



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

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

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO**

**DE INGENIERO(A) EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

**TEMA:**

**“CONTROL INTERNO AL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN Y SU  
INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA ESTACIÓN DE  
SERVICIO ALBÁN VALLE DE BAÑOS DE AGUA SANTA EN EL  
SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010”**

**Autor: Vanessa Alexandra Atiaja Díaz**

**Tutora: Dra. Mg. Ana Lucía Quispe**

**AMBATO – ECUADOR**

**2011**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Yo, Dra. Mg. Ana Lucía Quispe, con C.I. 160019900-2 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación sobre el tema **“CONTROL INTERNO AL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA ESTACIÓN DE SERVICIO ALBÁN VALLE DE BAÑOS DE AGUA SANTA EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010”** desarrollado por Vanessa Alexandra Atiaja Díaz, estudiante del VIII Seminario de Graduación de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, considero que dicho Trabajo de Graduación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, modalidad Seminarios de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

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

Ambato, 15 de Noviembre del 2011

EL TUTOR

.....

Dra. Mg. Ana Lucía Quispe.

## **AUTORIA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN**

Yo, Vanessa Alexandra Atiaja Díaz, con C.I. 180381995-0, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Trabajo de Graduación: **“CONTROL INTERNO AL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA ESTACIÓN DE SERVICIO ALBÁN VALLE DE BAÑOS DE AGUA SANTA EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010”** es original, auténtico y personal, en tal virtud la responsabilidad del contenido de esta investigación, para efectos legales y académicos son de exclusiva responsabilidad de la autora y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Técnica de Ambato; por lo que autorizo a la Biblioteca de la Facultad de Contabilidad y Auditoría para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura y publicación según las Normas de la Universidad.

Ambato, 15 de Noviembre del 2011.

AUTORA

.....

Vanessa Alexandra Atiaja Díaz

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

El Tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Graduación, sobre el tema: **“CONTROL INTERNO AL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA ESTACIÓN DE SERVICIO ALBÁN VALLE DE BAÑOS DE AGUA SANTA EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010”**, elaborado por Vanessa Alexandra Atiaja Díaz, estudiante del VIII Seminario de Graduación, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 15 de Noviembre del 2011.

Para constancia firma

.....

DR. CÉSAR SALAZAR

PROFESOR CALIFICADOR

.....

DRA. CECILIA TOSCANO

PROFESOR CALIFICADOR

.....

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

## DEDICATORIA

A mi señor Jesús quién me dio la fe, la fortaleza, la salud y la esperanza para terminar este trabajo que está dedicado a mis princesas Brigitte y Eylín, porque en ellas he puesto mi paciencia, mi cariño y está hecho con mucho amor para ellas, que son mi vida y mi adoración.

## AGRADECIMIENTO

A Dios, por amarnos tanto y regalarnos estos cinco años que hoy reflejan el primer fruto, de muchos que vendrán y que son producto de nuestra constancia y perseverancia.

A la Estación de Servicio Albán Valle, de manera especial al Sr. Jorge Ernesto Albán Valle, por las facilidades y el apoyo incondicional para que este trabajo sea posible.

Ya los excelentes profesionales que tiene ésta prestigiosa Universidad, quiénes supieron guiarme para la realización y culminación de la presente Tesis.

## ÍNDICE GENERAL

### A. PÁGINAS PRELIMINARES

Pág.

Portada.....	i
Aprobación del tutor.....	ii
Autoría de la tesis.....	iii
Aprobación del tribunal de grado.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice general.....	vii
Índice de cuadros y gráficos.....	xi
Resumen Ejecutivo.....	xii

### B. INTRODUCCIÓN..... 1

#### CAPITULO 1 EL PROBLEMA

1.1.Tema.....	2
1.2. Planteamiento del Problema.....	2
1.2.1 Contextualización.....	2
1.2.2 Análisis Crítico.....	6
1.2.3 Prognosis.....	7
1.2.4 Formulación del Problema.....	7
1.2.5 Preguntas Directrices.....	8
1.2.6 Delimitación.....	8
1.3 Justificación.....	9
Objetivos.....	10
1.3.1 General.....	10
1.3.2 Específicos.....	10

CAPITULO 2		MARCO TEÓRICO	
2.1.	Antecedentes investigativos.....		11
2.2.	Fundamentación filosófica.....		15
2.3.	Fundamentación Legal.....		16
2.4.	Categorías Fundamentales.....		21
2.5	Hipótesis.....		40
2.6	Señalamiento de variables.....		40
CAPITULO 3		METODOLOGIA	
3.1.	Enfoque de la Investigación.....		41
3.2.	Modalidad Básica de la investigación.....		42
3.3.	Nivel o Tipo de la Investigación.....		43
3.4.	Población y Muestra.....		44
3.5	Operacionalización de las Variables.....		49
3.6	Plan de recolección de información.....		51
CAPITULO 4		ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	
4.1/4.2	Análisis e interpretación de resultados.....		56
4.3	Verificación de la hipótesis.....		69
CAPITULO 5		CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES	
5.1.	Conclusiones.....		77
5.2.	Recomendaciones.....		78
CAPITULO 6		PROPUESTA	
6.1	Datos informativos.....		80
6.2	Antecedentes de la propuesta.....		82
6.3	Justificación.....		82
6.4	Objetivos.....		83



6.5	Análisis de factibilidad.....	84
6.6	Fundamentación científica.....	84
6.7	Metodología. Modelo operativo.....	90
6.8	Administración.....	115
6.9	Previsión de la evaluación.....	121
C.	MATERIALES REFERENCIALES	
	1. Bibliografía.....	123
	Anexos.....	124

## INDICE DE TABLAS Y GRAFICOS

Tabla N°1	Nómina de integrantes.....	45
Tabla N°2	Determinación de la Muestra.....	48
Tabla N°3	Operacionalización variable independiente.....	49
Tabla N°4	Operacionalización variable dependiente.....	50
Tabla N°5	Procesamiento de recolección de información.....	52
Tabla N°6	Matriz para la tabulación de respuestas.....	54
	Matriz de recopilación de datos del cuestionario	
	Clientes	
Tabla N°7	Pregunta N°1.....	57
Tabla N°8	Pregunta N°2.....	58
Tabla N°9	Pregunta N°3.....	59
Tabla N°10	Pregunta N°4.....	60
Tabla N°11	Pregunta N°5.....	61
Tabla N°12	Pregunta N°6.....	62
	Matriz de recopilación de datos del cuestionario	
	Personal Administrativo	
Tabla N°13	Pregunta N°1.....	63
Tabla N°14	Pregunta N°2.....	64
Tabla N°15	Pregunta N°3.....	65
Tabla N°16	Pregunta N°4.....	66
Tabla N°17	Pregunta N°5.....	67
Tabla N°18	Pregunta N°6.....	68
Tabla N°19	Resultados de la Variable independiente.....	72
Tabla N°20	Resultados de la variable dependiente.....	72
Tabla N°21	Frecuencias Observadas.....	73
Tabla N°22	Frecuencias Esperadas.....	74
Tabla N°23	De contingencia.....	75
Tabla N°24	Costo estimado.....	81
Tabla N°25	Estado de rentas y gastos.....	99
Tabla N°26	Formato para la venta diaria de combustible.....	104

