el 19% expresó que desconoce.

**Interpretación:**

De acuerdo con los resultados obtenidos se deduce que la empresa no realiza una evaluación previa de las aplicaciones de control Interno COSO II, por lo que no existe un control adecuado en toda la empresa.

**16. ¿Debe existir indicadores para un mejor control de la liquidez en la entidad?**

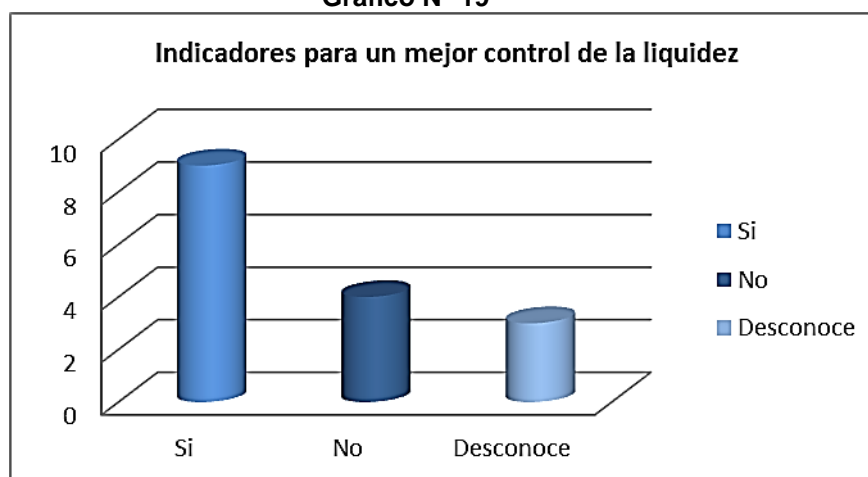
**Tabla N° 20**

Indicadores para un mejor control de la liquidez		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	9	56%
No	4	25%
Desconoce	3	19%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empresa INDUMIL

**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Gráfico N° 19**



**Fuente:** Tabla N° 21

**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Análisis:**

El 56% de las personas encuestadas afirman que Si deben existir indicadores para un mejor control de la liquidez, por otro lado el 25% expresa No y el 19% opina desconoce

**Interpretación:**

De acuerdo con los resultados obtenidos se deduce que en la empresa deben existir indicadores los mismos que ayudaran a controlar la liquidez en la entidad y por ende a obtener las metas esperadas.

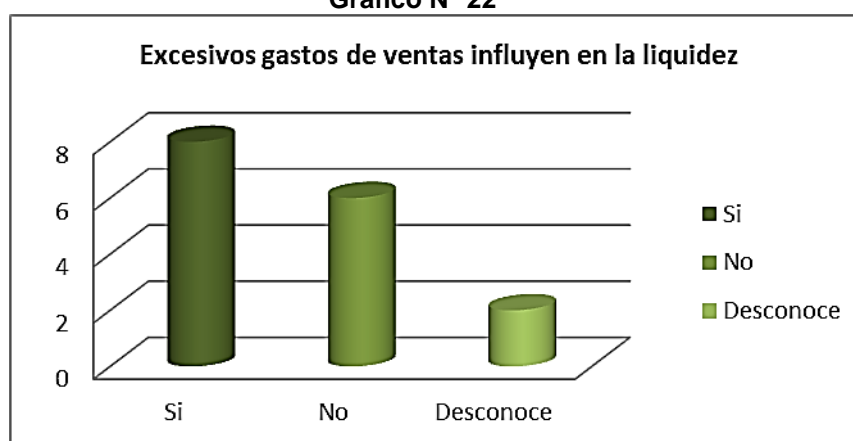
17. ¿Cree usted que los excesivos gastos de ventas influyen en la liquidez de la empresa?

Tabla N° 21

Excesivos gastos de ventas influyen en la liquidez		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	8	50%
No	6	37%
Desconoce	2	13%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empresa INDUMIL  
Elaborado por: Carlos Cevallos

Gráfico N° 22



Fuente: Tabla N° 24  
Elaborado por: Carlos Cevallos

### Analisis:

El 50% de las personas encuestadas menciona que los excesivos gastos de ventas SI, influyen en la liquidez el 31% expresa Si y el 25% opina que Tal vez o no sabe dicho problema.

### Interpretacion:

De acuerdo con los resultados obtenidos se deduce que la empresa si excede en los gastos de ventas influyendo en la liquidez de la empresa, lo que conlleva a excesos niveles que influyen directamente en la liquidez de la empresa.

18. ¿En qué periodos del año cree usted se reporta mayores ingresos en la empresa?

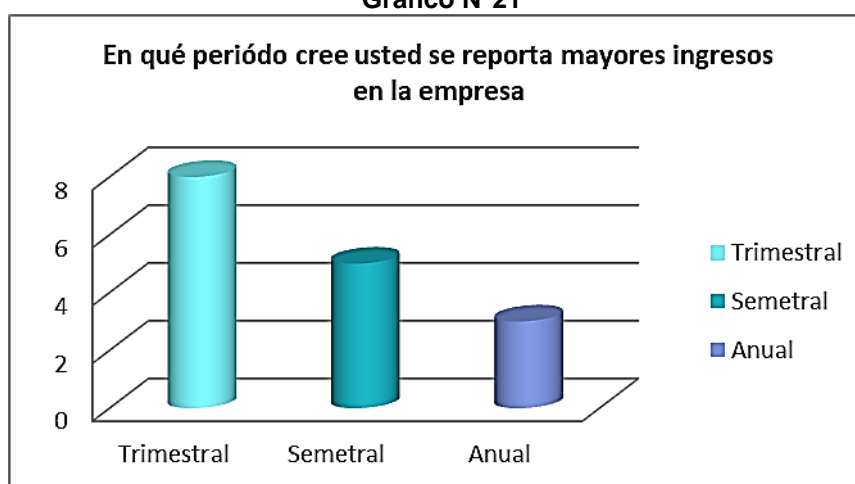
Tabla N° 22

En qué período cree usted se reporta mayores ingresos en la empresa		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Trimestral	8	50%
Semestral	5	31%
Anual	3	19%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empresa INDUMIL

Elaborado por: Carlos Cevallos

Gráfico N°21



Fuente: Tabla N° 25

Elaborado por: Carlos Cevallos

### Analisis:

El 50% de las personas encuestadas menciona que el periodo en que se reporta mayores ingresos es trimestral el 31% expresa Semestral y el 19% opina que Anual.

### Interpretación:

Se recomienda a la empresa mantener y en lo posible mejorar los índices de ventas para que fluya en lo trimestral con mejores resultados para lograr los objetivos esperados y analizar cada periodo terminado.



**19. ¿Conoce qué plazos de créditos se estipulan para las Ventas en la entidad?**

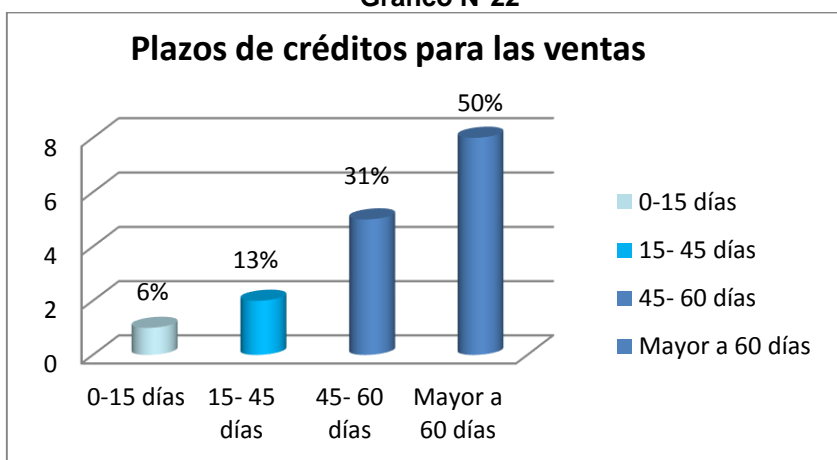
**Tabla N° 23**

<b>Plazos de créditos para las ventas</b>		
<b>CATEGORIAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
0-15 días	1	6%
15- 45 días	2	13%
45- 60 días	5	31%
Mayor a 60 días	8	50%
<b>TOTAL</b>	16	100%

**Fuente:** Empresa INDUMIL

**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Gráfico N°22**



**Fuente:** Tabla N° 23

**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Analisis:**

El 50% de las personas encuestadas menciona que los plazos de créditos de ventas son mayor a 60 días, el 31% indica que es de 45 a 60 días, mientras que el 13% que es de 15 a 45 días y el 6% que es de 0-15 días.

**Interpretación:**

La mayoría de encuestados afirmó que el plazo para otorgar créditos de la empresa Indumil, es mayor a 60 días.

20. ¿Se ha efectuado controles en las cuentas por cobrar de la entidad?

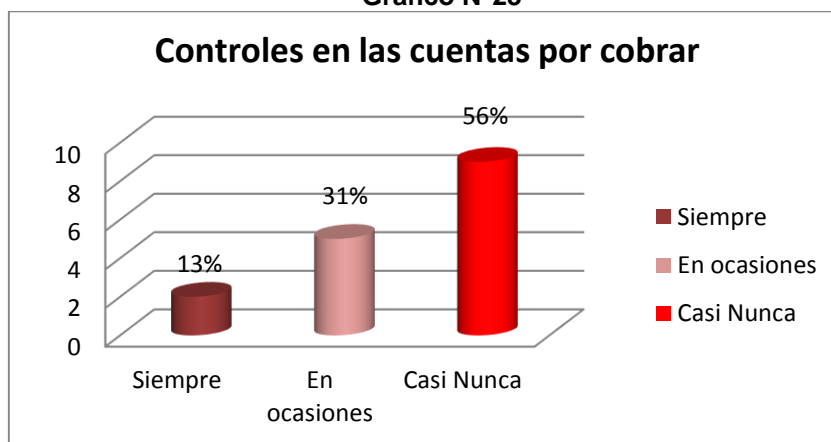
Tabla N° 24

Controles en la cuentas por cobrar		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Siempre	2	13%
En ocasiones	5	31%
Casi Nunca	9	56%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empresa INDUMIL

Elaborado por: Carlos Cevallos

Gráfico N°23



Fuente: Tabla N° 24

Elaborado por: Carlos Cevallos

**Analisis:**

El 56% de las personas encuestadas menciona que casi nunca se realizan controles en las cuentas por cobrar de la entidad, mientras que el 31% afirma que en ocasiones y el 13% que siempre.

**Interpretación:**

La mayoría de encuestados indicó mayoritariamente que casi nunca se realizan controles en la cuentas por cobrar de la empresa INDUMIL.

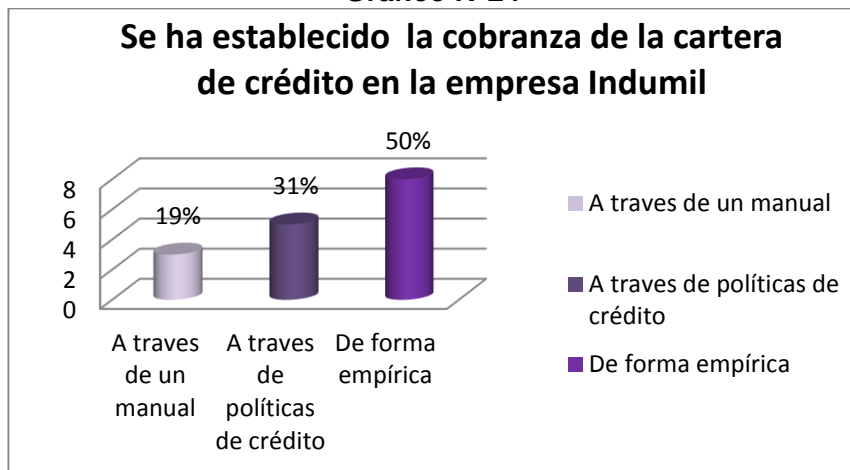
21. ¿De qué manera se ha establecido la cobranza de la cartera de crédito en la empresa Indumil?

Tabla N° 25

Se ha establecido la cobranza de la cartera de crédito en la empresa Indumil		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
A través de un manual	3	19%
A través de políticas de crédito	5	31%
De forma empírica	8	50%
<b>TOTAL</b>	16	100%

Fuente: Empresa INDUMIL  
Elaborado por: Carlos Cevallos

Gráfico N°24



Fuente: Tabla N° 25  
Elaborado por: Carlos Cevallos

### Analisis:

El 50% de las personas encuestadas menciona que la cobranza de la cartera de crédito se ha establecido de forma empírica, mientras que en un 31% indica que se ha establecido a través de políticas de crédito, y finalmente el 19% indicó que se lo hace mediante un manual.

### Interpretación:

La mayoría de encuestados indicó mayoritariamente que casi nunca se realizan controles en la cuentas por cobrar de la empresa INDUMIL.

## 22. ¿Se realiza un control formal del proceso de Ventas?

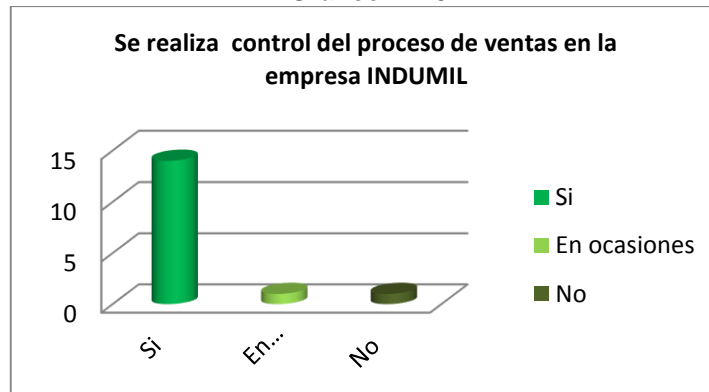
Tabla N° 26

Se realiza control del proceso de ventas en la empresa INDUMIL		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	3	19%
En ocasiones	4	25%
Nunca	9	56%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empresa INDUMIL

Elaborado por: Carlos Cevallos

Gráfico N°25



Fuente: Tabla N° 26

Elaborado por: Carlos Cevallos

### Analisis:

El 88% de las personas encuestadas menciona que un control formal del proceso de ventas en la empresa INDUMIL, es necesario realizarla, mientras que el 6% afirma que en ocasiones, finalmente el otro 6% indica que no.

### Interpretación:

La mayoría de encuestados indicó mayoritariamente que en la empresa INDUMIL, es necesario realizar un control formal del proceso de ventas.

### 4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Para la verificación de la hipótesis se ha establecido el método “T Student”, mismo que se maneja como un estadígrafo de distribución libre que permite establecer la correspondiente asignación de valores de frecuencias observados y esperados, permitiendo la comparación global del grupo de frecuencias a partir de la hipótesis que se requiere verificar.

Una vez establecido el problema e identificado las variables que componen la hipótesis planteada, materia de la presente investigación, se procederá a verificarla con la utilización de una herramienta estadística para probar la hipótesis.

La hipótesis a verificar es la siguiente:

**“Un adecuado control interno en el proceso de ventas es lo que ayudará a incrementar la liquidez en la empresa Indumil.”**

Las variables que intervienen en la hipótesis son:

- **Variable independiente** : Control Interno en el proceso de ventas
- **Variable dependiente** : Liquidez .

#### 4.3.1 Simbología

**Ho= Hipótesis Nula**

**Ha= Hipótesis alternativa o de investigación.-**

**CI= Control Interno en el proceso de ventas**

**L= Liquidez**

**p= Nivel de Confianza**

**$\alpha$  = Margen de Error**

### **4.3.2 Modelo Lógico**

#### **Hipótesis alterna Ha**

**Ha:** Un adecuado control interno en el proceso de ventas **Si** ayudará a incrementar la liquidez en la empresa Indumil.

#### **Hipótesis Nula Ho**

**Ho:** Un adecuado control interno en el proceso de ventas **No** ayudará a incrementar la liquidez en la empresa Indumil.

### **4.3.3 Modelo Matemático**

**Ho=** CI = L

**Ha=** CI  $\neq$  L

### **4.3.4 Determinación del Nivel de Significancia**

En el presente trabajo de investigación, se está trabajando a dos colas con un nivel de confianza del 95% es decir 1,753 de la tabla "T", y dividido a 0,8765 a cada lado dentro de la curva normal con un error del 5% que equivale a 0,05: razón por la cual se divide el margen de error en 2.5 de la curva a cada lado, lo que corresponde como sector crítico 0.025 a cada lado.

### **4.3.5 Nivel de Significancia**

$$\alpha / 2 = 0,05/2 = 0,025$$

### **4.3.6 Grados de Libertad**

Para determinar los grados de libertad se utiliza la siguiente fórmula:

$$gl = N - 1$$

**Donde:**

**N:** Es la población de Estudio = 16

**Entonces**

$$gl = N-1$$

$$gl = 16 - 1$$

$$gl = 15$$

**Por lo expuesto en (“T” Student)**, obtenido en igual a la suma del nivel de significancia y los grados de libertad.

#### ***4.3.7 Nivel de significancia y Grados de Libertad***

$$\alpha / 2 = 0,025 \text{ y}$$

$$gl = 15$$

“T” tabulado = **1,753** (dentro de la curva normal)

#### ***4.3.8 Preguntas seleccionadas para la verificación de la hipótesis***

##### **Pregunta 3: Control Interno en los procesos de ventas**

¿Es importante realizar un control interno en el proceso de ventas de la Empresa Indumil?

##### **Pregunta 17: Liquidez**

¿Debe existir indicadores para un mejor control de la liquidez en la entidad?

#### 4.3.9 Fórmulas

Para la comprobación de la hipótesis se realiza los cálculos respectivos de la fórmula, que nos permita la aceptación o rechazo de la hipótesis.

#### 4.3.10 Media Aritmética

$$\bar{x} = \frac{\sum f_0}{n \text{ preguntas}}$$

$$X = \frac{32}{2}$$

$$X = 16$$

$$X = 16$$

#### 4.3.11 Frecuencias Observadas

**TABLA N° 27**  
**FRECUENCIAS OBSERVADAS**

N°	Preguntas	SI	NO	DESCONOCE	Total
3	¿Es importante realizar un control interno en el proceso de ventas de la Empresa Indumil?	9	3	4	16
17	¿Debe existir indicadores para un mejor control de la liquidez en la entidad?	9	4	3	16
	<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>32</b>

Fuente: INDUMIL (2014)

Elaborador por: Carlos Cevallos

#### 4.3.12 Desviación típica de la muestra

$$S = \bar{s} * \sqrt{\frac{n}{n-1}}$$

$$S = 16 * \sqrt{\frac{16}{16-1}}$$



$$S = 16 * \sqrt{\frac{16}{15}}$$

$$S = 16 * \sqrt{1,07}$$

$$S = 16 * 1,03$$

$$S = 16,48$$

#### 4.3.13. "T" de Student

$$t = \frac{\bar{x} - u}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

$$t = \frac{16 - 15}{\frac{16,48}{\sqrt{16}}}$$

$$t = \frac{1}{\frac{16,48}{4}}$$

$$t = \frac{1}{4,12}$$

$$t = 0,24$$

#### 4.3.14. Cálculo Estadístico

Después de haber realizado los cálculos para el reemplazo en la fórmula se procede a obtener al (**"T" student**), calculado, para el efecto se aplicó la siguiente fórmula estadística.

#### 4.3.15. Fórmula "T" Student

$$t = \frac{(\bar{x} - u)}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

#### 4.3.16. Condición

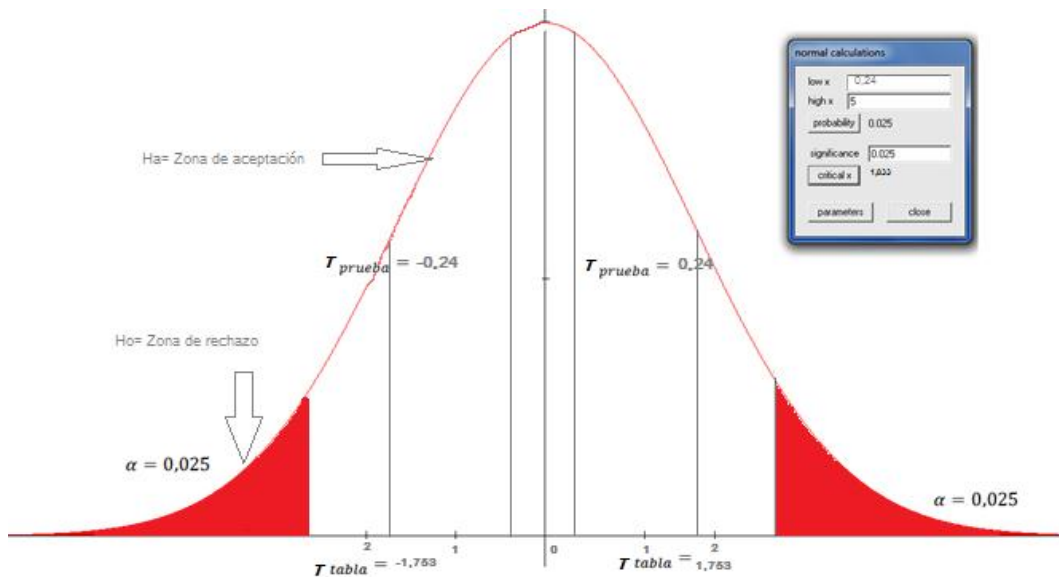
**"t" de student** calculado < **"t" de student** tabulado

$$0,24 < 1,753 \text{ ( dentro de la curva normal)}$$

Si es < **"t" de Student**  $\alpha$ , se rechaza la Hipótesis nula

Si **"t" de Student** calculado es < **"t" de Student** tabulado, Se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la Hipótesis alternativa (Ha) con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, el 2,5% a cada lado de la curva normal.

Gráfico 26. Determinación “t” Student



Fuente: Encuesta(2014).  
Elaborado por: Carlos Cevallos

#### 4.3.17. Conclusión

Una vez realizado el cálculo “T” de Student podemos observar que:

**0,24 < 1,753**, así pues se acepta la hipótesis alternativa (Ha) y se rechaza la hipótesis nula (Ho), es decir el criterio de las personas entrevistadas de la empresa de Calzado Indumil., afirman que la hipótesis planteada en la presente investigación en la que se indica: “Un adecuado control interno en el proceso de ventas es lo que ayudará a incrementar la liquidez en la empresa Indumil.”.

Para la comprobación de hipótesis se aplicó un método estadístico y analítico, por lo que queda comprobado que un adecuado control interno en el proceso de ventas **Si** ayudará a incrementar la liquidez en la empresa de calzado Indumil, y es indispensable desarrollar la presente investigación.

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Es importante realizar un análisis de los resultados obtenidos una vez finalizado el proceso de investigación, con el propósito de exponer conclusiones y recomendaciones que permitan alcanzar una solución apropiada al problema planteado.

#### **5.1 CONCLUSIONES**

- Se concluye que la empresa no ha desarrollado procesos de control interno de las ventas, debido a que el actual se lo ha definido de forma empírica.
- La empresa no ha aplicado un control interno en función del cumplimiento de las metas y objetivos institucionales planteados por sus dueños, debido a que los vendedores no tienen claro las actividades a desempeñar en la entidad, peor aún de las metas de ventas definidas por gerencia.
- No se realiza una evaluación de la gestión administrativa en lo que se refiere al tiempo de pago del crédito, el proceso de cobranzas, mediante indicadores de liquidez, esto ha incidido en la utilización limitada de los recursos disponibles de la empresa de calzado Indumil.
- Por otro lado los despachos de mercaderías son deficientes debido a que no existe personal capacitado en bodegas, esto ha ocasionado errores en el inventario de la entidad.

- La empresa INDUMIL no ha diseñado un adecuado control interno, ocasionando errores en el proceso de ventas y por consiguiente esto se verá reflejado en la información financiera al final del ejercicio económico.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

De las situaciones reflejadas anteriormente se establece a continuación las siguientes recomendaciones:

- ✓ Efectuar un análisis del control interno del proceso de ventas, que se adecue a las necesidades de la empresa INDUMIL, y por consiguiente ayude a mejorar la liquidez.
- ✓ Identificar un sistema de control interno en función del cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa.
- ✓ Es necesario aplicar indicadores de vencimiento de la cartera, tiempos de crédito y liquidez.
- ✓ Analizar la forma de presentación de información financiera con el propósito de identificar debilidades para formarse un juicio sobre el manejo del negocio.
- ✓ Aplicar indicadores de rentabilidad, solvencia y capacidad de crecimiento con el fin de evaluar la gestión administrativa de la empresa.
- ✓ Proponer el diseño un adecuado control interno mediante el Método COSO II, que permita la presentación de información financiera coherente.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1. DATOS INFORMATIVOS**

**Tema:** Diseño de políticas en el proceso de ventas, en base al Método COSO II, para alcanzar indicadores de liquidez satisfactorios en la empresa de calzado INDUMIL.

- **Empresa Ejecutora:** INDUMIL
- **Departamento:** Departamento de Contabilidad y ventas

**Beneficiarios:** Las personas que se benefician a través de la realización de esta investigación son:

- Personal Administrativo
- Ventas
- Investigador

**Ubicación Geográfica:** Provincia: TUNGURAHUA, Cantón: AMBATO, Parroquia: CELIANO MONGE, Calle Principal: Rosa Robalino N° 125 Intersección: ISIDRO VITERI, Referencia: A UNA CUADRA DEL HOSPITAL DE NIÑOS LA MERCED.

**Teléfono:** 032845424

**Talento Humano:** Las personas que participan en la ejecución de la propuesta son: Gerente, Contador, Vendedores y demás personal de la entidad.

**Tiempo de Ejecución:** La fecha de inicio será en el mes de julio 2014 y la fecha de finalización será en el mes de abril del año 2015.

**TABLA N° 1 EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE**

<i>Sra. Patricia López</i>	<i>GERENTE</i>
<i>Ing. William Villacres</i>	<i>CONTADOR</i>
<i>Sr. Darío Guerrero</i>	<i>VENDEDOR</i>
<i>Sr. Jaime Paredes</i>	<i>VENDEDOR</i>
<i>Sr. Carlos Cevallos</i>	<i>INVESTIGADOR</i>

**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Costo:** El costo para implementar la propuesta es financiado por el investigador cuyo valor asciende a \$1224,85

**TABLA N° 2 RECURSOS MATERIALES**

Rubro	Cantidad	Valor Unitario	Total
Fotocopias	250	\$ 0,03 / copia	\$ 7,50
Suministros y materiales de oficina	-	-	\$ 50,00
Transporte	-	-	\$ 58,00
Alimentación	-	-	\$ 90,00
Impresiones	600	\$ 0,10/impr	\$ 60,00
Anillados	6	\$ 1,50	\$ 9,00
Laptop	520	-	\$ 520,00
Empastado	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Alquiler de Equipo	-	-	\$ 30,00
Contratación de Internet	12 meses	\$ 22,00	\$ 264,00
<b>Subtotal</b>			\$ 1.113,50
<b>10% Imprevisto</b>			\$ 111,35
<b>Total</b>			\$ 1.224,85

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Carlos Cevallos

En el presente capítulo se detalla una propuesta para mejorar el Control Interno en el proceso de ventas de la empresa INDUMIL.

## **6.2. ANTECEDENTES**

La empresa INDUMIL, considera indispensable la aplicación de un manual de control interno en el proceso de ventas para mejorar la liquidez de la misma.

Según **(Niola Ordoñez Ana E & Urgilés Gracia Carme E, 2013, págs. 15,29,83,85)**, en su trabajo investigativo titulado ***“Evaluación del Sistema de Control Interno a los Procesos de Compra y Venta de “ZONA MUEBLES” CÍA LTDA”*** menciona que:

El control interno en el proceso de ventas es una herramienta fundamental en el desarrollo de las actividades y mejora la liquidez de la empresa, permite salvaguardar los recursos (Económicos, Humanos, Tecnológicos, etc.) llevando así al cumplimiento de los objetivos institucionales.

El control interno se amplía como consecuencia del notable aumento de la producción, es decir que los propietarios de los negocios siempre se ven forzados a delegar funciones dentro de la organización conjuntamente con la creación de sistemas y procedimientos que disminuyeran fraudes o errores, ya que no se prestaba atención a la fase administrativa u organizativa sobre los procesos de venta, reconociendo la necesidad de crear e implementar sistemas de control en los procesos de ventas como consecuencia del importante crecimiento operativo dentro de las empresas, llevando a cabo un control sobre la gestión de los negocios.

La empresa al tomar decisiones en ventas analiza posibles riesgos de una manera muy simple, no establece un nivel de riesgo aceptado, su probabilidad e impacto, la relación costo beneficio, se dan soluciones en base a la experiencia del jefe de mercadeo; cuenta con una sola persona encargada del área de ventas y carecen formalmente de controles y procedimientos que permitan mantener una liquidez favorable.

El área de ventas de la empresa ZONA MUEBLES CÍA LTDA es fundamental para el incremento de su liquidez, de esta área depende que los muebles estén en el mercado, sin embargo para dicha ventas no se tienen establecidos controles en los procedimientos efectuados por los funcionarios y no se encuentran bien definidas las funciones del personal de ventas, por este motivo la liquidez de la misma disminuye de manera considerable afectando a los socios y a sus empleados.



Así también se constató que el personal de ventas no cumple con sus funciones a cabalidad, por lo que es insuficiente el control efectuado por el jefe de almacén, no se realiza evaluaciones al personal desde que se creó la empresa.

En el proceso de venta existe una sola persona que se encarga de la supervisión del personal, los controles y procedimientos son establecidos por el jefe de mercadeo de manera informal, lo cual impide que en ciertas ocasiones no sean comunicados los objetivos a todos los vendedores y estos no asuman con responsabilidad el cumplimiento de los objetivos, por lo tanto sus actitudes ayudan en la disminución de su economía o liquidez.

Según **(Moscoso Jarrin Maria S, 2010, págs. 31, 55, 56)**, en su trabajo investigativo titulado ***“Diagnóstico del Control Interno de los procesos de compras, producción y ventas de la Fábrica Edén y propuestas para el mejoramiento de su gestión”*** expresa que:

El proceso de ventas no representa mayor problema en su ejecución, sin embargo la debilidad de Control interno está en la falta de políticas establecidas y dadas por escrito al personal de ventas, respecto de plazos en los créditos concedidos, porcentaje de descuentos, etc.

A través de este estudio se ha logrado asimilar la esencia del Control Interno que se conceptúa como el pilar fundamental de todo ente organizacional que proporciona directrices para el buen manejo de los procesos de venta, actividades y recursos, siendo por lo tanto considerado como una herramienta a través de la cual se logra alcanzar una correcta administración y por consiguiente la obtención de una liquidez favorable para la empresa.

Se concluye que la fábrica no dispone de una estructura organizacional definida, como consecuencia el personal no tiene debidamente trazadas sus funciones, así como también los procesos y subprocesos de ventas no tienen límites establecidos y tampoco son registrados o documentados.

Claramente existen debilidades de control interno en los procesos de ventas que llevan a cabo en la empresa, lo que ha estado influyendo directamente en el cambio de organización afectando al cumplimiento de metas y objetivos afectando a la liquidez de la misma.

Al efectuar la presente propuesta se tendrá un impacto favorable ya que se determinará factores críticos de éxito y se podrá gestionarlo para beneficio de la entidad, todo esto conllevará al adecuado tratamiento contable de los procesos de ventas.

### **6.3 Justificación**

La presente propuesta se justifica debido a que se analizará la importancia que tiene la aplicación de un control interno al proceso de ventas, a través del COSO II, esto ayudará a detectar posibles riesgos, en cuanto a la facturación y pedidos, además mejorará el despacho de mercaderías de la Empresa INDUMIL.

La aplicación de la presente propuesta pretende incrementar la liquidez de la empresa, garantizando la adecuada asignación de cada proceso de ventas, y el cumplimiento de reglamentos para esta área, se utilizarán además indicadores de liquidez.