Tabla N°27	Formato para el registro del personal.....	105
Tabla N°28	Estado de rentas y gastos.....	106
Tabla N°29	Análisis Financiero.....	112
Gráfico N°1	Árbol de problemas.....	6
Gráfico N°2	Súper ordenación de variables.....	38
Gráfico N°3	Sub ordenación conceptual.....	39
Gráfico N°4	Pregunta No1.....	57
Gráfico N°5	Pregunta No2.....	58
Gráfico N°6	Pregunta No3.....	59
Gráfico N°7	Pregunta No4.....	60
Gráfico N°8	Pregunta No 5.....	61
Gráfico N°9	Pregunta No6.....	62
Gráfico N°10	Pregunta No1.....	63
Gráfico N°11	Pregunta No2.....	64
Gráfico N°12	Pregunta No3.....	65
Gráfico N°13	Pregunta No4.....	66
Gráfico N°14	Pregunta No5.....	67
Gráfico N°15	Pregunta No6.....	68
Gráfico N°16	Verificación de Hipótesis.....	76
Gráfico N°17	Organigrama Estructural.....	91
Gráfico N°18	Ciclo de Atención y Servicio al Cliente.....	97

## RESUMEN EJECUTIVO

Con el propósito de cumplir con un requisito académico de la Facultad, se ha visto la necesidad de realizar el proyecto de investigación referente al **“Control Interno al proceso de comercialización y su incidencia en la rentabilidad de la Estación de Servicio Albán Valle.”**

Esta investigación se la realiza teniendo como base el problema encontrado en la Estación de Servicio Albán Valle, donde con la ayuda y colaboración del personal administrativo se obtuvieron los datos necesarios para la investigación, así como recurriendo a documentación bibliográfica existente con problemas similares.

En éste caso nos enfocamos en la teoría del Control Interno:

El Control Interno comprende un conjunto de procedimientos, políticas, directrices y planes de organización los cuales tiene por objeto asegurar una eficiencia, seguridad y orden en la gestión financiera, contable, administrativa y operativa dentro de la organización empresarial con el objeto de aportar seguridad en la gestión empresarial al prevenir errores y fraudes, proteger los activos de la entidad y dar lugar a una fiabilidad de los registros contables e información económica-financiera y de obtener eficiencia de la operativa organizativa de la entidad al desarrollar el seguimiento y cumplimiento de las políticas y procedimientos empresariales definidos y establecidos por la Dirección.

Es por eso que el Control Interno es una herramienta surgida de la gran necesidad de accionar proactivamente a los efectos de disminuir significativamente la multitud de riesgos a las cuales se hayan afectado los distintos tipos de organizaciones.

Como puede apreciarse de lo antes expuesto, los riesgos a los cuales están expuestas las empresas son muchos y los mismos deben ponerse constantemente bajo control.

## INTRODUCCIÓN

Desde hace varios años las empresas ecuatorianas vienen sufriendo un estancamiento en el sistema de control interno y existe una creciente preocupación por las causas y las soluciones a este problema.

El motivo por el cual se puede originar este inconveniente que posee la empresa, pueden ser muchos; entre ellos el inadecuado sistema de control interno con que la empresa cuenta, en sí el desinterés por parte de los herederos por detener y corregir estos errores.

Las ideas de este trabajo de investigación buscan el entendimiento intelectual de los directivos de las empresas ya que para llevar a cabo una mejoría, es necesario que se comprendan el beneficio del sistema de control interno.

Estas ideas han contribuido con el desarrollo de la propuesta para diseñar el sistema de control interno al proceso de comercialización de combustibles y su incidencia en la rentabilidad para hacer que éste funcione y para lograr el éxito de los objetivos plantados.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1. TEMA**

“Control Interno al proceso de Comercialización y su incidencia en la Rentabilidad de la Estación de Servicio Albán Valle de Baños de Agua Santa en el segundo semestre del año 2010”.

### **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.2.1. Contextualización**

##### **1.2.1.1. Contexto macro**

El Ecuador es un país que en base a su entorno económico, ámbito social y político, se desenvuelve en el sector productivo, mediante la implantación de pequeñas y medianas empresas que producen, distribuyen y comercializan diferentes productos y servicios, los mismos que contribuyen al desarrollo y bienestar del País.

Mientras los automotores se hacen más populares en el Ecuador, la necesidad de Estaciones de Servicio van en aumento, las mismas que son de vital importancia para la colectividad en general, puesto que un vehículo para trasladarse de un lugar a otro necesita abastecer su tanque de combustible, producto que en éstas estaciones se comercializan, dando lugar a que con tecnología actualizada y una buena administración puedan cumplir con las metas y objetivos planteados por los propietarios.

Veamos una pequeña reseña histórica de PYS:

Petróleos y Servicios PYS. C.A. nació el 28 de enero de 1995 de un grupo de visionarios propietarios de estaciones de servicio que cristalizaron una importante iniciativa de estructurar una Comercializadora de Combustibles diferente, con un objetivo fundamental que se orientaba en servir a los distribuidores ecuatorianos.

A partir de la fecha PYS, se ha constituido como un referente y un sinónimo de progreso en el sector, ha caminado a la par de los requerimientos que implica entrar en el libre mercado de la venta de los derivados del petróleo, como son: la gasolina extra, súper, y el diesel, para vehículos de motor y maquinas.

Petróleos y Servicios ha hecho camino al andar. Hoy comienza una nueva etapa, un nuevo rumbo que forjar, con nuevos objetivos, pero sobre todo con un gran deseo de continuar siendo los primeros, los mejores, como una característica de ser "orgullosamente ecuatorianos".

Actualmente las compañías petroleras utilizan el concepto de Gasolinera y de Estación de Servicios indistintamente, ya que ahora se puede encontrar en las Gasolineras otros tipos de servicios como tiendas de convivencia, lavado de vehículos, minimarket, entre otros.

Hoy en día desarrollar proyectos con tecnología vigente enfocada a buscar productividad, competitividad y en brindar atención de calidad al cliente en empresas de servicios, generan mayor utilidad compensando la inversión que realizan, orientando al camino del éxito.

### **1.2.1.2. Contexto meso**

La provincia de Tungurahua se ha caracterizado por ser una provincia comercial, es porque existen 29 Estaciones de Servicio de P&S (Información del Supervisor de Petróleos y Servicios) (Anexo No. 1), las mismas que se dedican principalmente a la compra-venta de combustibles.

Las necesidades de estas Estaciones es mantener a sus clientes satisfechos y estables, mediante la oferta de servicios de calidad, incluyendo la atención de los detalles y formas de sentido común para trabajar en forma excelente, haciendo una gran diferencia en términos de calidad, mejores servicios y aumento de oportunidades.

En la actualidad ha existido un notable crecimiento en todos los sectores como: industrial, financiero, comercial y servicios. Según el INEC a fines del 2010, el PIB de crecimiento es de 2.4%; de igual forma el crecimiento poblacional es 2.2%; indicadores que reflejan un incremento en el nivel de consumo de bienes y servicios dentro y fuera de la ciudad y de la provincia.

Las características humanas y ambientales que derivan en la venta del servicio prestado al consumidor son factores que implican que el recurso humano deben capacitarse continuamente en técnicas de servicio al cliente; y a la vez, los gerentes y administradores de negocios, deben introducir en sus paradigmas un adecuado proceso de comercialización del combustible, considerando la inversión realizada.

Los cambios culturales de estos últimos tiempos obligan a que las organizaciones busquen la eficiencia y eficacia, tanto en la operacionalización del negocio, como en la comercialización razón por la



cual se necesita un correcto análisis de los procesos en todos sus ámbitos, encaminados a llevar a las organizaciones hacia el camino del éxito.

### **1.2.1.3. Contexto micro**

En la actualidad existen tres Gasolineras en la Ciudad de Baños de Agua Santa las mismas que están a disposición tanto de habitantes como de turistas que nos visitan.

La Estación de Servicio Albán Valle fue fundada en el año de 1975 por el Sr. José Alejandro Albán Pérez, siendo la pionera, después de quince años de administrarla fallece y deja la empresa en manos de siete herederos, cabe destacar que la Estación pertenece a la comercializadora P&S (Petróleos y Servicios).

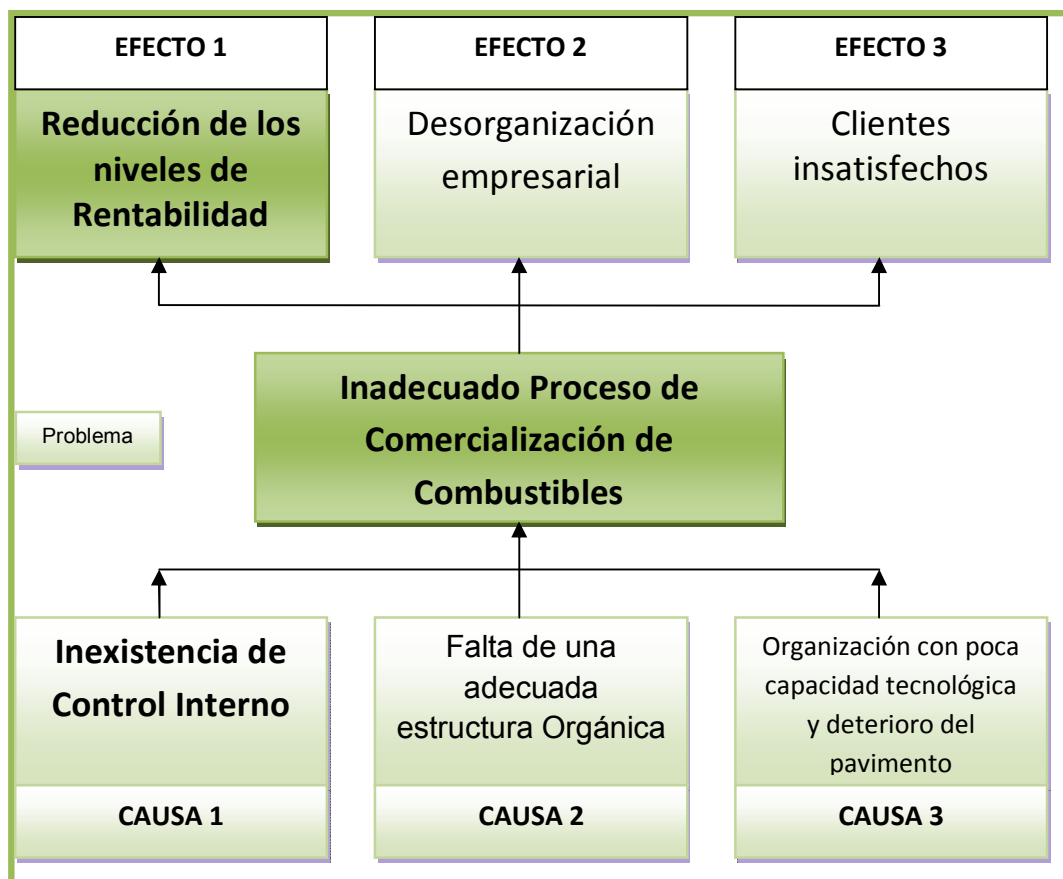
La Estación tiene designado un cupo mensual de combustibles por parte de la Dirección de Hidrocarburos éstos son: Extra 28.000 galones, Súper 30.000 galones y Diesel 10.000 galones, esto implica que deben distribuir bien su cupo, para abastecer las necesidades de sus clientes especialmente en los feriados.

Las ventas son el corazón de la Estación de Servicio “Albán Valle”, es por eso que hoy en día busca desarrollar proyectos renovadores, reestructurar la estructura orgánica e implementar tecnología de punta en el proceso de comercialización de combustibles agilizando la emisión de facturas, brindando un servicio de calidad enfocados a las exigencias de los clientes, obteniendo como resultado mayor rentabilidad para cumplir con las expectativas empresariales, de ésta manera la Estación dará lugar a que la dirección de hidrocarburos analice el incremento de las ventas generadas y puedan aumentarles el cupo que tienen designado.

## 1.2.2. ANALISIS CRÍTICO

### 1.2.2.1. Árbol de problemas

Gráfico No. 1



### 1.2.2.2. Relación causa–efecto

Una vez analizado el problema de investigación en la Estación de Servicio “Albán Valle” se ha establecido que tiene serios inconvenientes en el inadecuado proceso de comercialización de combustibles.

Esto se da debido a que no cuenta con surtidores actualizados, peor aún con la facturación automática que sería lo ideal y es vidente el deterioro del pavimento hecho que provoca que los clientes se sientan insatisfechos con la atención brindada, otra de las causas es que no

cuenta con una estructura orgánica adecuada provocando la desorganización empresarial y la toma de decisiones incorrectas por parte de los herederos, la inexistencia de un sistema de control interno en la empresa ha provocado la reducción significativa de los niveles de rentabilidad afectando directamente los ingresos.

### **1.2.3. Prognosis**

A medida que el problema no toma solución alguna, siendo su principal inconveniente el inadecuado proceso de comercialización de combustibles, implicaría que la empresa se vea afectada al normal desarrollo de las actividades empresariales y económicas, lo que conlleva a que en el futuro no puedan cubrir con las expectativas de los herederos.

De este modo no será posible que sea una empresa competitiva dentro del mercado de los últimos tiempos, la Estación de Servicios podría cerrar dejando sin empleo a sus colaboradores, afectando así a varias familias bañeras y perjudicando también a la imagen de la Empresa.

Es así que la Estación de Servicio Albán Valle se ve en la necesidad de adoptar acciones correctivas para el proceso de comercialización de combustibles y de ésta manera incrementar los niveles de rentabilidad para cumplir con los objetivos planteados.

### **1.2.4. Formulación del problema**

¿Cómo incide el Control Interno al proceso de comercialización de combustibles y a la Rentabilidad en la Estación de Servicio Albán Valle de la ciudad de Baños en el año 2010?