La propuesta planteada brinda un impacto favorable para la entidad, debido que se determinaron factores críticos que ayudarán a minimizar los riesgos, permitiendo a la entidad solucionar los problemas facturación y despacho de mercaderías.

Finalmente la presente propuesta será la solución al problema de la entidad debido a que permitirá analizar, identificar, calificar y medir las oportunidades o las estrategias de ventas a implantar en la entidad, además estarán alienados a los procedimientos de compra, y venta entre el cliente y los vendedores, de esta manera se fortalecerá el área de ventas en la empresa INDUMIL.

### **6.4. OBJETIVOS**

#### ***6.4.1. Objetivo general***

Diseñar un adecuado control interno en los procesos de ventas, mediante el Método COSO II, a través de la aplicación de indicadores de liquidez en la empresa de calzado INDUMIL.

#### **6.4.2. Objetivos específicos**

- Desarrollar un diagnóstico interno, como conocimiento preliminar de la empresa INDUMIL, para conocer la organización interna de la misma.
- Realizar la aplicación del Método COSO II, para conocer el grado de cumplimiento de reglamentos que rigen para el área de ventas.
- Establecer un análisis de los tipos de clientes de INDUMIL, para diagnosticar cada proceso del área de ventas de forma favorable.
- Aplicación de indicadores de liquidez y ventas de Indumil, para determinar si sus activos pueden cubrir sus pasivos a corto plazo.
- Emitir conclusiones y recomendaciones relacionadas a los procesos de ventas, para emitir los criterios detectados después de la aplicación de la presente propuesta.

#### **6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

Se cuenta con elevada factibilidad para el desarrollo de la presente propuesta, principalmente en los aspectos tecnológicos, organizacionales, económicos-financieros y legales, sobre todo por la apertura y decisión del Gerente que busca el desarrollo de la empresa en todos sus ámbitos, y por el aporte de todos los colaboradores de la misma, en los cuales se refleja la actitud de cambio que se quiere llevar adelante y en donde todos se sienten involucrados con este proceso.

##### **6.5.1. Factibilidad social**

La propuesta pretende mejorar el control interno en el proceso de ventas de la empresa INDUMIL puesto que al contar con la oportuna aplicación de la presente propuesta servirá para una correcta toma de decisiones y consecuentemente contribuirá a alcanzar una liquidez elevada, encaminada a la consecución de los objetivos de la entidad.

### **6.5.2. Factibilidad Económica - Financiera**

Es preciso indicar que la entidad cuente con recursos económicos para poder conseguir un mayor beneficio en el uso oportuno de los recursos, con visión hacia el futuro lo cual implantará nuevas políticas para obtener razonabilidad en el tratamiento contable de la entidad.

### **6.5.3. Factibilidad legal**

En lo que se refiere al ámbito legal, la presente propuesta es factible, ya que no atenta contra la integridad de la empresa, por lo que la misma está bajo el control de las distintas leyes gubernamentales.

Según la **NIA 6** en su **Sección 400** titulada **CONTROL INTERNO: Evaluación de riesgos y control interno** en la **Resolución No. 06.Q.ICI.003 del 21 de agosto de 2006** menciona que:

#### **Propósito:**

El propósito de esta norma es proporcionar pautas referidas a la obtención de una comprensión y prueba del sistema de control interno, la evaluación del riesgo inherente y de control y la utilización de estas evaluaciones para diseñar procedimientos sustantivos que el auditor utilizará para reducir el riesgo de detección a niveles aceptables.

#### **1-12 Riesgo inherente**

Para evaluar el riesgo inherente, el auditor usa juicio profesional para evaluar cuyos ejemplos son:

- A nivel del estado financiero
- A nivel de saldo de cuenta y clase de transacciones
- Sistemas de Contabilidad y de Control Interno
- Limitaciones inherentes de los controles internos

- Comprensión de los sistemas de contabilidad y control interno

### **Sistemas de contabilidad y de control interno**

El auditor debería obtener una comprensión del sistema de contabilidad suficiente para identificar y entender:

- a) Las principales clases de transacciones en las operaciones de la entidad;
- b) Cómo se inician dichas transacciones;
- c) Registros contables importantes, documentos de respaldo y cuentas en los estados financieros; y
- d) El proceso contable y de informes financieros, desde el inicio de transacciones importantes y otros eventos hasta su inclusión en los estados financieros.

### **Ambiente de Control**

El auditor debería obtener suficiente comprensión del ambiente de control para evaluar las actitudes, conciencia y acciones de directores y administración, respecto de los controles internos y su importancia en la entidad.

### **Procedimientos de Control**

El auditor debería obtener suficiente comprensión de los procedimientos de control para desarrollar el plan de auditoría.

### **Riesgo de control**

Después de obtener una comprensión de los sistemas de contabilidad y de control interno, el auditor debería hacer una evaluación preliminar del riesgo de control, al nivel de aseveración, para cada saldo de cuenta o clase de transacciones, de importancia relativa.

La evaluación preliminar del riesgo de control para una aseveración del estado financiero debería ser alta a menos que el auditor:

- a) Pueda identificar controles internos relevantes a la aseveración que sea probable que prevengan o detecten y corrijan una representación errónea de importancia relativa; y
- b) Planee desempeñar pruebas de control para soportar la evaluación.

### **25-26 Documentación de la comprensión o y de la evaluación del riesgo de control**

El auditor debería documentar en los papeles de trabajo de la auditoría:

- a) La comprensión obtenida de los sistema de contabilidad y de control interno de la entidad; y
- b) La evaluación del riesgo de control.

### **27-34 Pruebas de Control**

Las pruebas de control se desarrollan para obtener evidencia de auditoría sobre la efectividad de:

- a) El diseño de los sistemas de contabilidad y de control interno, es decir, si están diseñados adecuadamente para evitar o detectar y corregir representaciones erróneas de importancia relativa; y
- b) La operación de los controles internos a lo largo del período.

### **35-38 Calidad y oportunidad de la evidencia de auditoría**

El auditor puede decidir desempeñar algunas pruebas de control durante una visita intermedia antes del final del período. Los factores que tendrá que considerar incluye:

- Los resultados de las pruebas provisionales.
- La extensión del período restante

• Si han ocurrido cambios en los sistemas de contabilidad y de control interno durante un período restante.

- La naturaleza y monto de las transacciones y otros eventos y los saldos implicados.
- El ambiente de control, especialmente controles de supervisión.
- Los procedimientos sustantivos que el auditor planea llevar a cabo.

### **39 Evaluación final del riesgo de control**

Antes de la conclusión de la auditoría, basado en los resultados de los procedimientos sustantivos y de otra evidencia de auditoría obtenida por el auditor, el auditor debería considerar si la evaluación del riesgo de control es confirmada.

### **40 Relación entre las evaluaciones de riesgos inherente y de control**

La administración a menudo reacciona a situaciones de riesgo inherente diseñando sistemas de contabilidad y de control interno para prevenir o detectar y corregir representaciones erróneas y por lo tanto, en muchos casos, el riesgo inherente y el riesgo de control están altamente interrelacionados. Como resultado, el riesgo de auditoría puede ser más apropiadamente determinado en dichas situaciones haciendo una evaluación combinada.

### **41-45 Riesgo de detección**

El auditor debería considerar los niveles evaluados de riesgos inherentes y de control al determinar la naturaleza, oportunidad y alcance de los procedimientos sustantivos requeridos para reducir el riesgo de auditoría a un nivel aceptable. A este respecto, el auditor consideraría:

- a) La naturaleza de los procedimientos sustantivos, por ejemplo, usar pruebas dirigidas hacia partes independientes fuera de la entidad y no pruebas dirigidas hacia partes o documentación dentro de la entidad, o usar pruebas de detalles para un objetivo particular de auditoría además de procedimientos analíticos;
- b) La oportunidad de procedimientos sustantivos, por ejemplo, desempeñándolos al fin del período y no en una fecha anterior; y
- c) El alcance de los procedimientos sustantivos, por ejemplo, usar un tamaño mayor de muestra.

#### **48 Riesgo de auditoría en el negocio pequeño**

El auditor necesita obtener el mismo nivel de seguridad para expresar una opinión no calificada sobre los estados financieros tanto de entidades pequeñas como grandes. Sin embargo, muchos controles internos que serían relevantes para entidades grandes no son prácticos en el negocio pequeño.

#### **49 Comunicación de debilidades**

Como resultado de obtener una comprensión de los sistemas de contabilidad y de control interno y de las pruebas de control, el auditor puede darse cuenta de las debilidades en los sistemas. La comunicación a la administración de las debilidades de importancia relativa ordinariamente sería por escrito.

Según las **SAS** que tienen referencia al **CONTROL INTERNO** mencionan que:

**SAS- 55**, modificado por SAS-78 requiere que el auditor comprenda el sistema del control interno del cliente para que esto le sirva de base para el planeamiento del trabajo de auditoría. La evaluación del control interno hecha por el auditor determina, en



parte la naturaleza, momento y alcance de los procedimientos de auditoría sustantivos

**SAS - 47** considera el riesgo inherente, uno de los elementos a tenerse en cuenta al evaluar el riesgo de control

**SAS - 60** contiene las definiciones de condiciones reportables y de debilidades relativamente importantes en el control interno del cliente

## **6.6. FUNDAMENTACIÓN**

### **6.6.1. Control Interno en el proceso de ventas**

#### *6.6.1.1. Concepto de Control Interno en el proceso de ventas*

El proceso de venta es una secuencia lógica que emprende el vendedor para tratar con un comprador potencial y que tiene por objeto producir alguna reacción deseada en el cliente (usualmente la compra) (**Stanton, 2007, págs. 75-76**).

#### **Los Pasos o Fases del Proceso de Venta**

A continuación, se detallan los cuatro pasos o fases del proceso de venta:

1. Prospección
2. El acercamiento - CONTACTAR
3. La presentación del mensaje de ventas
4. Manejo de objeciones y resistencia a la venta
5. Cierre de la venta
6. Servicios post-venta. (**Stanton, 2007, págs. 75-76**)

#### **❖ PASO 1: Prospección**

La fase de prospección o exploración es el primer paso del proceso de venta y consiste en la búsqueda de clientes en perspectiva; es decir, aquellos que aún no son clientes de la empresa pero que tienen grandes posibilidades de serlo.

La prospección involucra un proceso de tres etapas:

- Etapa 1: Identificar a los clientes en perspectiva
- Etapa 2: Calificar a los candidatos en función a su potencial de compra
- Etapa 3: Elaborar una lista de clientes en perspectiva

#### ❖ PASO 2: EL ACERCAMIENTO – CONTACTAR

Luego de elaborada la lista de clientes en perspectiva se ingresa a la fase que se conoce como acercamiento previo, que consiste en la obtención de información más detallada de cada cliente en perspectiva y la preparación de la presentación de ventas adaptada a las particularidades de cada cliente.

- **Etapa 1:** Investigación de las particularidades de cada cliente en perspectiva.
- **Etapa 2:** Preparación de la presentación de ventas enfocada en el posible cliente.
- **Etapa 3:** Obtención de la cita o planificación de las visitas en frío.

#### ❖ PASO 3: LA PRESENTACIÓN DEL MENSAJE DE VENTAS

La presentación del mensaje de ventas debe ser adaptada a las necesidades y deseos de los clientes en perspectiva.

Hoy en día, ya no funcionan aquellas presentaciones "enlatadas" en las que el vendedor tenía que memorizarlas para luego "recitarlas" ante el cliente (quién asumía una posición pasiva). Los tiempos han cambiado, hoy se debe promover una participación activa de los clientes para lograr algo más importante que la venta misma, y es: su plena satisfacción con el producto adquirido (**Stanton, 2007, págs. 75-77**)

La presentación del mensaje de ventas se basa en una estructura basada en 3 pilares:

- ✓ **Las características del producto:** Lo que es el producto en sí, sus atributos.
- ✓ **Las ventajas:** Aquello que lo hace superior a los productos de la competencia.
- ✓ **Los beneficios que obtiene el cliente:** Aquello que busca el cliente de forma consciente o inconsciente.

Por otra parte, las objeciones ya no representan un obstáculo a superar por el vendedor, por el contrario son claros indicios de compra (si el cliente objeta algo es porque tiene interés pero antes necesita solucionar sus dudas).

Finalmente, el cierre de venta ya no es una tarea que se deja al final de la presentación, es decir que el famoso cerrar con broche de oro pasó a la historia. Hoy en día, el cierre debe efectuarse ni bien exista un indicio

de compra por parte del cliente, y eso puede suceder inclusive al principio de la presentación **(Stanton, 2007, págs. 75-77)**

#### ❖ PASO 4: MANEJO DE OBJECIONES Y LA RESISTENCIA A LA VENTA

Las objeciones pueden presentarse en cualquier momento durante la presentación. El vendedor debe estar preparado para ellas, las más comunes se refieren al precio; a la satisfacción con el proveedor actual, renuncia a tomar una decisión por el momento, no hay necesidad inmediata para el producto o servicio, sentimientos negativos hacia la forma del vendedor, y la insistencia sobre tratos y ofertas especiales inaceptables.

El vendedor debe anticipar tales objeciones y hacer planes sobre la forma de refutarlas.

Algunas objeciones son sólo respuestas automáticas o simplemente actitudes que los clientes han sido condicionados o programados para decir a los vendedores **(Stanton, 2007, págs. 75-78)**

#### ❖ PASO 5: EL CIERRE DE VENTAS

Es el paso más importante dentro del proceso de la venta, ya que es el Objetivo Final y la remuneración que recibes es para que lo logres.

Es el momento cuando el cliente consciente o inconscientemente toma la decisión de compra después de haber sido guiado por el vendedor a través de las 4 etapas psicológicas de la venta (AIDA) las cuales son: primero captar la atención del cliente luego despertarle el interés, estimularle el deseo de compra y conducirlo a la acción de firmar el pedido **(Stanton, 2007, págs. 75-78)**

#### ❖ PASO 6: SERVICIOS POSVENTA

La etapa final del proceso de venta es una serie de actividades posventa que fomentan la buena voluntad del cliente y echan los cimientos para negocios futuros.

Los servicios de posventa tienen el objetivo de asegurar la satisfacción e incluso la complacencia del cliente. Es en esta etapa donde la empresa puede dar un valor agregado que no espera el cliente pero que puede ocasionar su lealtad hacia la marca o la empresa **(Stanton, 2007, págs. 75-79)**

Los servicios de posventa, pueden incluir todas o algunas de las siguientes actividades:

- ✓ Verificación de que se cumplan los tiempos y condiciones de envío
- ✓ Verificación de una entrega correcta
- ✓ Instalación
- ✓ Asesoramiento para un uso apropiado

- ✓ Garantías en caso de fallas de fábrica
- ✓ Servicio y soporte técnico
- ✓ Posibilidad de cambio o devolución en caso de no satisfacer las expectativas del cliente
- ✓ Descuentos especiales para compras futuras (**Stanton, 2007, págs. 75-79**).

## 6.6.2. Liquidez

### 6.6.2.1. Concepto de Liquidez

“Miden la capacidad de una empresa de convertir sus objetivos en caja o de obtener caja para satisfacer su pasivo circulante. Es decir mide la solvencia de una empresa en el corto plazo.

Índice de liquidez se utilizan para juzgar la capacidad que tiene una empresa para satisfacer sus obligaciones de corto plazo, a partir de ellas se pueden obtener muchos elementos de juicio sobre la solvencia de efectivo actual de la empresa y su capacidad para permanecer solvente en caso de situaciones adversas. En esencia, deseamos comparar las obligaciones de corto plazo los recursos de corto plazo disponibles para satisfacer dichas obligaciones" (**Dumrau G, 2003, pág. 59**)

\* **Liquidez Corriente:** Este índice relaciona los activos corrientes frente a los pasivos de la misma naturaleza. Cuanto más alto sea el coeficiente, la empresa tendrá mayores posibilidades de efectuar sus pagos de corto plazo.

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

La liquidez corriente muestra la capacidad de las empresas para hacer frente a sus vencimientos de corto plazo, estando influenciada por la composición del activo circulante y las deudas a corto plazo, por lo que su análisis periódico permite prevenir situaciones de iliquidez y posteriores problemas de insolvencia en las empresas.