**Variable Independiente:**

Control Interno al Proceso de Comercialización

**Variable Dependiente:**

Rentabilidad

**1.2.5. Preguntas directrices**

¿Cuál es la causa del inadecuado proceso de comercialización de combustibles en la Estación de Servicio Albán Valle?

¿Cuál es la Rentabilidad de la Estación de Servicio Albán Valle, generada en el segundo semestre del año 2010?

¿Qué medidas correctivas se pueden aplicar al proceso de comercialización para mejorar la rentabilidad en la Estación de Servicio Albán Valle de Baños de Agua Santa?

**1.2.6. Delimitación**

- **Campo:** Auditoría
- **Área:** Control Interno al Proceso de Comercialización
- **Aspecto:** Rentabilidad
- **Temporal:** Tiempo del problema: segundo semestre 2010  
Tiempo de la investigación: primer semestre del 2011
- **Espacial:** Esta investigación se desarrollará en la Estación de Servicio Albán Valle del cantón Baños de Agua Santa, de la provincia de Tungurahua, Avenida Amazonas S/N, Intersección Juan León Mera, (Anexo No. 2) Referencia a una cuadra del terminal terrestre, Teléfono 032740540, según Registro Único del Contribuyente (Anexo No. 3).

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

El presente trabajo de investigación se justifica en su desarrollo por la importancia que este presenta, pues al proponer el sistema de control interno al proceso de comercialización de combustibles da como resultado mayor rentabilidad para el logro de los objetivos planteados.

Esta investigación tiene como propósito implementar surtidores actuales, pavimentar el piso, para mejorar la calidad del servicio, así como también diseñar la estructura orgánica, para el mejor desarrollo empresarial, de ésta manera se logrará incrementar las ventas y por ende obtener mayor rentabilidad beneficiándose así tanto clientes internos como externos.

Este estudio pretende que el administrador conozca y evalúe los beneficios que obtiene con el Sistema de Control Interno al proceso de comercialización de combustibles, por cuanto es la primera ocasión que se va a realizar este estudio en la Estación de Servicio “Albán Valle”.

Conociendo que no requiere de muchos costos, que se cuenta con el apoyo suficiente, tiempo y acceso directo a la fuente, que es urgente su ejecución y sobre todo con total disponibilidad y voluntad para cumplir con lo propuesto, de esta manera los herederos obtendrán mayor Rentabilidad que sirve de sustento sostenible para el cumplimiento de los objetivos, contribuyendo con más impuestos para el avance del país, podrá subir el sueldo a sus empleados, creará mayor fuente de empleo, lo cual ayudará a posicionar a la Estación en una de las mejores dentro de la matriz.

## **OBJETIVOS**

### **1.3.1. Objetivo general**

Analizar el proceso de comercialización de combustibles existente, para incrementar las ventas y por ende generar mayor rentabilidad en la Estación de Servicio Albán Valle de Baños de Agua Santa en el segundo semestre del año 2010.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Estudiar el proceso de comercialización de combustibles para determinar los puntos críticos en la Estación de Servicio Albán Valle de Baños de Agua Santa en el segundo semestre del año 2010.
  
- Determinar la Rentabilidad en la Estación de Servicio Albán Valle de Baños de Agua Santa generada en el segundo semestre del año 2010.
  
- Proponer un sistema de control interno orientado al mejoramiento y al cumplimiento eficaz de políticas de operación en el proceso de comercialización de combustibles.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

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

En la Estación de Servicio Albán Valle no se ha efectuado ningún proyecto de investigación en los 36 años de funcionamiento, sin embargo se dispone de la información suficiente y necesaria para llevar con éxito éste trabajo, se ha podido conseguir algunos criterios en cuanto al Sistema Control Interno en las siguientes tesis:

**“El Control Interno de una Empresa Comercial.”**, de la ciudad de Guatemala, año 2004, realizado por **Pedro Augusto Alvarado Villatoro**, Asesor de la tesis: contador público y auditor, José Fernando Rios Mirón. Tesis bajada de internet de la Universidad Francisco Marroquín de la Facultad de Ciencias Económicas de Guatemala.

**Pedro Alvarado (2004: pág. 134)**, en su tesis, emite las siguientes conclusiones:

1. Un buen control interno, ayuda a los dueños o la gerencia, a tener una seguridad razonable que los diferentes departamentos cumplen con sus funciones.
2. Un buen control interno, ayuda a obtener información financiera de forma rápida y confiable.
3. El control interno ayuda a formar un buen ambiente de trabajo y por consiguiente mayor rendimiento, tanto en las actividades laborales del personal, como de la empresa.

4. La comprensión del control interno por ciclos, es más fácil para comprender las políticas y procedimientos de control de una empresa y aplicarlos.

### **Criterio**

Un buen control interno al proceso de comercialización ayuda a que el Administrador de la estación de servicios “Albán Valle” pueda identificar los problemas obteniendo información confiable y oportuna para la respectiva toma de decisiones.

**“Propuesta de Implementación del Sistema De Control Interno a los procesos de la Atención y Servicio al Cliente a la Hostería Chalets Bascún CiaLtda”**, de la ciudad de Sangolquí, año 2006, realizado por Velasco Morera Marco Alejandro, dirigido por la Dr. Luis Rodríguez y su codirector Econ. Galo Caizapanta. Tesis que se encuentra en internet, de la Escuela Politécnica del Ejército del Ecuador.

**Marco Velasco (2006: pág. 154,155y156)**, en su tesis, emite que:

Luego de realizar el respectivo análisis de la Empresa a través del diagnóstico y evaluación del control interno a los procesos de atención y servicio al cliente, se obtuvo las siguientes conclusiones:

- La falta de conocimiento, educación de control interno, capacitación continua a los empleados de la Empresa, son las causas principales para mantener deficiencias en el control interno a los procesos de atención y servicio al cliente que se llevan a cabo en la hostería.



- La falta de interés y preocupación por parte de la gerencia para mejorar el control interno a los procesos de atención y servicio al cliente, ha ocasionado contratar personal que no cumple con los requisitos establecidos para ocupar las vacantes requeridas.
- La hostería no cuenta en el departamento de Recursos Humanos con los respectivos manuales, que permitan realizar una correcta evaluación de desempeño de los empleados que trabajan en la hostería.
- No se cuenta con el personal requerido y capacitado en las diversas áreas con las que cuenta la hostería, por lo que la atención y servicio que brinda la hostería se está viendo claramente perjudicado, provocando insatisfacción e inconformidad en los clientes.

### **Criterio**

Debido al inadecuado sistema control interno al proceso de comercialización combustibles es la causa principal de las deficiencias existentes, ya que no cuenta con tecnología actualizada y la infraestructura está deteriorada es por eso que existe la inconformidad de los clientes, el Administrador (Representante) acepta poner cartas en el asunto.

**“Estrategias de Comercialización y Servicio para las Ventas de la Gasolinera Sur.”**, de la ciudad de Ambato, año 2009, realizado por **Aldas Aldas Luis Ronald**, dirigido por la Dra. Tatiana Valle y su instructor Dr. Rubén Vilcacundo. Tesis que se encuentra en la biblioteca de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

**Aldas Luis (2009: pág. 72)**, en su tesis, emite las siguientes conclusiones:

Con respecto al primer objetivo: Estudiar el tipo de estrategias de comercialización y servicios que utilizan las empresas de expendio de combustibles para las ventas se concluye:

En nuestro medio una de las principales estrategias que manejan las estación es de servicio es el mantener precios competitivos pero no todos pueden aplicar esta estrategia por lo que han optado por utilizar estrategias como en ofrecer valores agregados, invertir en publicidad y realizar promociones e incentivos de compra ejemplo de ellos es Primax y Móvil.