Generalmente se maneja el criterio de que una relación adecuada entre los activos y pasivos corrientes es de 1 a 1, considerándose, especialmente desde el punto de vista del acreedor, que el índice es mejor cuando alcanza valores más altos. No obstante, esta última percepción debe tomar en cuenta que un índice demasiado elevado puede ocultar un manejo inadecuado de activos corrientes, pudiendo tener las empresas excesos de liquidez poco productivos (**Dumrau G, 2003, pág. 59**).

#### \*Prueba Ácida,

Se conoce también con el nombre de prueba del ácido o liquidez seca. Es un indicador más riguroso, el cual pretende verificar la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin depender de la venta de sus existencias; es decir, básicamente con sus saldos de efectivo, el de sus cuentas por cobrar, inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación, diferente de los inventarios.

$$\text{Capital Neto de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

Muestra el monto de los activos corrientes que quedaría en el caso de que la empresa tuviera que pagar el total de los pasivos corrientes, utilizando para ello recursos de corto plazo” (Dumrau G, 2003, pág. 59)

### **\*Indicadores de Endeudamiento o Solvencia**

El monto del dinero de terceros que utilizan para generar utilidades, que son de gran importancia porque las deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo.

Mide el porcentaje de los activos de la empresa fin ansiado por los acreedores. (Dumrau G, 2003, pág. 59)

#### **FORMULA:**

$$\text{Endeudamiento sobre patrimonio neto} = \frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{PATRIMONIO NETO}}$$

$$\text{Endeudamiento sobre activo total} = \frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

### **\* Endeudamiento del Activo Fijo**

El coeficiente resultante de esta relación indica la cantidad de unidades monetarias que se tiene de patrimonio por cada unidad invertida en activos fijos.

Si el cálculo de este indicador arroja un cociente igual o mayor a 1, significa que la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de préstamos de terceros.

$$RE = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Fijo Neto}}$$

Para elaborar este índice se utiliza el valor del activo fijo neto tangible (no se toma en cuenta el intangible), debido a que esta cuenta indica la inversión en maquinaria y equipos que usan las empresas para producir (Dumrau G, 2003, pág. 60).

### \*Apalancamiento

Se interpreta como el número de unidades monetarias de activos que se han conseguido por cada unidad monetaria de patrimonio. Es decir, determina el grado de apoyo de los recursos internos de la empresa sobre recursos de terceros.

$$RE = \frac{\text{Activos Totales}}{\text{Patrimonio}}$$

Dicho apoyo es procedente si la rentabilidad del capital invertido es superior al costo de los capitales prestados; en ese caso, la rentabilidad del capital propio queda mejorada por este mecanismo llamado "efecto de palanca". En términos generales, en una empresa con un fuerte apalancamiento, una pequeña reducción del valor del activo podría absorber casi totalmente el patrimonio; por el contrario, un pequeño aumento podría significar una gran revalorización de ese patrimonio **(Dumrau G, 2003, pág. 59)**.

### \*Apalancamiento Financiero

El apalancamiento financiero indica las ventajas o desventajas del endeudamiento con terceros y como éste contribuye a la rentabilidad del negocio, dada la particular estructura financiera de la empresa. Su análisis es fundamental para comprender los efectos de los gastos financieros en las utilidades.

De hecho, a medida que las tasas de interés de la deuda son más elevadas, es más difícil que las empresas puedan apalancarse financieramente.

Si bien existen diferentes formas de calcular el apalancamiento financiero, la fórmula que se presenta a continuación tiene la ventaja de permitir comprender fácilmente los factores que lo conforman:

$$RE = \frac{\frac{\text{Utilidad Antes de Impuestos}}{\text{Patrimonio}}}{\frac{\text{Utilidad antes de impuestos e intereses}}{\text{Activo Total}}}$$

En la relación, el numerador representa la rentabilidad sobre los recursos propios y el denominador la rentabilidad sobre el activo.

De esta forma, el apalancamiento financiero depende y refleja a la vez, la relación entre los beneficios alcanzados antes de intereses e impuestos, el costo de la deuda y el volumen de ésta. Generalmente, cuando el índice es mayor que 1 indica que los fondos ajenos remunerables contribuyen a que la rentabilidad de los fondos propios sea superior a lo que sería si la empresa no se endeudaría **(Dumrau G, 2003, pág. 60)**.

Las razones se usan en gran parte de la vida diaria para juzgar el desempeño comparativo de las acciones. Los índices tienen un propósito similar.

Los índices financieros se usan para medir y evaluar el desempeño operativo de una empresa el propósito de las mismas es la comparación para la toma de decisiones.

Los Índices financieros resume la única estrategia práctica para presentar temas complejos como la gestión financiera, resumiendo en distintas aéreas: el presupuesto de capital, políticas de dividendos, financiación con capital propio y la política de endeudamiento (**Dumrau G, 2003, pág. 60**)

### 6.7. MODELO OPERATIVO

A continuación presentamos el diseño del modelo operativo que se va a aplicar en la empresa de Calzado Indumil, el mismo que consta de cuatro secciones en donde se soluciona el problema con un adecuado control interno en el proceso de ventas:

<b>FASE I</b>	<b>FASE II</b>	<b>FASE III</b>	<b>FASE IV</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento preliminar</li> <li>- Diagnostico interno de la entidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Control Interno a través del Método COSO II.</li> <li>- Políticas de Control Interno al proceso de Ventas.</li> <li>- Análisis a los clientes de acuerdo a cada proceso del Área de ventas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicación de indicadores de Liquidez de Indumil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Conclusiones y Recomendaciones</li> </ul>

**Tabla N° 30:** Modelo Operativo

**Fuente:** INDUMIL. (2014)

**Elaborado por:** Carlos Cevallos

## **6.7.1 FASE I**

### **6.7.1.1 Diagnóstico Interno**

#### **Reseña Histórica:**

La empresa de Calzado INDUMIL, se dedicada a la fabricación de calzado de cuero y botas.

INDUMIL inició sus actividades como un taller artesanal en el año 1996 con 5 trabajadores, elaborando botas industriales y militares.

En 1998 adicional a su línea de producción: zapatos casuales y deportivos, es así como la empresa pasa de ser un pequeño taller a una fábrica que produce 3000 pares de calzado mensuales con clientes nacionales, y diferentes tiendas de calzado del país, razón por la cual es necesario realizar un control para el mejoramiento de los procesos en el área de ventas, con el objetivo de que los departamentos trabajen en un solo conjunto y una sola meta, logrando conocer el verdadero costo del calzado, mano de obra, materia prima, etc., y así conocer la liquidez real de la empresa.

- **Logotipo de la entidad**







**Elaborado por:** Carlos Cevallos

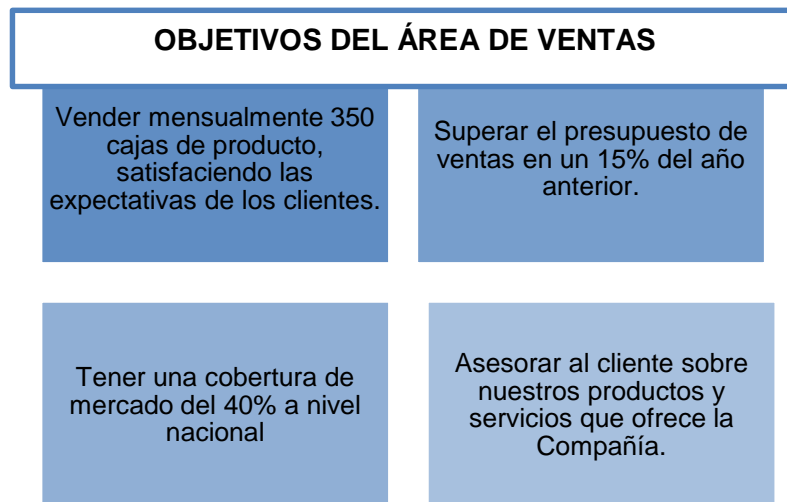
**Fuente:** Indumil

### Valores:

- **Ética.-** Actuar conforme al sentido del deber ser, con fundamento en los valores universales del hombre; procurarla en todos los ámbitos de la empresa. Buscar de manera habitual la Verdad, y la honradez.
- **Solidaridad.-** Vivir un compromiso de beneficio y apoyo mutuo entre la empresa, su personal y la sociedad.
- **Justicia.-** Dar a cada quien lo que, justa y objetivamente, le corresponde, otorgando siempre la remuneración adecuada al colaborador de la empresa y a sus accionistas.
- **Desarrollo Humano.-** Promover un crecimiento integral (intelectual, físico, profesional y emocional) de la persona, que contribuya a lograr el desarrollo de la empresa a través del crecimiento personal y empresarial.
- **Participación.-** Fomentar la integración de equipos de trabajo para el desarrollo óptimo del talento de todo el personal como un elemento fundamental de la competitividad de Indumil.

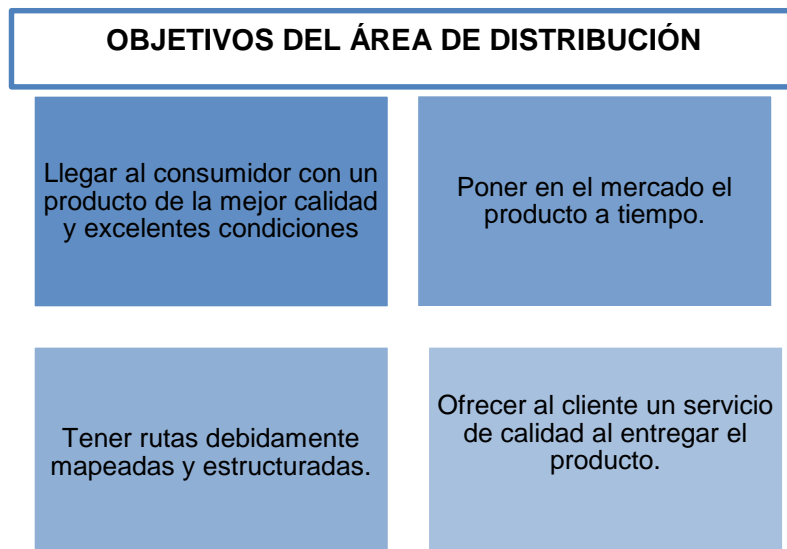
- **Responsabilidad.-** Cumplir con los compromisos adquiridos, manejando con eficiencia, y productividad los recursos a su cargo, aprovechando al máximo los recursos materiales e intelectuales.

### Objetivos Estratégicos de Ventas



Fuente: Indumil

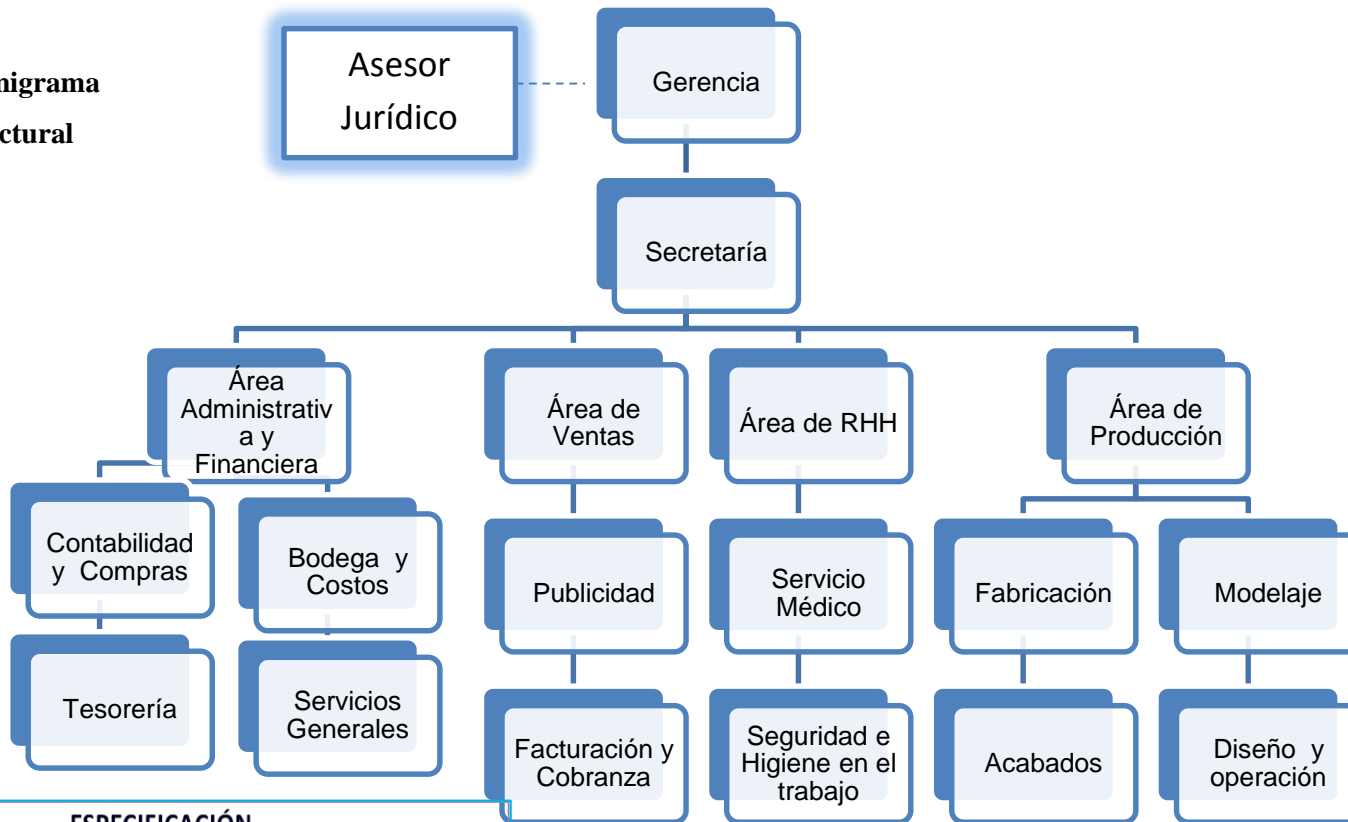
Elaborado por: Carlos Cevallos



Fuente: Indumil

Elaborado por: Carlos Cevallos

- **Organigrama Estructural**



ESPECIFICACIÓN			
SIMBOLOGÍA	DETALLE		
—	Relación Directivo		
—	Relación Indirecta o Auxiliar		
-----	Coordinación		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Fecha:</b>	<b>Aprobado:</b>	<b>Fecha:</b>
Carlos Cevallos	20/01/2015	Ing. Guillermo Guerrero	20/03/2015

Elaborado por: Carlos Cevallos

- **Funciones y responsabilidades**

- ✓ **Gerencia**

- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están llevando correctamente.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- Lograr que las personas quieran hacer lo que tienen que hacer y no hacer lo que ellas quieren hacer.

- ✓ **Secretaría**

- Brindar apoyo a todos los departamentos.
- Desempeñarse eficientemente en cualquier Área Administrativa.
- Conocimientos en el área de logística, Créditos, Cobranzas y Atención al Cliente.
- Aptitudes para la organización.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Dinámica y entusiasta.
- Habilidades para el planeamiento, innovación, motivación, liderazgo y toma de decisiones.
- Capacidad de trabajar en equipo y bajo presión
- Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento deservicio al cliente.
- Hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos.

- Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente para que todo estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
- Atender y orientar al público que solicite los servicios de una manera cortés y amable para que la información sea más fluida y clara.

✓ **Asesor Jurídico**

- Planificar, asignar, dirigir, coordinar y supervisar las actividades de Asesoría Jurídica en las distintas áreas que la integran.
- Ejercer la representación como Mandatario Judicial de la Empresa en todo asunto de carácter legal.
- Asistir a las audiencias que señalen en todo juicio en que sea parte interesada o se vea involucrada la empresa.4. Revisar, aprobar y emitir dictámenes sobre los expedientes cursados al Asesor Jurídico.
- Coordinar y asesorar elaboración de reglamentos, acuerdos y demás disposiciones legales de la Empresa.6. Revisar minutas de contratos.
- Proporcionar Asesoría Legal a Junta Directiva, Gerencia y demás dependencias de la Empresa.
- Participar e integrar comisiones de trabajo.
- Cualquier otra actividad que le sea asignada por la Gerencia

✓ **Área Administrativa y Financiera**

➤ **Contabilidad y compras**

- Teneduría de libros
- Elaborar transacciones financieras
- Cuentas por pagar/ por cobrar
- Preparación de impuestos
- Informe/Análisis
- Confeccionar las declaraciones de impuestos de ventas.

- Confeccionar las declaraciones de retención impuesto de renta.
- Revisar las facturas de proveeduría para su contabilización.
- Revisar correo electrónico y comunicaciones recibidas.
- Revisar y firmar conciliaciones bancarias.
- Revisar y preparar asiento de importación de mercadería.
- Preparar asientos de consumo de bolsas de empaque y papel químico.
- Preparar asientos de depósitos del Banco Uno.
- Registrar asientos de diferencial cambiario de obligaciones bancarias.
- Revisar y comparar gastos mensuales.
- Preparar asientos por ajustes varios a la contabilidad, procurado el orden contable.
- Adquisiciones
- Guarda y almacenaje
- Proveer a las demás áreas
- Localizar, seleccionar y establecer fuente de abastecimiento de materia prima, suministros y servicios a la empresa
- Entrevistar a los proveedores o a sus representantes
- Cotizar los precios, la calidad y el transporte
- Negociar condiciones de entrega y de pago, tratos necesarios en casos de devoluciones y ajustes.
- Recibir, guardar y almacenar los artículos y materiales

➤ **Bodega y Costos**

- Velar porque las deficiencias detectadas en la descarga de productos sean reportadas al Dpto. de Contabilidad.
- Revisar el adecuado almacenaje del producto en bodega interna.

- Verificar que sean enviados diariamente los reportes de bodega al Dpto. Contabilidad.
- Verificar la rotación adecuada del producto por fecha de antigüedad, producto roto.
- Distribuir adecuadamente el producto para lograr la eficiencia del espacio y hacer más ágil el despacho.
- Clasificar el producto almacenado en bodega, por familias y por peso para lograr un inventario más eficiente y exacto.
- Velar por la rotación adecuada del producto en bodega y tomas de fecha de antigüedad.
- Resolver imprevistos en la atención al cliente
- Proporcionar información oportuna y suficiente para una mejor toma de decisiones.
- Generar información para ayudar en la planeación, evaluación y control de las operaciones de la empresa.
- Determinar los costos unitarios para evaluar los inventarios de producción en proceso y de artículos terminados.
- Generar informes sobre el costo de los artículos vendidos, para determinar las utilidades.
- Contribuir a la planeación de utilidades proporcionando anticipadamente los costos de producción, distribución, administración y financiamiento.
- Contribuir en la elaboración de los presupuestos de la empresa, programas de producción, ventas y financiamiento.

➤ **Tesorería**

- Ejecutar las actividades asignadas, en concordancia con las leyes, políticas, normas y reglamentos, que rigen su área, por lo que deberá mantenerse permanentemente actualizado.
- Recibir, registrar y revisar las órdenes de compra y pago de las diferentes áreas de la empresa, para la emisión de cheques.

- Emitir los cheques, de acuerdo con las órdenes de pago.
- Mantener el control de la remisión de cheques a las diversas cajas de acuerdo a los listados de emisión y el retiro de los mismos.
- Coordinar la firma diaria de cheques.
- Emitir manualmente los cheques urgentes y traspasos de cuentas.
- Revisar las liquidaciones por gastos de viaje y verificar la aprobación por el Jefe de Departamento respectivo.
- Planear y controlar los cobros y pagos por alquileres, cheques devueltos, cargos a funcionarios, facturación de gobierno, inversiones y liquidaciones de divisas.
- Distribuir las copias de cheques respectivas, adjuntar los comprobantes respectivos y enviarlas al Departamento de Contabilidad. Archivar de acuerdo al consecutivo las copias por cuenta bancaria.
- Recibir, tramitar y enviar las incorporaciones y exclusiones proveedores.
- Mantener actualizado el registro de firmas autorizadas de las cajas chicas y órdenes de pago de los clientes.
- Mantener actualizada la información correspondiente a los proveedores, para su respectivo control del retiro de cheques o documentos de transferencias.

➤ **Servicios generales**

- Limpieza general de las oficinas de la entidad
- Elaboración del plan anual de mantenimiento de las instalaciones.
- Recepción de pedidos de materiales y suministros
- Control y registro de los ingresos y egresos de suministros
- Control de stock de los insumos y materiales de oficina y de limpieza en la bodega.



✓ **Área de ventas**

➤ **Publicidad**

- Ejecutar los objetivos y programas de publicidad que la organización planifica periódicamente a fin de apoyar los objetivos de comunicación y marketing.
- Determinar el presupuesto y poner en marcha el plan de control de gastos que derivan de los programas previstos.
- Investigar todos los factores críticos para el plan de publicidad: consumidores reales y potenciales, opinión y usos del producto o servicio, competencia, tendencias sociales, económicas, culturales, etc.
- Desarrollar el procedimiento de selección de las empresas de publicidad con las que se va trabajar.
- Valorar los resultados de las campañas a fin de poder determinar en alguna medida el nivel de eficacia de las acciones realizadas, así como la eficiencia y calidad de las empresas contratadas.
- Controlar los gastos de explotación del departamento derivados de su existencia y de la ejecución de su actividad.

➤ **Facturación y Cobranza**

- Realizar la facturación y cobranza por los bienes fabricados por la empresa.
- Ejecutar incentivos para el pago puntual de los clientes.
- Reducir los índices de morosidad para seguir cumpliendo los requerimientos de nuestros clientes.
- Generar la factura correspondiente, verificando que los datos sean los correctos así como las cantidades a despachar coincidan con el egreso de bodega y así generar el valor por cobrar exacto.

- Asegurarse que la forma y el tiempo de pago este dentro del tiempo estipulado acordado desde el principio que el cliente contacto a la entidad.
- Dar un seguimiento al cobro de la o las facturas en casos que existan retrasos, y si eso sucede dar a conocer al asesor jurídico de la empresa.

✓ **Área de RRHH**

➤ **Servicio Médico**

- Prestar atención médica y preventiva al personal de la empresa.
- Prescribir a los pacientes atendidos las recetas con su respectiva posología utilizando para el efecto los formularios suministrados por el IESS.
- Elaborar y mantener actualizada la historia clínica de cada paciente.
- Atender casos de emergencia del personal de la empresa.
- Remitir a los centros de salud del IESS, a los pacientes que requieran atención medica en servicios especializados y/o exámenes auxiliares de diagnóstico.
- Brindar atención médica domiciliaria a pacientes que por circunstancia de su enfermedad no pueda concurrir a laborar normalmente.
- Otorgar certificados de licencia por enfermedad a los pacientes que lo requieran, de acuerdo con la reglamentación de salud vigente.
- Prestar atención médica quirúrgica, preventiva y curativa inmediata
- Realizar examen médico preocupación a los aspirantes a ingresar a la empresa y dictaminar su estado de salud.

➤ **Seguridad y e Higiene en el trabajo**

- Prevenir, reconocer, evaluar y controlar los riesgos.
- Analizar todos los accidentes e incidentes producidos en la Empresa y proponer medidas tendientes a evitar su repetición.
- Elaborar anualmente los índices de frecuencia y gravedad de los accidentes ocurridos en la Empresa, evaluar e informar al Jefe de RRHH sobre su ocurrencia.
- Fomentar la capacitación en materia de Seguridad e Higiene en el Trabajo.
- Mantener registros actualizados sobre los índices de accidentabilidad y evaluar estadísticamente los resultados.
- Señalizar con los respectivos distintivos, áreas de trabajo peligrosas.
- Coordinar con el Médico, Trabajador Social los temas relativos a la prevención de riesgos.

✓ **Área de Producción**

➤ **Fabricación**

- De acuerdo al tipo de calzado a fabricar realizar el correcto proceso de fabricación.
- Minimizar el porcentaje de desperdicios para contribuir al ahorro de la entidad.
- Colaborar en alguna área que se requiera ayuda por algún caso de fuerza mayor.
- Entregar el producto a tiempo sin retrasos ni demoras.
- Verificar que la maquinaria esté funcionando de manera adecuada para que no se detenga el proceso productivo por alguna falla mecánica.
- Reutilizar materiales sobrantes.

➤ Acabados

- Revisar que el producto terminado no posea algún tipo de desperfecto.
- Utilizar los suministros adecuados dependiendo el tipo de material que sea el producto terminado.
- Tener en cuenta el más mínimo detalle del producto para que el cliente reciba un bien de calidad y no existan devoluciones.
- Empacar y despachar el producto.

➤ Modelaje

- Tener conocimientos sólidos de dibujo y medidas para la ejecución de los tipos de calzado que más requieran los clientes.
- Evaluar que al momento de su fabricación no exista en cantidad desperdicios de cuero, y si es así modificar el modelaje con dicho problema.
- Fabricar el modelo adecuado si un cliente tiene algún tipo de necesidad especial o fuera de lo común.

➤ Diseño y Operación

- Realizar una colección dependiendo la temporada o los requerimientos mayoritarios de los clientes.
- Entregar cada pieza del producto para su fabricación en óptimas condiciones y manejables para que no exista ningún tipo de desperfectos al momento de ser fabricados.
- Estar en constante comunicación con el departamento de fabricación ya que puede existir algún tipo de desconocimiento para realizar el proceso productivo adecuado de algún producto nuevo diseñado.

## 6.7.2 FASE II

### 6.7.2.1 Control Interno a través del Método COSO II

#### 6.7.2.1.1 Cuestionario de control Interno de preguntas cerradas

Son preguntas de carácter CERRADO (SI / NO) orientadas a conocer el desarrollo de los procesos de ventas, así como también conocer acerca del control gerencial del área.

Tabla N° 31

#### CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS			Calificación	Ponderación	OBSERVACIONES
		SI	NO	N/A			
	<b>AMBIENTE DE CONTROL</b>						
1	¿Se aplica un código de ética para el buen desempeño de los trabajadores?	X			5	5	
2	¿Aplica la normativa interna vigente para el control del proceso de ventas?	X			5	5	
3	¿Se realizan reuniones mensuales para determinar el porcentaje vendido con relación a lo presupuestado?	X			5	5	
4	¿Existe manuales de procesos para actividades de venta?		X		1	5	

<b><u>ESTABLECIMIENTO DE</u></b>						
<b><u>OBJETIVOS</u></b>						
5	¿Existe formalmente una misión establecida para el área de ventas?	X			4	5
6	¿Existen objetivos en el área de ventas?	X			3	5
7	¿Los objetivos están enfocados hacia la misión y visión?	X			2	5
8	¿Se actualiza constantemente las políticas, normas y procedimientos?	X			4	5
<b><u>IDENTIFICACIÓN DE</u></b>						
<b><u>EVENTOS</u></b>						
9	¿Existe un sistema informático para el área de ventas?	X			3	5
10	¿El personal del área de ventas está capacitado para su correcto desempeño?	X			3	5
11	¿El personal de ventas realiza sus funciones adecuadamente?	X			2	5
12	¿El área de ventas está preparada para efectos sociales como las paralizaciones?	X			4	5

13	¿El área de ventas realiza análisis de marcas y porcentaje de ventas?	X			4	5	
<b><u>EVALUACIÓN DE RIESGOS</u></b>							
14	¿Existe supervisión en el área de ventas?	X			4	5	
15	¿El nuevo personal para el área de ventas posee inducción para que se acople fácilmente a la empresa?	X			3	5	
16	¿El área de ventas cuenta con tecnología moderna para su eficaz funcionamiento?	X			3	5	
17	¿El acceso al sistema informático de ventas es restringido para el personal no autorizado?	X			2	5	
<b><u>RESPUESTA A LOS RIESGOS</u></b>							
18	¿La empresa cuenta con un plan de contingencia para competir con marcas transnacionales?	X			3	5	
19	¿El área de ventas emite reportes gerenciales para que estos sean controlados y revisados?	X			3	5	
20	¿El proceso de auto venta tiene asegurado el producto de entrega?	X			4	5	

	<b><u>ACTIVIDADES DE CONTROL</u></b>					
21	¿El departamento de Control Interno evalúa constantemente los procesos de ventas?	X			2	5
22	¿El sistema informático de ventas reporta información confiable?	X			2	5
23	¿Se realiza visitas inesperadas a los clientes para determinar si se efectúa la venta con sus ofertas?	X			3	5
24	¿Las funciones en el área de ventas están debidamente segregadas?	X			3	5
	<b><u>INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN</u></b>					
25	¿Existe comunicación en todos los niveles jerárquicos del área de Ventas?	X			3	5
26	¿Los clientes conocen las políticas de ventas de la empresa?	X			3	5
27	¿Las decisiones tomadas son a través de un análisis de información recibida?	X			3	5
28	¿Las personas que necesitan pueden acceder fácilmente la información?	X			3	5



	<u>SUPERVISIÓN</u> Y <u>MONITOREO</u>					
29	¿Se da seguimiento a la mejora de los procesos de ventas?	X			2	5
30	¿Se comprueba que el control se realiza o se cumpla a cabalidad?	X			3	5
31	¿Se efectúan comparaciones mensuales de las ventas con las históricas?	X			3	5
<b>TOTAL</b>					97	155

Elaborado por: Carlos Cevallos

Fuente: Indumil

## RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO

Calificación del riesgo:  $CR = \frac{CT * 100}{PT}$

$$CR = \frac{97 * 100}{155}$$

$$CR = 62.58\%$$

## NIVEL DE RIESGO Y CONFIANZA

Tabla N° 32 Confianza

Riesgo alto	15%-50%	Riesgo bajo
Moderado Alto	51%-59%	Moderado Bajo
Moderado	60%- 66%	Moderado
Moderado Bajo	67% - 75%	Moderado Alto
Bajo	76% - 95%	Alto

Elaborado por: Carlos Cevallos

Fuente: INDUMIL

**Interpretación:**

**Nivel de Confianza:** Moderado

**Nivel de Riesgo:** Moderado

En base a una aplicación de cuestionario de control interno se determinó que nivel de riesgo es de 62.58% que representa a un riesgo moderado por ende la confianza representa al mismo tiempo un nivel de confianza moderado.

## EVALUACION AL CONTROL INTERNO – HOJA DE HALLAZGOS

N°	CONDICIÓN	CRITERIO	CAUSA	EFECTO	RECOMENDACIÓN
1	No existen manuales de procesos para actividades de venta en la entidad.	El proceso de ventas actual se lo determina de forma empírica.	Registros inadecuados de facturación.	Faltantes o sobrantes de efectivo sin justificación.	Se debe elaborar un manual o un flujograma para el proceso de ventas.
2	Los objetivos de ventas no están enfocados hacia la misión y visión de la entidad.	El personal de ventas desconoce la misión y visión de la empresa.	Deficiente planificación estratégica.	Las ventas realizadas no cumplen lo planificado.	Se debe enfocar los objetivos de ventas hacia el cumplimiento de la misión y visión.
3	El personal de ventas no realiza sus funciones adecuadamente.	No se ha establecido un manual de funciones para el personal de ventas.	Inexistencia de un manual de funciones al personal de ventas.	Despacho erróneo de mercadería.	Elaborar un manual de funciones idóneo para el personal de ventas.
4	El acceso al sistema informático de ventas no es restringido para el personal no autorizado.	Se debe limitar el ingreso al sistema informático solo para el personal de ventas y contabilidad.	No hay control en el sistema informático de la entidad.	Vulnerabilidad de información.	Se debe asignar password y usuarios de ingresos al sistema informático para el personal de venta de la entidad.