- Respecto al segundo objetivo: Determinar la adecuada administración, se concluye:

La administración se centra en comprender que en la operación de la Estación de Servicios, el principal contacto con el cliente lo tiene el despachador por lo que será la encargada de fomentar la calidad en el servicio entre el personal, mejorar las relaciones con clientes, proveedores y el público en general buscando alternativas de motivación.

Una administración eficiente deberá asegurar que los equipos e instrumentos de control volumétrico operen adecuadamente en la Estación de Servicio, además deberá investigar las necesidades de los clientes a fin de ofrecer productos o servicios requeridos por el consumidor que le proporcionen un valor agregado.

## **Criterio**

En cualquier tipo de empresa las estrategias son de vital relevancia para mantenerse en el mercado competitivo de hoy en día, puesto que es un proceso que ayuda al mejor cumplimiento de los objetivos empresariales por otra parte es importante implementar nueva tecnología y conocer adecuadamente todos los mecanismos para poder cultivar mejor a nuestros clientes.

Analizando las conclusiones en relación a los objetivos y asociando con el tema de investigación propuesto en el proyecto, considero que es una herramienta de apoyo para el desarrollo de la misma, puesto que el control interno enfocado hacia el proceso de comercialización se relaciona directamente con las faces.

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

Dentro del trabajo de investigación se encuadra el paradigma crítico propositivo considerando aspectos relevantes como ontológico, epistemológico, metodológico y axiológico.

En la Estación de Servicio Albán Valle, el control interno al proceso de comercialización tiene falencias de tal forma que es una problemática que se resolverá con las investigaciones realizadas en los posteriores capítulos.

En la actualidad la empresa se desenvuelve en un mercado competitivo, pero debemos tomarle como una oportunidad ya que nos permite cada vez ir mejorando, con la finalidad de satisfacer las necesidades, expectativas y deseos de los clientes, por ende generar mayor

Rentabilidad para que la Estación tenga excelente participación en el mercado de este tipo de servicios.

En el aspecto epistemológico se procede a dar solución al problema planteado, esta disciplina me permite buscar los diferentes mecanismos y alternativas eficientes y eficaces para mejorar la situación que atraviesa la Estación de Servicio Albán Valle, tomando en consideración el sistema de control interno al proceso de comercialización.

Para poder llegar a sacar conclusiones y recomendaciones es necesario determinar el aspecto metodológico en la presente investigación, la misma que por intermedio de las técnicas e instrumentos de investigación como son las observaciones, entrevistas, encuestas, cuestionarios y fichas de análisis. De tal manera que me permita analizar e interpretar toda la información y poder tomar decisiones acertadas y efectivas.

Es necesario asociar el aspecto axiológico en el presente trabajo de investigación, ya que consiste en proponer las alternativas necesarias en relación a los resultados de la investigación para la solución de los problemas planteados, con la finalidad de que el Administrador de la estación de Servicio Albán Valle tome las decisiones más adecuadas y acertadas mediante el Sistema de Control Interno al proceso de comercialización utilizando elementos y pautas, captando clientes fieles, incrementando las ventas, por ende generando mayor Rentabilidad y así lograr con éxito los objetivos planteados por los herederos.

### **2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

El presente trabajo de investigación está fundamentado en las siguientes disposiciones legales:

- Constitución de la República del Ecuador, publicado en el Registro Oficial del 20 de octubre de 2008:
- Autorización del Servicio de Rentas Internas
- Ley de Hidrocarburos
- Ley Orgánica de defensa del consumidor
- Las normas Ecuatorianas de auditoría (NEA)
- Las Normas Internacionales de Auditoría

Según, **La Constitución de la República del Ecuador, 2008**. Sección Quinta de los Intercambios económicos y comercio justo en sus artículos 336 y 337 establece:

**Art. 336.-** El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

**Art. 337.-** El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.

Según, **La Autorización de funcionamiento**, otorgado por el Servicio de Rentas Internas:

La Gasolinera inició sus actividades el 19 de septiembre del 2000, con su representante legal el señor Albán Valle Christian Estuardo con el número de RUC 18029654322001, bajo el nombre comercial de Estación de

Servicio Albán Valle su actividad económica principal la venta al por menor de combustibles para automotores y motocicletas, se encuentra ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón Baños de Agua Santa, en la Av. Amazonas intersección Juan León Mera.

Según, **La Ley de Hidrocarburos, 1978**, en el texto se sustituyó "Ministerio de Recursos Naturales y Energéticos", por "Ministerio del Ramo", y donde decía "Corporación Estatal Petrolera Ecuatoriana" por "PETROECUADOR". Dado por Art. 24 de la Ley No. 45, publicado en Registro Oficial 283 de 26 de Septiembre de 1989.

### **Capítulo VII – Comercialización establece:**

**Art. 68.-** El almacenamiento, distribución y venta al público en el país, o una de estas actividades, de los derivados de los hidrocarburos será realizada por PETROECUADOR o por personas naturales o por empresas nacionales o extranjeras, de reconocida competencia en esta materia y legalmente establecidas en el país, para lo cual podrán adquirir tales derivados ya sea en plantas refinadoras establecidas en el país o importarlos.

En todo caso, tales personas y empresas deberán sujetarse a los requisitos técnicos, normas de calidad, protección ambiental y control que fije el Ministerio del ramo, con el fin de garantizar un óptimo y permanente servicio al consumidor.

El almacenamiento, la distribución y la venta de los derivados en el país, constituyen un servicio público que por su naturaleza no podrá ser suspendido por las personas naturales o por las empresas nacionales o extranjeras que lo realicen.

**Art. 69.-** La distribución de los productos será realizada exclusivamente por PETROECUADOR, quien actuará por si misma o mediante las formas contractuales establecidas en esta Ley.

La venta al público podrá ser ejercida por personas naturales o jurídicas a nombre de PETROECUADOR, las cuales suscribirán los correspondientes contratos de distribución con la empresa filial respectiva, que garanticen un óptimo y permanente servicio al consumidor, de acuerdo con las disposiciones de esta Ley y las regulaciones que impartiere el Ministerio del Ramo.

#### **Capítulo VIII - Fijación de precios establece:**

**Art. 71.-** Las regalías, el impuesto a la renta, las participaciones del Estado y, en general, los gravámenes dependientes de los precios de venta de los hidrocarburos en el mercado externo, se regularán por los precios efectivos de venta o de referencia, según las circunstancias imperantes.

Los precios de referencia podrán ser discutidos con las empresas productoras, con el fin de analizarlos y revisarlos, cada vez que nuevas condiciones, que afecten a los factores mencionados, lo hagan necesario o lo justifiquen.

**Art. 72.-** Los precios de venta al consumidor de los derivados de los hidrocarburos serán regulados de acuerdo al Reglamento que para el efecto dictará el Presidente de la República.

Según, **La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor**, publicada en el Registro Oficial No. 520 de septiembre 12 de 1990: manifiesta:

**Art. 64.- Bienes y Servicios Controlados.-** El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, determinará la lista de bienes y servicios, provenientes tanto del sector privado como del sector público, que deban someterse al control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de práctica, regulaciones, acuerdos, instructivos o resoluciones.

Además, en base a las informaciones de los diferentes ministerios y de otras instituciones del sector público, el INEN elaborará una lista de productos que se consideren peligrosos para el uso industrial o agrícola y para el consumo.

**Art. 66.- Normas Técnicas.-** El control de cantidad y calidad se realizará de conformidad con las normas técnicas establecidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN-, entidad que también se encargará de su control sin perjuicio de la participación de los demás organismos gubernamentales competentes. De comprobarse técnicamente una defectuosa calidad de dichos bienes y servicios, el INEN no permitirá su comercialización; para esta comprobación técnica actuará en coordinación con los diferentes organismos especializados públicos o privados, quienes prestarán obligatoriamente sus servicios y colaboración.

Según, **Las normas Ecuatorianas de auditoría (NEA)** revelan:

**Norma No. 10.-** Evaluación de Riesgo y Control Interno.-el propósito de esta norma ecuatoriana de auditoría, es establecer normas y proporcionar lineamientos para obtener una comprensión de los sistemas de contabilidad y control interno y sobre el riesgo de auditoría y sus componentes: riesgo inherente, riesgo de control y riesgo de detección.

El SAS 78 que enmienda SAS 55 define al Control Interno así:

“Es un proceso efectuado por la junta directiva, la gerencia, u otro personal de la entidad, diseñado para proporcionar seguridad razonable en cuanto al logro de los objetivos en las siguientes categorías:

- Confiabilidad de la presentación de la información financiera
- Eficacia y eficiencia de las operaciones, y
- Cumplimiento de las leyes y regulaciones correspondientes”



Según, **Las Normas Internacionales de Auditoría** manifiesta:

**Norma N° 6.-** Evaluación de Riesgos y Control Interno.- Expresa los sistemas de contabilidad y de control interno no pueden dar a la administración evidencia conclusiva de que se ha alcanzado los objetivos a causa de limitaciones inherentes. Dichas limitaciones incluyen:

- El usual requerimiento de la administración de que el costo de un control interno no exceda los beneficios que se espera se deriven.
- La mayoría de los controles internos tienden a ser dirigidos a transacciones que no son de rutina.

## **2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES**

### **2.4.1. Visión dialéctica de las variables**

#### **2.4.2.1. Visión dialéctica variable independiente**

##### **2.4.2.1.1. Control Interno al proceso de comercialización**

##### **2.4.2.1.2. Auditoría**

### **Concepto**

Según, **Alberto de la Peña Gutiérrez, (2008: pág. 5)**, dice que el vocablo auditoría es sinónimo de examinar, verificar, investigar, consultar, revisar, comprobar y obtener evidencias sobre informaciones, registros, procesos, circuitos, etc. Hoy en día, la palabra auditoría se encuentra relacionada con diversos procesos de revisión o verificación que, aunque todos ellos tienen en común el estar de una u otra forma vinculados a la empresa, pueden diferenciarse en función de su finalidad económica inmediata, de tal manera que según este criterio podemos establecer una primera gran

clasificación de la auditoría diferenciando entre auditoría económica y auditorías especiales.

La palabra «auditoría» se originó en la antigüedad, al igual que el de auditor, nombre por el que se designaba a la persona que «oía» las rendiciones de cuentas de los funcionarios y agentes reales, quienes por falta de instrucción no podían presentarlas por escrito.

### **Objetivo**

El objetivo de la Auditoria consiste en apoyar a los miembros de la empresa en el desempeño de sus actividades. Para ello la Auditoria les proporciona análisis, evaluaciones, recomendaciones, asesoría e información concerniente a las actividades revisadas.

Los miembros de la organización a quien Auditoria apoya, incluye al Directorio y las Gerencias.

### **Finalidad**

Los fines de la auditoria son los aspectos bajo los cuales su objeto es observado. Podemos escribir los siguientes:

1. Indagaciones y determinaciones sobre el estado patrimonial
2. Indagaciones y determinaciones sobre los estados financieros.
3. Descubrir errores y fraudes.
4. Prevenir los errores y fraudes

#### **2.4.2.1.3. Auditoría de Gestión**

### **Concepto**

Es el examen crítico, sistemático y detallado de las áreas y Controles Operacionales de un ente, realizado con independencia y utilizando

técnicas específicas, con el propósito de emitir un informe profesional sobre la eficacia eficiencia y economicidad en el manejo de los recursos, para la toma de decisiones que permitan la mejora de la productividad del mismo.

La ventaja de ver a la empresa como una totalidad permite al auditor ofrecer sugerencias constructivas, y recomendaciones a un cliente para mejorar la productividad global de la empresa. Es así como la implantación con éxito de la auditoría de gestión puede representar un aporte valioso a las relaciones del cliente.

**Auditoría de la gestión del sistema comercial:**

- Análisis de la estrategia comercial
- Oferta de bienes y servicios
- Sistema de distribución física
- Política de precios
- Función publicitaria
- Función de ventas
- Promoción de ventas

**Auditoría de la gestión del sistema financiero:**

- Capital de trabajo
- Inversiones
- Financiación a largo plazo
- Planificación Financiera
- Área internacional

#### **2.4.2.1.4. Control Interno**

##### **Definiciones**

Según, **Fundamentos de Control Interno, de Abraham Perdomo Moreno (Novena edición: pág. 2,4)** manifiesta que él: **Control Interno**, es el Plan de la organización entre la contabilidad, funciones de empleados y procedimientos coordinados que adopta una empresa pública, privada o mixta, para obtener información confiable, salvaguardar sus bienes, promover la eficiencia de sus operaciones y adhesión a su política administrativa.

Según, **La Revista académica de economía con el Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas ISSN 1696-8352** revela que el **Control Interno**: es un proceso, donde se lleva a cabo un grupo de acciones estructuradas, integradas y coordinadas, que están encaminadas a la consecución de un fin. El mismo tiene un mayor grado de eficiencia cuando están insertados a los procesos y se complementan como parte indisoluble de la entidad.

Según, **Cultural de Ediciones, S.A (AUDITORIA III, cap. 1 pág.; 7-12)** escribe: que el **Control Interno**: es un conjunto de procedimientos, políticas, directrices y planes de organización los cuales tienen por objeto asegurar una eficiencia, seguridad y orden en la gestión financiera, contable y administrativa de la empresa (salvaguardia de activos, fidelidad del proceso de información y registros, cumplimiento de políticas definidas, etc.).

Es importante destacar que esta definición de control interno no sólo abarca el entorno financiero y contable sino también los controles cuya meta es la eficiencia administrativa y operativa dentro de la organización empresarial. De ahí que se establezca la siguiente clasificación para el

control interno.