<b>5</b>	El departamento de Control Interno no evalúa constantemente los procesos de ventas.	Se debe evaluar constantemente los procesos de ventas.	Procesos de venta sin controles.	Registros inadecuados de pedidos.	Diseñar políticas de control interno al proceso de ventas.
<b>6</b>	El sistema informático de ventas no reporta información confiable.	La información ingresada al sistema informático de la entidad no es razonable.	Ingreso de información financiera al sistema no razonable.	Información presentada del departamento de ventas no razonable.	Diseñar indicadores de gestión para mejorar los procesos internos.
<b>7</b>	No se da seguimiento a la mejora de los procesos de ventas.	Efectuar un oportuno seguimiento del proceso de ventas.	Inobservancia y débil seguimiento del proceso de ventas.	Retraso en la entrega de pedidos a los clientes.	Evaluar de forma constante el proceso de ventas de la entidad.

**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Fuente:** INDUMIL

### 6.7.2.1.2 Políticas de control Interno al proceso de ventas de Indumil

PUNTOS DÉBILES DE CONTROL INTERNO:	POLÍTICA A APLICAR:
No existe manuales de procesos para actividades de venta en la entidad	Elaborar un manual o un flujograma para el proceso de ventas.  Aplicar la NIC 19, acerca de beneficios a los empleados que cumplan con las directrices establecidas por la entidad, es decir a los vendedores de la entidad.
Los objetivos de ventas no están enfocados hacia la misión y visión de la entidad	Asignación password y usuarios para el ingresos al sistema informático del personal de ventas de la entidad.
El personal de ventas no realiza sus funciones adecuadamente.	Elaborar un manual de funciones para el personal de ventas basado en las necesidades de la entidad.
El acceso al sistema informático de ventas no es restringido para el personal no autorizado	Diseñar políticas de acceso al sistema con autorización de gerencia.
El departamento de Contabilidad no evalúa el Control Interno al proceso de ventas	Establecer lineamientos de control en el departamento contable en cada proceso de la entidad.
El sistema informático de ventas no reporta información confiable	Aplicar la NIC 1 sobre la presentación de Estados Financieros y la NIC 8 Cambios en las políticas contables.
No se da seguimiento a la mejora de los procesos de ventas	Evaluar de forma constante el proceso de ventas de la entidad, mediante indicadores de gestión

**Elaborado por:** Carlos Cevallos

**Fuente:** INDUMIL

6.7.2.1.3 Analisis a los Clientes de acuerdo a cada proceso del Area de Ventas.

-Modelo de reporte de Ventas de Indumil

Tabla N° 33

REPORTE DE VENTAS POR MODELOS DE INDUMIL

VENTAS REALIZADAS

01/10/2013 AL 31/11/2013

VENTAS (Cajas)

	PRESUPUESTADO	OCTUBRE	NOVIEMBRE	% DE CUMPLIM.	% DE CUMPLIM.
	MENSUAL			OCT.	NOV.
ZAPATOS EJECUTIVOS	\$ 22.000	\$ 20.312	\$ 21.667	☒*92%	☒*98%
ZAPATOS URBANOS	\$120.000	\$156.254	\$137.695	130%	115%
ZAPATO CASUALES	\$125.000	\$132.520	\$170.770	106%	137%
BOTAS MILITARES	\$ 7.000	\$ 4.013	\$ 6.092	☒ 57%	☒*87%
BOTAS INDUSTRIALES	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 3.679	100%	*92%
<b>TOTALES</b>	\$278.000	\$317.099	\$339.903	114%	122%

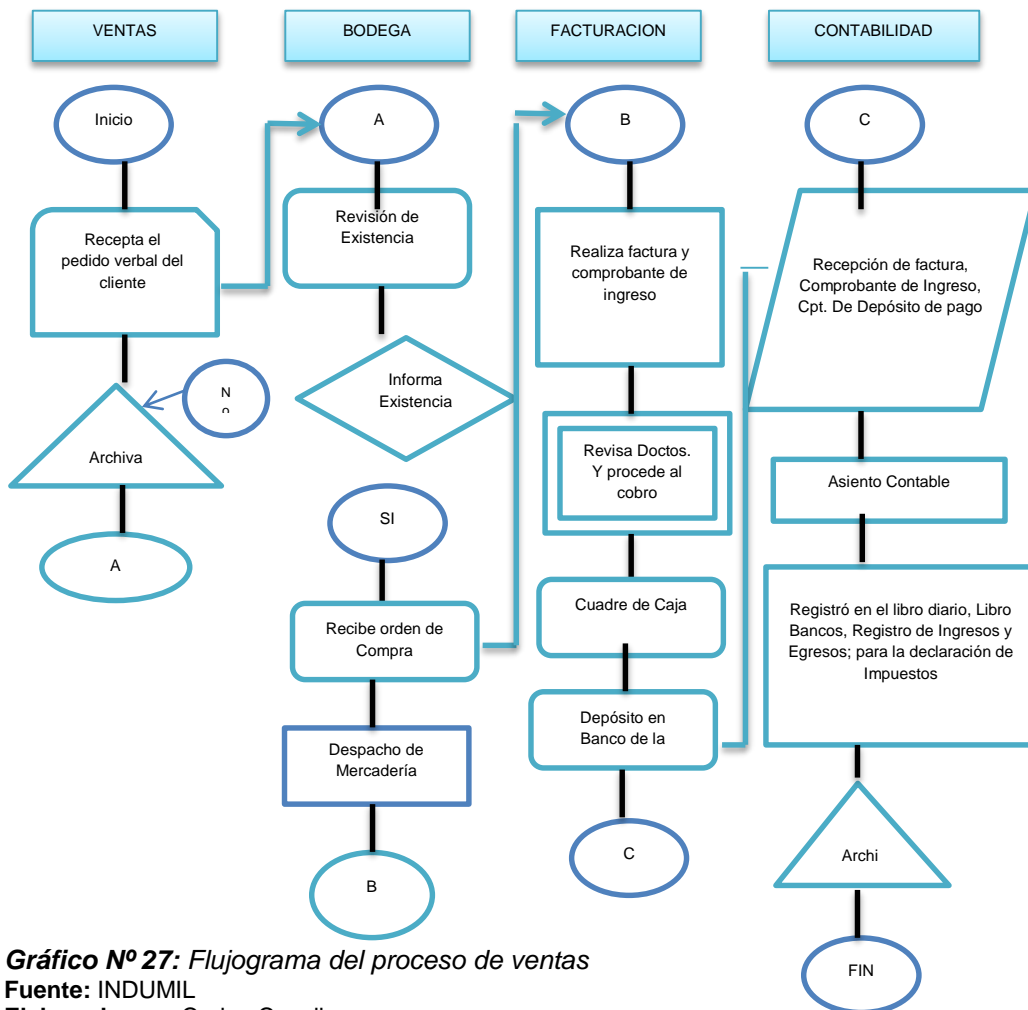
☒ Producto que no cumple el presupuesto.

Elaborado por: Carlos Cevallos

A través de una muestra, se realizó el análisis de las ventas de los meses comprendidos en octubre y noviembre del 2013, donde se determinó que las ventas de INDUMIL en su mayoría de tipos de calzado, si están cumpliendo el presupuesto de cajas vendidas por mes, sin embargo se verificó que en el mes de octubre y noviembre las ventas de Zapatos Ejecutivos no han cumplido el presupuestó llegando a vender el 92% y 98% respectivamente, así como también calzado militar, que en octubre alcanzo una venta de 57% y en noviembre 87%. Por ende estos productos son los que representa menor ingreso para la empresa.

### 6.7.2.3 Procesos de Ventas

#### 6.7.2.3.1 Flujograma del proceso de ventas



**Gráfico Nº 27:** Flujograma del proceso de ventas

Fuente: INDUMIL

Elaborado por: Carlos Cevallos

#### 6.7.2.4 Formas de Pago

Las formas de pago que debe manejar la empresa INDUMIL es al contado y a crédito con cheque

<b>N° días plazo</b>	<b>30 Días</b>	<b>60 días</b>	<b>90 días</b>
<b>Monto máximo ventas a crédito</b>	\$1000	\$2500	\$4000 o más

#### 6.7.3 FASE III

##### 6.7.3.1 Indicadores de gestión al proceso de ventas de Indumil

- **Cajas de zapatos vendidas por el mes de Diciembre 2013**

$$\text{Promedio Mensual de Ventas} = \frac{\text{Cajas vendidas}}{\text{Número de vendedores}}$$

$$\text{Promedio mensual de ventas Mes de Noviembre} = \frac{3280}{2}$$

$$\text{Promedio mensual de ventas Mes de Noviembre} = 1640$$

$$\text{Promedio mensual de ventas Mes de Octubre} = \frac{2450}{2}$$

$$\text{Promedio mensual de ventas Mes de Octubre} = 1225$$

**Conclusión:** Se ha escogido el promedio mensual de ventas, por el mes de Octubre y Noviembre de la empresa INDUMIL, para determinar las cajas despachadas por vendedor, teniendo como resultado que por cada vendedor; se despacha 1640 cajas en el mes de noviembre, mientras que para el mes de Octubre se vendieron 1225 cajas de zapatos por tanto se concluye que es un INDICADOR FAVORABLE, debido a que se observa



que existe un incremento en el volumen de ventas de los vendedores de aproximadamente del 33,87% de mes a mes.

- **Cumplimiento de ventas**

$$\text{Cumplimiento de Ventas} = \frac{\text{Ventas reales}}{\text{Ventas Presupuestadas}}$$

$$\text{Cumplimiento de ventas mes de Octubre} = \frac{317.099}{278.000}$$

$$\text{Cumplimiento de ventas mes de Octubre} = 1,14 * 100\%$$

$$\text{Cumplimiento de ventasmes de Octubre} = 114\%$$

$$\text{Cumplimiento de ventas mes de Noviembre} = \frac{339903}{278.000}$$

$$\text{Cumplimiento de ventas mes de Noviembre} = 1,22 * 100\%$$

$$\text{Cumplimiento de ventasmes de Noviembre} = 122\%$$

**Conclusión:** El cumplimiento de las ventas de INDUMIL, en el mes de Octubre fue de 114% en relación con lo presupuestado, y en el mes de Noviembre fue de 122% en relación con lo presupuestado; siendo un INDICADOR ACEPTABLE, ya que dentro de los objetivos esta cumplir las ventas al 100% de lo presupuestado.

6.7.3.2 Indicadores de Liquidez de Indumil

Tabla N° 34 Indicadores de liquidez

FÓRMULA E INDICADOR DE LIQUIDEZ AÑO 2013-2014	CONCEPTO	INTERPRETACIÓN
<p>INDICADOR DE LIQUIDEZ: <span style="border: 1px solid red; padding: 2px;">A3</span></p> <p><i>Razón Corriente</i></p> $= \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$ <p><i>Razón Corriente</i> 2014 = <math>\frac{12.505,00}{8.128,00}</math></p> <p><i>Razón Corriente</i> 2014 = \$1,54</p> <p><i>Razón Corriente</i> 2013 = <math>\frac{1.960,89}{7550,78}</math></p> <p><i>Razón Corriente</i> 2013 = \$0,26</p>	<p>Tienen por objeto mostrar la relación existente entre los recursos que se pueden convertir en disponibles y las obligaciones que se deben cancelar en el corto plazo.</p>	<p>El resultado indica que por cada dólar (\$1) que la empresa INDUMIL debe en el corto plazo, cuenta con (\$ 1.54) para respaldar esa obligación que se debe cancelar por el año 2014 mientras que para el año 2013 fue de (\$0,26), reflejándose una disminución de (\$1,28)</p>

**INDICADOR DE APALANCAMIENTO:**

A3

*Nivel de Endeudamiento*

$$= \frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Activo}} * 100$$

*Nivel de Endeudamiento 2014*

$$= \frac{8.128,00}{65.526,00}$$

*Nivel de endeudamiento 2014*

$$= 0,124 * 100$$

*Nivel de endeudamiento 2014*

$$= 12,40\%$$

*Nivel de Endeudamiento 2013*

$$= \frac{7550,78}{44.096,89}$$

Tienen por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la Empresa.

Es el porcentaje del total de activos que han sido financiados por los acreedores. Por cada \$100 que la empresa ha invertido en activos, los acreedores han financiado 12,40% para el año 2014, mientras que para el año 2013 reflejo un porcentaje de 17,12%, reflejándose una diferencia del 4,72% mostrando un incremento significativo de año a año

<p><i>Nivel de endeudamiento 2013</i> = 0,17 * 100</p> <p><i>Nivel de endeudamiento 2013</i> = 17,12%</p>		
<p>INDICADOR DE APALANCAMIENTO:</p> <div style="border: 1px solid red; display: inline-block; padding: 2px;">A3</div> <p><i>Apalancamiento Total</i> = <math>\frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Patrimonio}} * 100</math></p> <p><i>Apalancamiento Total 2014</i> = <math>\frac{8.128,00}{57.398,00}</math></p> <p><i>Apalancamiento Total 2014 = 0,14</i></p>	<p>De la misma manera se trata de establecer el riesgo que corren tales acreedores, el riesgo de los propietarios y si es conveniente o no endeudarse a la entidad</p>	<p>Mide el grado de compromiso del patrimonio de la empresa INDUMIL para con los acreedores. Por cada dólar (\$1) de patrimonio, se tienen deudas por \$0,14 para el año 2014 mientras que para el año 2013 fue de \$0,21, reflejándose una disminución de \$0,07</p>

<p><i>Apalancamiento Total 2013</i></p> $= \frac{7550,78}{35571,50}$ <p><i>Apalancamiento Total 2013 = 0,21</i></p>		
<p><b>CAPITAL DE TRABAJO:</b></p> <div style="border: 1px solid red; display: inline-block; padding: 2px;">A3</div> <p><i>Capital de Trabajo</i></p> <p style="padding-left: 40px;">= <i>Activo Corriente</i></p> <p style="padding-left: 40px;">– <i>Pasivo Corriente</i></p> <p><i>Capital de Trabajo 2014</i></p> <p style="padding-left: 40px;">= \$12.505,00</p> <p style="padding-left: 40px;">– \$8.128,00</p> <p><i>Capital de Trabajo 2014</i></p> <p style="padding-left: 40px;">= \$4.377,00</p>	<p>Se evidencia liquidez para cumplir normalmente con las obligaciones en el corto plazo</p>	<p>La liquidez para cumplir con las obligaciones a corto plazo en la empresa Indumil es de \$4.377,00 para el año 2014 mientras que para el año 2013 fue de -\$5.789,89, reflejándose una diferencia de</p> <p style="text-align: center;">\$-10166.89</p>

<p><i>Capital de Trabajo 2013</i> = \$1960,89 – \$7550,78</p> <p><i>Capital de Trabajo 2013</i> = –\$5.789,89</p>		
<p>SOLIDEZ:</p> <div style="border: 1px solid red; display: inline-block; padding: 2px;">A3</div> $\text{Solidez} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$ $\text{Solidez 2014} = \frac{65.526,00}{8.128,00}$ $\text{Solidez 2014} = \$8,06$ $\text{Solidez 2013} = \frac{44.096,89}{7.550,78}$	<p>Representa la capacidad de pago a corto y largo plazo que tienen las entidades y así demostrar su consistencia financiera.</p>	<p>Representa la capacidad de pago a corto y largo plazo que tiene la empresa INDUMIL y así demostrar su consistencia financiera. Esta razón indica que la empresa INDUMIL, dispone de \$8.06 en Activos por cada dólar (\$1) que está debiendo para el año 2014, mientras que para el año 2013 dispone de \$5,84 reflejándose una disminución \$2,22 de año a año</p>

<p style="text-align: center;"><i>Solidez 2013 = \$5,84</i></p>		
<p>ÍNDICE DE PROPIEDAD:</p> <div style="text-align: center; border: 1px solid red; width: 50px; margin: 0 auto; padding: 2px;">A3</div> $\text{Índice de Propiedad} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Total}}$ <p style="text-align: center;"><i>Índice de Propiedad 2014</i></p> $= \frac{57.398,00}{65.526,00}$ <p><i>Índice de Propiedad 2014 = \$0,88</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Índice de Propiedad 2013</i></p> $= \frac{35.571,50}{44.096,89}$ <p><i>Índice de Propiedad 2013 = \$0,81</i></p>	<p style="text-align: center;">Representa la relación que existe entre el capital propio y la inversión.</p>	<p style="text-align: center;">Indica que por cada dólar (\$1) invertido en la empresa, \$0,88 es capital propio para el año 2014, mientras que para el año 2013 fue de \$0,81; mostrando una disminución insignificante de \$0,07 concluyendo que entre más alta sea la proporción, indica menor endeudamiento con terceras personas.</p>

**MÁRGÉN NETO:**

A3

$$\text{Margén Neto} = \frac{\text{Utilidades Netas}}{\text{Ventas Netas}} * 100$$

*Margén Neto 2014*

$$= \frac{974,61}{183.498,34} * 100\%$$

$$\text{Margén Neto 2014} = 0,053 * 100\%$$

$$\text{Margén Neto 2014} = 0,53\%$$

*Margén Neto 2013*

$$= \frac{-80.668,11}{301.326} * 100\%$$

Muestra el porcentaje de los excedentes generados por la venta de productos o servicios de las empresas.