### **Clasificación**

**a) Control interno contable:** son los controles y métodos establecidos para garantizar la protección de los activos y la fiabilidad y validez de los registros y sistemas contables.

Este control contable no sólo se refiere a normas de control con fundamento puro contable (como por ejemplo, documentación soporte de los registros, conciliaciones de cuentas, existencia de un plan de cuentas, repaso de asientos, normas de valoración, etc.) sino también a todos aquellos procedimientos que, afectando a la situación financiera o al proceso informativo, no son operaciones estrictamente contables o de registro (es decir, autorizaciones de cobros y pagos, conciliaciones bancarias, comprobación de inventarios, etc.).

**b) Control interno administrativo:** son los procedimientos existentes en la empresa para asegurar la eficiencia operativa y el cumplimiento de las directrices definidas por la Dirección.

Los controles administrativos u operativos se refieren a operaciones que no tienen una incidencia concreta en los estados financieros por corresponder a otro marco de la actividad del negocio, si bien pueden tener una repercusión en el área financiera-contable (por ejemplo, contrataciones, planificación y ordenación de la producción, relaciones con el personal, etc.).

Estos dos controles se entremezclan muchas veces debido a que ambos son factores comunes en la gestión empresarial. En el sistema de control interno el control contable tiene una gran importancia por la veracidad que da lugar a toda la organización contable, pero no hay que olvidar que en

la empresa también existe un sistema administrativo que no sólo se apoya en la contabilidad, sino que contempla un total de funciones que contribuyen a la marcha de los distintos sistemas operativos de la misma.

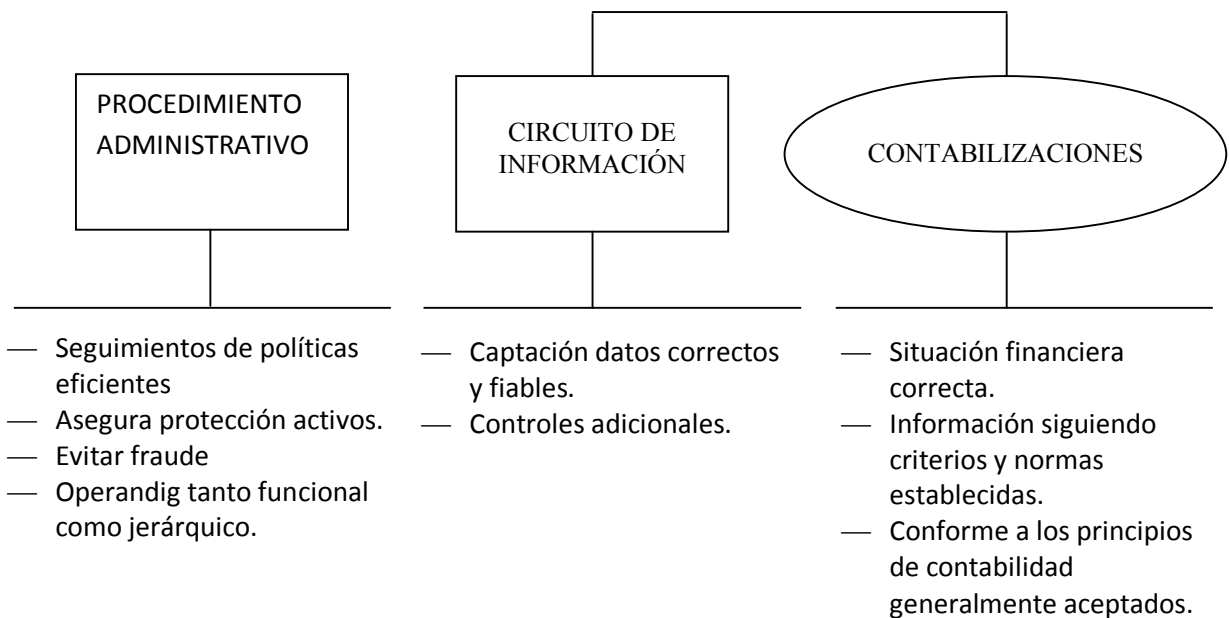
### **Alcances**

En todo sistema de control interno se deben de definir unos alcances los cuales variarán dependiendo de las distintas características que integren la estructura del negocio. La responsabilidad en la decisión de estos alcances para un adecuado control recae siempre en la Dirección en función de sus necesidades y objetivos.

Las variables a considerar dependerán siempre de las distintas actividades del negocio o clases de organización y departamentos que la componen, tamaño, volumen de transacciones y tipo de operaciones, así como la distribución geográfica de la organización, entre otras.

En empresas de gran tamaño ocurre que los distintos procedimientos, controles y sistemas de registro que utilizan no son operativos ni prácticos en organizaciones de menor dimensión. En pequeñas empresas la necesidad de un control formal, con el objeto de obtener fiabilidad en la información y registros, es menor al asumir la Dirección un papel más directo y personal en el negocio.

## Esquema del ámbito de aplicación del control interno



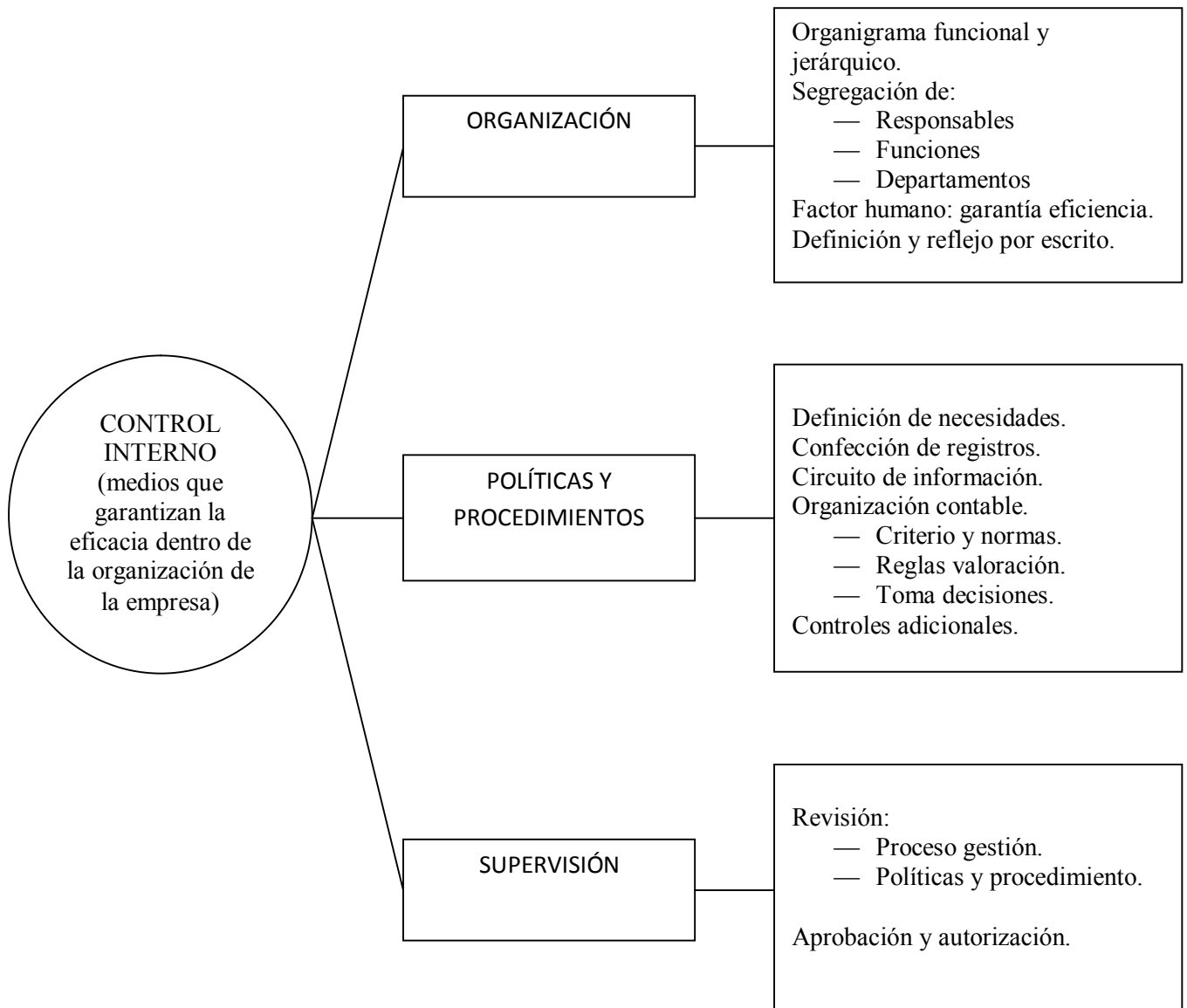
## Elementos del control interno y sus pautas