El porcentaje de los excedentes generados por la venta de calzado de la empresa Indumil, es de 0,53% de Utilidad para el año 2014, mientras que para el año 2013 es de -26,77%, lo que significa que el endeudamiento generado en el año 2013 tuvo efectos negativos



<i>Margén Neto 2013</i> $= -0,2677 * 100\%$  <i>Margén Neto 2013 = -26,77%</i>		
---	--	--

**Elaborado por:** Carlos Cevallos  
**Fuente:** INDUMIL

A3: Anexo 3 EEFF Indumil

## **6.8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.8.1. Conclusiones**

- Se concluye que en la empresa INDUMIL, es necesario realizar el control interno en el proceso de ventas desarrollado en la presente propuesta, puesto que es importante porque permite obtener mejores resultados de operación, minimizar los errores en el departamento de ventas.
- Se identificó que es necesario efectuar una comparación de lo planificado con los resultados obtenidos.
- Se visualizó que es primordial implantar el control interno en el proceso de ventas desarrollado, porque esto ayudará a incrementar la productividad interna de la empresa INDUMIL.
- Además se identificó que no se han establecido de forma adecuada de los procesos de venta de los productos, peor aún se ha organizado los procesos internos de la entidad.
- Además se verificó que las políticas de venta no están bien definidas, por este motivo, han disminuido las ventas, por ende eso afectado directamente a la liquidez, de INDUMIL.
- Todo esto ha ocasionado que la información financiera de la empresa no es oportuna, impidiendo tomar decisiones en beneficio de la entidad.

### **6.8.2 Recomendaciones**

- Se recomienda a la empresa INDUMIL, la aplicación del presente control interno en el proceso de ventas, para obtener mejores resultados de operación, e incrementar la liquidez de la entidad.
- Es recomendable hacer una comparación de los objetivos planteados con los ejecutados.

- Es necesario desarrollar políticas de ventas bien definidas, que ayuden a incrementar las ventas y por ende de la liquidez en la empresa INDUMIL.
- Al desarrollar procesos adecuados en el departamento de ventas, esto ayudará a tomar efectivas decisiones en beneficio de la entidad.
- Se recomienda que la información sea presentada de manera oportuna y a través de un lenguaje común para todas las áreas.

## **6.9. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA**

La administración de la propuesta en mención estará a cargo del Gerente, y contador de la empresa INDUMIL, quiénes son sus principales representantes.

## **6.10 EVALUACIÓN**

La propuesta estará bajo una estricta vigilancia y a la vez se evaluará constantemente en períodos de tiempo, con el propósito de que los trabajadores conozcan y apliquen el control interno en el proceso de ventas desarrollado en la presente investigación, de esta manera contribuir a que se pueda ejecutar sus actividades de una mejor manera. Es importante recalcar que la presente propuesta está sujeta a cualquier cambio, modificación, sustitución o eliminación total o parcial siempre buscando el adelanto de la empresa INDUMIL.

**Tabla N° 35 Previsión de la Evaluación**

PREGUNTAS BASICAS	EXPLICACION
¿Quiénes solicitan evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La gerencia</li> <li>• Departamento de contabilidad</li> <li>• El investigador</li> </ul>
¿Por qué evaluar?	Es necesario para realizar correctivos en el proceso de ventas, para de esta manera evitar que disminuya las ventas y por ende la liquidez.
¿Para qué evaluar?	Para medir los logros obtenidos en cada uno de los proyectos derivados de la propuesta diseñada, datos que ayudaran a establecer indicadores de eficiencia y eficacia del plan.
¿Qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El cumplimiento de los objetivos de la organización y del departamento de ventas.</li> <li>• Los resultados frente a los objetivos cumplidos o no.</li> <li>• La liquidez de la entidad para cubrir los pasivos</li> </ul>
¿Quién evalúa?	El encargado del departamento de contabilidad y la gerencia
¿Cuándo evaluar	Anualmente
¿Cómo evaluar?	Mediante indicadores de liquidez, aplicación de procesos de ventas
¿Con que evaluar?	Con el Control Interno Coso II, e indicadores de liquidez y proceso de ventas

Elaborado por: Carlos Cevallos

## BIBLIOGRAFÍA

- Bernal. (Junio de 2006). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 14 de Octubre de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/36909622/Metodologia-de-La-Investigacion-4ta-Edicion-Sampieri-2006#scribd>
- Blanco Y, Y. (2012). Auditoria Integral, Normas y Procedimientos.
- Cansino J, J. (2001). Evaluar al sector publico español. En J. Cansino J, *Evaluar al sector publico español*.
- Chávez Gonzáles M, M. (2012). *LA INCIDENCIA DE LAS DETRACCIONES EN EL FLUJO DE CAJA*. Grijley.
- Colegio de Contadores de México . (Noviembre de 2004). *El control Interno en Auditoria* . Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de <http://www.ccpm.org.mx/avisos/boletines/boletinauditoria3.pdf>
- Comision A, A. (2004). Capacitación Profesional. En A. Comision A, *Capacitación Profesional* (págs. 3-5).
- Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). (12 de Marzo de 2012). [www.coso.org](http://www.coso.org). Recuperado el 11 de Enero de 2015, de <https://es.scribd.com/doc/13374090/INFORME-COSO-II>
- Duarte Ca, C. (2012). "Auditoría de gestion empresarial" . En C. Duarte Ca, *"Auditoría de gestion empresarial"*.
- Dumrau G. (2003). Índices Financieros. En Dumrau G.
- Dumrau G, G. (2003). Indices Financieros . En G. Dumrau G, *Dumrau G,G*.
- Fonseca O, O. (2007). Auditoria Gubernamental moderna. En O. Fonseca O, *Auditoria Gubernamental moderna* (pág. 283).
- Gallart Y, Y. (2008). Auditoria de Gestion para el area financiera de la empresa eléctrica . En *Auditoria de Gestion para el area financiera de la empresa eléctrica* (pág. 18).

- Gomez E, G. (2001). La gestión financiera y sus objetivos frente a la nueva forma organizacional de la empresa. En G. E. Geovanny.
- Gregory S, S. (1013). Importancia de la gestión de ventas.
- Hernández R, R. (2011). *Características del Enfoque Cuantitativo* .
- Herrera L, L. (2004). Investigación Científica. En L. Herrera L, *Investigación Científica* (pág. 107).
- Herrera L, L. (2004). *Tutoria de la investigación*.
- Herrera L, L. (2004). *Tutoria de la Investigación Científica* .
- Herrera L, L. (2005). *Tutoría de la Investigación Científica*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2015, de [http://www.uta.edu.ec/v2.0/index.php?option=com\\_content&view=article&id=211](http://www.uta.edu.ec/v2.0/index.php?option=com_content&view=article&id=211)
- Horngren Ch, C., & Elliott J, J. (2000). *Contabilidad Financiera* .
- Horngren, C. S., & Elliott J, J. (2000). Contabilidad Financiera . En C. S. Horngren, & J. Elliott J, *Contabilidad Financiera* (pág. 2).
- Inés Cristina Asubadin A, A. (2011). “*Control Interno del Proceso de Compras y su incidencia en la liquidez de la empresa Comercial YUCAILLA Cía. Ltda, Latacunga durante el año 2010*”. Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de “Control Interno del Proceso de Compras y su incidencia en la liquidez de la empresa Comercial YUCAILLA Cía. Ltda, Latacunga durante el año 2010”
- Izquierdo E, E. (2011). *Investigación*.
- Joaquín Cárdenas Leonela M, M., & Céspedes Alayo Ana R, R. (Noviembre de 2013). *Diagnóstico del sistema de control interno actual en el proceso específico de las ventas de la empresa de transportes ITTSABUS*. Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de [http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/124/1/JOAQUIN\\_LEONELA\\_DIAGNOSTICO\\_SISTEMA\\_CONTROL.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/124/1/JOAQUIN_LEONELA_DIAGNOSTICO_SISTEMA_CONTROL.pdf)
- Madariaga J, J. (2004). *Manual Practico de Auditoria*.
- Mantilla A, A., & Yolima S, S. (2005). Auditoria de Control Interno.
- Mercurio, E. (2013). 4500 productores generan 30 millones de pares de zapatos al año.

- Ministerio Comercio E, E. (2013). *Cuero y Calzado*. En E. Ministerio Comercio E, *Cuero y Calzado*.
- Molina, G., & Rodrigo, M. (2010). *Estadísticos de asociación entre variables*. Valencia: Open Course Ware.
- Moscoso Jarrin Maria S, S. (2010). *“Diagnóstico del Control Interno de los procesos de compras, producción y ventas de la Fábrica Edén y propuestas para el mejoramiento de su gestión”*. Recuperado el 05 de Enero de 2015, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/794/1/tn185.pdf>
- Niola Ordóñez Ana E, E., & Urgilés García Carmen E, E. (2013). *“Evaluación del sistema de control interno a los procesos de compra y venta de Zona Muebles Cía. Ltda.”*. Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3702/1/TESIS.pdf>
- Niola Ordoñez Ana E, E., & Urgilés Gracia Carme E, E. (2013). *EVALUACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO A LOS PROCESOS DE COMPRA Y VENTA DE*. Recuperado el 05 de Enero de 2015, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3702/1/TESIS.pdf>
- Pérez P, P. (2012). Los cinco componentes del control interno . En P. Pérez P, *Los cinco componentes del control interno* (pág. 6).
- Rojas R, R. (2006). *Guia para realizar investigaciones sociales*.
- Salom H, H. (Noviembre de 2010). *Auditoria - Control interno*. Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de <http://es.slideshare.net/HENRYHHSS/auditoria-control-interno>
- Sánchez G, G. (2006). *Auditoria de estados Financieros*.
- Stanton W, W., & Etzel M, M. (2007). *Fundamentos de Marketing*.
- Stanton, W. W. (2007). *Fundamentos del Marketing*. En W. W. Stanton.
- Subramanyam W, W., & Halsey R, R. (2005). *Analisis de Estados Financieros* .

- Superintendencia de Compañías . (2012). *Tabla de Indicadores* . Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de [http://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf)
- Taylor M, M. (2012). Definición del Control Interno . En M. Taylor M, *Definición del Control Interno* .
- Tracey S, S. (2013). Características de un sistema sólido del control interno en una empresa. En S. Tracey S, *Características de un sistema sólido del control interno en una empresa*.
- Van Dalen D, D., & Meyer W, W. (2006). *La investigación Descriptiva*.
- Varó N, N., Ascimani H, H., Sánchez, S., & Martínez N, N. (2008). Guía para la evaluación del Proceso de Control Interno . En N. Varó N, H. Ascimani H, S. Sánchez, & N. Martínez N, *Guía para la evaluación del Proceso de Control Interno* (págs. 16-19).
- Villafañe A, A. (2008). La importancia de una buena posición de liquidez.
- Villavicencio L, L. (2013). El calzado hecho en Tungurahua mantiene la demanda .
- Zayas S, S. (2012). *El Rombo de las Investigaciones en las ciencias Sociales*.



## LINKOGRAFÍA

- Bernal. (Junio de 2006). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 14 de Octubre de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/36909622/Metodologia-de-La-Investigacion-4ta-Edicion-Sampieri-2006#scribd>
- Colegio de Contadores de México . (Noviembre de 2004). *El control Interno en Auditoría* . Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de <http://www.ccpm.org.mx/avisos/boletines/boletinauditoria3.pdf>
- Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). (12 de Marzo de 2012). *www.coso.org*. Recuperado el 11 de Enero de 2015, de <https://es.scribd.com/doc/13374090/INFORME-COSO-II>
- Herrera L, L. (2005). *Tutoría de la Investigación Científica*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2015, de [http://www.uta.edu.ec/v2.0/index.php?option=com\\_content&view=article&id=211](http://www.uta.edu.ec/v2.0/index.php?option=com_content&view=article&id=211)
- Niola Ordóñez Ana E, E., & Urgilés García Carmen E, E. (2013). *“Evaluación del sistema de control interno a los procesos de compra y venta de Zona Muebles Cía. Ltda.,”*. Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3702/1/TESIS.pdf>
- Joaquín Cárdenas Leonela M, M., & Céspedes Alayo Ana R, R. (Noviembre de 2013). *Diagnóstico del sistema de control interno actual en el proceso específico de las ventas de la empresa de transportes ITTSABUS*. Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de [http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/124/1/JOAQUIN\\_LEONELA\\_DIAGNOSTICO\\_SISTEMA\\_CONTROL.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/124/1/JOAQUIN_LEONELA_DIAGNOSTICO_SISTEMA_CONTROL.pdf)


Salom H, H. (Noviembre de 2010). *Auditoria - Control interno*. Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de <http://es.slideshare.net/HENRYHHSS/auditoria-control-interno>

Superintendencia de Compañías . (2012). *Tabla de Indicadores* . Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de [http://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf)

# ANEXOS

## ANEXO 1 RUC DE LA EMPRESA

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES**  
**PERSONAS NATURALES**



**NUMERO RUC:** 1801808013001 ...le hace bien al país!

**APELLIDOS Y NOMBRES:** GUERRERO VEGA GUILLERMO FERNANDO

**ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:**

<b>No. ESTABLECIMIENTO:</b> 001	<b>ESTADO:</b> ABIERTO	<b>MATRIZ</b>	<b>FEC. INICIO ACT.:</b> 01/01/1996
<b>NOMBRE COMERCIAL:</b> INDUMIL			<b>FEC. CIERRE:</b>
<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS:</b>			<b>FEC. REINICIO:</b>
FABRICACION DE CALZADO DE CUERO FABRICACION DE BOTAS			
<b>DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:</b>			
Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: CELIANO MONGE Ciudadela: LETAMENDI Calle: ROSA ROBALINO Número: 125 Intersección: ISIDRO VITERI Referencia: A UNA CUADRA DEL HOSPITAL DE NIÑOS LA MERCED Teléfono Trabajo: 032845424 Celular: 9981120000 Email: indumilvortec@hotmail.com			
<b>No. ESTABLECIMIENTO:</b> 002	<b>ESTADO:</b> CERRADO	<b>BODEGA</b>	<b>FEC. INICIO ACT.:</b> 18/03/2008
<b>NOMBRE COMERCIAL:</b> INDUMIL			<b>FEC. CIERRE:</b> 15/09/2008
<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS:</b>			<b>FEC. REINICIO:</b>
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE CALZADO			
<b>DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:</b>			
Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: TARQUI Ciudadela: GARZOTA Número: SOLAR 8 Referencia: FRENTE AL COLEGIO TUNGURAHUA Manzana: 142 Celular: 0991120000			
<b>No. ESTABLECIMIENTO:</b> 003	<b>ESTADO:</b> CERRADO	<b>LOCAL COMERCIAL</b>	<b>FEC. INICIO ACT.:</b> 05/09/2012
<b>NOMBRE COMERCIAL:</b>			<b>FEC. CIERRE:</b> 27/08/2012
<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS:</b>			<b>FEC. REINICIO:</b>
VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR VENTA AL POR MENOR DE CALZADO			
<b>DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:</b>			
Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: AYACUCHO Calle: CUENCA Número: 6/N Intersección: ELOY ALFARO Referencia: A DOS CUADRAS DE LA CTE Edificio: MULTICOMERCIO Oficina: LOCAL 1-2 Celular: 9981125000			

**FIRMA DEL CONTRIBUYENTE**

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verídicos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ello se deriva (Art. 37 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

**Usuario:** JCSV031207 **Lugar de emisión:** AMBATO/BOLIVAR 1560 **Fecha y hora:** 08/11/2013 19:51:51

**SRI** Se verifica que los documentos de identidad y certificado de votación original presentados, pertenecen al contribuyente.

**SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

Firma del Servicio Responsable

Página 2 de 2

**SRI.gov.ec**

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS NATURALES**



**NUMERO RUC:** 1801808013001  
**APELLIDOS Y NOMBRES:** GUERRERO VEGA GUILLERMO FERNANDO  
**NOMBRE COMERCIAL:** INDUMIL  
**CLASE CONTRIBUYENTE:** OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** SI  
**CALIFICACIÓN ARTESANAL:** NUMERO:

**FEC. NACIMIENTO:** 07/07/1952 **FEC. ACTUALIZACION:** 05/11/2013  
**FEC. INICIO ACTIVIDADES:** 01/01/1995 **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**  
**FEC. INSCRIPCION:** 04/09/1995 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

**ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:**  
 FABRICACION DE CALZADO DE CUERO

**DOMICILIO TRIBUTARIO:**  
 Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: CELIANO MONGE Calle: ROSA ROBALINO Número: 125  
 Intersección: ISIDRO VITERI Referencia: CIUDADELA LETAMENDI, A UNA CUADRA DEL HOSPITAL DE NIÑOS LA  
 MERCED Teléfono: 032845424 Email: Indumilvortec@hotmail.com  
**DOMICILIO ESPECIAL:**

- OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:**
- \* ANEXO RELACION DEPENDENCIA
  - \* ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
  - \* DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
  - \* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

**# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:** del 001 al 003 **ABIERTOS:** 1  
**JURISDICCION:** \ REGIONAL CENTRO \ TUNGURAHUA **CERRADOS:** 2

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

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ello se deriva (Art. 37 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).  
**Usuario:** JCSV031207 **Lugar de emisión:** AMBATO/BOLIVAR 1550 **Fecha y hora:** 08/11/2013 10:51:51

## ANEXO 2: MODELO DE ENCUESTA



**UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**  
**CUESTIONARIO DE ENCUESTA**



**TESIS:** “El Control Interno en el Procesos de Ventas y la Liquidez de la Empresa INDUMIL de la Ciudad de Ambato del año 2013”

**Dirigido:** A todo el personal de la Empresa “INDUMIL de la Ciudad de Ambato”.

**Motivación:** Saludos Cordiales, le invitamos a contestar con la mayor seriedad el siguiente cuestionario a fin de obtener información valiosa y confiable, que será de uso oficial y de máxima confidencialidad, con miras a incrementar la liquidez en la Empresa INDUMIL de la Ciudad de Ambato.

**Instrucciones:** Seleccione la respuesta adecuada a su modo de pensar según sea el caso, procurando ser lo más objetivo y verás.

### CUESTIONARIO

#### 1. ¿Se utilizan prudentemente los fondos de la entidad?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Si	
No	
Desconoce	
<b>TOTAL</b>	

2. ¿La empresa maneja confidencialidad y seguridad en sus procesos internos?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Si	
No	
Desconoce	
<b>TOTAL</b>	

3. ¿Es importante realizar un control interno en el proceso de ventas de la Empresa Indumil?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Si	
No	
Desconoce	
<b>TOTAL</b>	

4. ¿Se asignan funciones de forma adecuada en la entidad?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Si	
No	
Desconoce	
<b>TOTAL</b>	

5. ¿Qué tipo de documentos cree usted ayudarán a controlar de forma adecuada los procesos de ventas de la entidad?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Facturas únicamente	
Notas de Pedidos	
<b>TOTAL</b>	

6. ¿Cada cuánto se realizan en la empresa Indumil, históricos de ventas?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Siempre	
En Ocasiones	
Nunca	
<b>TOTAL</b>	

7. ¿Se realizan estudios de consumo, y demanda de calzado en el sector donde está ubicada la entidad?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Totalmente	
Parcialmente	
Nunca	
<b>TOTAL</b>	

8. ¿Conoce usted sí se realizan estrategias de marketing y publicidad en la entidad?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Si	
No	
<b>TOTAL</b>	

9. ¿Se ha realizado procesos referentes a la innovación de productos, introducción de mercado de los productos distribuidos?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Totalmente	
Parcialmente	
Nunca	
<b>TOTAL</b>	

10. ¿Se incentivan a los colaboradores por cumplimiento de ventas en la entidad?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Siempre	
En Ocasiones	
Nunca	
<b>TOTAL</b>	

11. ¿Se conoce la cantidad real del producto que se ha vendido en el año anterior?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Si	
No	
<b>TOTAL</b>	

12. ¿Se conoce el margen unitario de rentabilidad real de las ventas efectuadas en el período anterior en la empresa?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Si	
No	
<b>TOTAL</b>	

13. ¿Se realiza un adecuado seguimiento de cumplimiento de objetivos en la entidad?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Siempre	
Casi Siempre	
Nunca	
<b>TOTAL</b>	



**14. ¿Se asignan funciones a los empleados de acuerdo a sus aptitudes y habilidades?**

<b>CATEGORIAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
Si	
No	
Desconoce	
<b>TOTAL</b>	

**15. ¿Se realiza una evaluación previa a la aplicación de Control Interno COSO II?**

<b>CATEGORIAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
Si	
No	
Desconoce	
<b>TOTAL</b>	

**16. ¿Debe existir indicadores para un mejor control de la liquidez en la entidad?**

<b>CATEGORIAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
Si	
No	
Desconoce	
<b>TOTAL</b>	

**17. ¿Cree usted que los excesivos gastos de ventas influyen en la liquidez de la empresa?**

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Si	
No	
Desconoce	
<b>TOTAL</b>	

**18. ¿En qué periodos del año cree usted se reporta mayores ingresos en la empresa?**

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Trimestral	
Semestral	
Anual	
<b>TOTAL</b>	

**19. ¿Conoce qué plazos de créditos se estipulan para las Ventas en la entidad?**

CATEGORIAS	RESPUESTAS
0-15 días	
15-45 días	
45-60 días	
Mayor a 60 días	
<b>TOTAL</b>	

20. ¿Se ha efectuado controles en las cuentas por cobrar de la entidad?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Siempre	
En Ocasiones	
Casi Nunca	
<b>TOTAL</b>	

21. ¿De qué manera se ha establecido la cobranza de la cartera de crédito en la empresa Indumil?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
A través de un manual	
A través de Políticas de Crédito	
De forma Empírica	
<b>TOTAL</b>	

22. ¿Se realiza un control formal del proceso de Ventas?

CATEGORIAS	RESPUESTAS
Si	
En Ocasiones	
Nunca	
<b>TOTAL</b>	

## ANEXO 3: ESTADOS FINANCIEROS

### • BALANCE GENERAL 2013

INDUMIL			
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013			
<b>ACTIVO</b>			
<b>CORRIENTE</b>			\$ 1.960,89
<b><u>DISPONIBLE</u></b>		\$ 200,00	
Caja efectivo	\$ 200,00		
Bancos	\$ -		
Banco Pchinchá	\$ -		
<b><u>EXIGIBLE</u></b>		\$ -	
Clientes	\$ -		
prov.ctas. Incobrables	\$ -		
<b><u>ANTICIPOS</u></b>		\$ 710,89	
Crédito Tributario por Adquisiciones IVA	\$ 88,57		
Crédito Tributario por Retenciones RENTA 1%	\$ 622,32		
<b><u>REALIZABLE</u></b>		\$ 1.050,00	
Inventario de Materia Prima Directa	\$ 150,00		
Inventario de Suministros y Materiales	\$ 100,00		
Inventario de Productos Terminados	\$ 500,00		
Inventario de Productos en Proceso	\$ 300,00		
<b>ACTIVO FIJO</b>			\$ 42.136,00
<b><u>ACTIVO FIJO DEPRECIABLE</u></b>		\$ 42.136,00	
<b><u>vehículo</u></b>	\$ -	\$ -	
Depreciación Acumulada Vehículo	\$ -		
<b><u>Muebles y Enseres</u></b>	\$ 250,00	\$ 160,00	
Depreciación Acumulada Muebles y enseres	\$ 90,00		
<b><u>Maquinaria y Equipo</u></b>	\$ 80.200,00	\$ 41.952,00	
Depreciación Acumulada Maqui y Equipo	\$ 38.248,00		
<b><u>Edificio</u></b>	\$ -	\$ -	
Depreciación Acumulada Edificio	\$ -		
<b><u>Equipo de cómputo</u></b>	\$ 200,00	\$ 24,00	
Depreciación Acumulada Equipo de cómputo	\$ 176,00		
<b>TOTAL ACTIVO</b>			<b><u><u>\$ 44.096,89</u></u></b>
<b>PASIVO</b>			
<b>PASIVO A CORTO PLAZO</b>			\$ 7.550,78
<b><u>CUENTAS POR PAGAR</u></b>		\$ 7.550,78	
Proveedores	\$ 7.550,78		
<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>			\$ -
Préstamos Por pagar BANCO PICHINCHA	\$ -		
<b>TOTAL PASIVO</b>			\$ 7.550,78
<b>PATRIMONIO</b>			
<b>CAPITAL</b>			\$ 35.571,50
<b><u>CAPITAL SOCIAL</u></b>		\$ 35.571,50	
Sr. Guillermo Guerrero	\$ 34.596,89		
<b><u>RESULTADOS</u></b>		\$ -	\$ 974,61
(+) Utilidad del Ejercicio 2013	\$ 974,61		
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>			<b><u><u>\$ 44.096,89</u></u></b>

GERENTE

CONTADOR

• **BALANCE GENERAL 2014**

**INDUMIL**  
**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**  
**DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014**

<b>ACTIVO</b>			
<b>CORRIENTE</b>			\$ 12.505,00
<b><u>DISPONIBLE</u></b>		\$ 1.062,00	
Caja efectivo	\$ 980,00		
Bancos	\$ 82,00		
Banco Pchinchá	\$ 82,00		
<b><u>EXIGIBLE</u></b>		\$ 8.118,00	
Clientes	\$ 8.200,00		
prov.ctas. Incobrables	\$ 82,00		
<b><u>ANTICIPOS</u></b>		\$ 1.125,00	
Crédito Tributario por Adquisiciones IVA	\$ 1.125,00		
Crédito Tributario por Retenciones RENTA 1%	\$ -		
<b><u>REALIZABLE</u></b>		\$ 2.200,00	
Inventario de Materia Prima Directa	\$ 1.500,00		
Inventario de Suministros y Materiales	\$ 130,00		
Inventario de Productos Terminados	\$ 350,00		
Inventario de Productos en Proceso	\$ 220,00		
<b>ACTIVO FIJO</b>			\$ 53.021,00
<b><u>ACTIVO FIJO DEPRECIABLE</u></b>		\$ 53.021,00	
<b>vehículo</b>	\$ -	\$ -	
Depreciación Acumulada Vehículo	\$ -		
<b>Muebles y Enseres</b>	\$ 300,00	\$ 210,00	
Depreciación Acumulada Muebles y enseres	\$ 90,00		
<b>Maquinaria y Equipo</b>	\$ 87.535,00	\$ 52.787,00	
Depreciación Acumulada Maqui y Equipo	\$ 34.748,00		
<b>Edificio</b>	\$ -	\$ -	
Depreciación Acumulada Edificio	\$ -		
<b>Equipo de cómputo</b>	\$ 200,00	\$ 24,00	
Depreciación Acumulada Equipo de cómputo	\$ 176,00		
<b>TOTAL ACTIVO</b>			<b><u><u>\$ 65.526,00</u></u></b>
<b>PASIVO</b>			
<b>PASIVO A CORTO PLAZO</b>			\$ 8.128,00
<b><u>CUENTAS POR PAGAR</u></b>		\$ 8.128,00	
Proveedores	\$ 8.128,00		
<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>			\$ -
Préstamos Por pagar BANCO PICHINCHA	\$ -		
<b>TOTAL PASIVO</b>			\$ 8.128,00
<b>PATRIMONIO</b>			
<b>CAPITAL</b>			\$ 57.398,00
<b><u>CAPITAL SOCIAL</u></b>		\$ -23.270,11	
Sr. Guillermo Guerrero	\$ 57.398,00		
<b><u>RESULTADOS</u></b>			
(+) Utilidad o d pérdida del Ejercicio 2014	\$ 80.668,11		
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>			<b><u><u>\$ 65.526,00</u></u></b>

GERENTE

CONTADOR

• **ESTADO DE RESULTADOS 2013**

**INDUMIL**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013**

<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		
<b>VENTA</b>		\$ 301.326,00
Venta de Mercaderías 12% IVA	\$ 301.326,00	
Venta de Mercaderías 0% IVA	\$ -	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		
<i>COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS</i>		\$ 279.230,19
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$ 22.095,81</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		\$ 17.049,17
Gastos Sueldos	\$ 15.890,17	
Gastos Ctas. Incobrables	\$ -	
Gasto Depreciación Muebles y Enseres	\$ 90,00	
Gastos depreciación equipo de computo	\$ 176,00	
Gasto Depreciación Edificios	\$ -	
Gasto XIII Sueldo	\$ 56,00	
Gasto XIV Sueldo	\$ 45,00	
Gasto Vacaciones	\$ 234,00	
Gasto Fonde de Reserva	\$ 43,00	
Gasto Aporte Patronal	\$ 234,00	
Gastos Luz	\$ 23,00	
Gastos Teléfono	\$ 12,00	
Gasto Internet	\$ 12,00	
Gasto suministros de oficina	\$ 234,00	
<b>GASTOS DE VENTA</b>		\$ 4.072,03
Sueldo Personal de ventas	\$ 453,00	
Gasto XIII Sueldo	\$ 100,00	
Gasto XIV Sueldo	\$ 292,00	
Gasto Vacaciones	\$ 200,00	
Gasto Fonde de Reserva	\$ 400,00	
Gasto Aporte Patronal	\$ 583,20	
Gastos Combustibles	\$ 1.043,83	
Gasto Depreciación vehículo	\$ 1.000,00	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		\$ -
Gastos interés	\$ 2.190,56	
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO 2014</b>		<b>\$ 974,61</b>

**GERENTE**

**CONTADOR**

• **ESTADO DE RESULTADOS 2014**

**INDUMIL**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014**

<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		
<b>VENTA</b>		\$ 183.498,34
Venta de Mercaderías 12% IVA	\$ 18.848,22	
Venta de Mercaderías 0% IVA	<u>\$ 164.650,12</u>	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		
<i>COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS</i>		<u>\$ 220.156,79</u>
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$ -36.658,45</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		\$ 27.105,70
Gastos Sueldos	\$ 17.400,00	
Gastos Ctas. Incobrables	\$ 212,00	
Gasto Depreciación Muebles y Enseres	\$ 324,08	
Gastos depreciación equipo de computo	\$ -	
Gasto Depreciación Edificios	\$ 405,00	
Gasto XIII Sueldo	\$ 1.450,00	
Gasto XIV Sueldo	\$ 876,00	
Gasto Vacaciones	\$ 725,00	
Gasto Fonde de Reserva	\$ 1.450,00	
Gasto Aporte Patronal	\$ 2.114,10	
Gastos Luz	\$ 232,80	
Gastos Teléfono	\$ 424,80	
Gasto Internet	\$ 241,92	
Gasto suministros de oficina	<u>\$ 1.250,00</u>	
<b>GASTOS DE VENTA</b>		\$ 14.713,40
Sueldo Personal de ventas	\$ 4.800,00	
Gasto XIII Sueldo	\$ 400,00	
Gasto XIV Sueldo	\$ 292,00	
Gasto Vacaciones	\$ 200,00	
Gasto Fonde de Reserva	\$ 400,00	
Gasto Aporte Patronal	\$ 583,20	
Gastos Combustibles	\$ 2.595,00	
Gasto Depreciación vehículo	<u>\$ 5.443,20</u>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		\$ 2.190,56
Gastos interés	<u>\$ 2.190,56</u>	
<b>PÉRDIDA DEL EJERCICIO 2014</b>		<b><u><u>\$ -80.668,11</u></u></b>

**GERENTE**

**CONTADOR**