Los elementos sobre los que se tiene que basar un sistema de control interno deben de ser lo suficientemente amplios como para cubrir toda la esfera de la empresa.

Existen tres aspectos a considerar:

- Organización estructural.
- Políticas y procedimientos contables y operativos.
- Supervisión.

## Esfera esquemática del control interno y sus elementos.



### Criterio

El Sistema de Control Interno es una herramienta útil en el proceso de comercialización de combustibles de la Estación de Servicio "Albán Valle", tiene por objeto asegurar el orden en el entorno contable, administrativo y operativo, dando lugar al buen desarrollo empresarial para el logro de los objetivos propuestos.



### 2.4.2.1.5. Proceso de comercialización

#### Gráfico

Según, **La página de internet**, expresa el siguiente gráfico:



#### Proceso

Según, **la página del internet**:

<http://neurologia.rediris.es/neurologia/diapmigraine/sld004.htm>,

**Proceso:** Etimológicamente, proceder significa “continuar realizando cierta acción que requiere un orden”; procedimiento, “sucesión.

Así pues, al hablar de análisis del proceso, se refiere a las diferentes etapas que componen de una manera ordenada -escalonada- la realización de alguna cosa.

El proceso de comercialización estará constituido por las fases consecutivas para alcanzar la venta del producto.

### **Comercializar**

Según, **la página de internet, [es.wiktionary.org/wiki/comercializar](http://es.wiktionary.org/wiki/comercializar)**, indica que: **Comercializar:** Es poner en venta un producto; Darle el carácter comercial a una actividad; Desarrollar una estrategia para vender un producto.

### **Vendedor o Despachador**

Según, **Enciclopedia práctica de ventas (Equipo Cultural pág. 78)**, dice que el **Vendedor:** Es la persona que mantiene una relación más próxima con los clientes, es en gran medida la imagen de la empresa. El éxito profesional del vendedor hoy en día está en su capacidad de adaptarse a las necesidades de sus clientes, tanto objetivas como subjetivas, racionales o emotivas.

Para ello deberá tener una preparación y formación muy alta tanto en conocimientos de tipo técnico como en habilidades de tipo comunicativo y relacional.

### **Cliente**

Según, **Estrategia de Gestión, de Daniel F. Spulber (2005 pág. 37)**, afirma que el **Cliente:** Siempre es el Rey, el análisis externo siempre comienza con un análisis de los clientes de la empresa.

Los clientes son los cimientos de cualquier negocio y una empresa sólo puede obtener ingresos proporcionando productos que satisfagan las necesidades de los consumidores.

## **2.4.2.2. Visión dialéctica variable dependiente**

### **2.4.2.2.1. Rentabilidad**

### **2.4.2.2.2. Análisis Financiero**

#### **Definición**

Según, **La página de internet**, <http://www.definicion.org/analisis-financiero> indica que: **Análisis Financiero** es el procedimiento utilizado para evaluar la estructura de las fuentes y usos de los recursos financieros. Se aplica para establecer las modalidades bajo las cuales se mueven los flujos monetarios, y explicar los problemas y circunstancias que en ellos influyen.

### **2.4.2.2.3. Estado Financiero**

#### **Definición**

Según, **Horngrén y otros (1997; pág.4)**, en su libro: **Contabilidad**, menciona que los **Estados Financieros** son: los documentos que informan; la situación financiera y los resultados de un periodo determinado; en expresiones monetarias de una entidad, negocios o empresa, bajo los parámetros de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA).

**Se clasifican en:**

**Balance General:** Es el término utilizado en el área de la contabilidad, Auditoría y contabilidad financiera.

Denominado también Estado de situación financiera. Se trata de un documento que muestra el Valor y la naturaleza de los Recursos económicos de una Empresa, así como los intereses conexos de los acreedores y la participación de los dueños en una fecha determinada.

Es el Estado básico demostrativo de la situación financiera de una Empresa, a una fecha determinada, preparado de acuerdo con los principios básicos de contabilidad gubernamental que incluye el Activo, el Pasivo y el Capital Contable.

**Estado de Resultados:** Es un documento contable complementario donde se informa detallada y ordenadamente el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado.

Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General.

El estado de resultados está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea las cuentas de ingresos, gastos y costos. Los valores deben corresponder exactamente a los valores que aparecen en el libro mayor y sus auxiliares, o a los valores que aparecen en la sección de ganancias y pérdidas de la hoja de trabajo.

En estos dos Estados Financieros se recogen los movimientos económicos y financieros de la Empresa. Por lo general son elaborados, al final del periodo de operaciones y permiten evaluar la capacidad de una Empresa para generar flujos favorables basándose en los datos contables derivados de los hechos económicos.

#### **2.4.2.2.4. Rentabilidad**

##### **Definiciones**

Según, **Franquet Antoine (1997)**, manifiesta que la **Rentabilidad** es como un objetivo económico a corto plazo que las empresas deben alcanzar, relacionado con la obtención de un beneficio necesario para el buen desarrollo de la empresa.

Según, **La Enciclopedia de la Empresa Moderna de Antoine Franquet (1973)** define que la **Rentabilidad** es el grado de capacidad para generar una renta o utilidad que a favor de la empresa en función de los capitales propios y ajenos invertidos o de la productividad obtenida.

Según, **Sistema Financiero de Luis Alberto Chiriboga Rosales (2007; Pág. 102,103)** detalla que la **Rentabilidad** es la proporción que mide los resultados obtenidos por una entidad en un período económico en relación con sus recursos patrimoniales o con sus activos, ésta se divide en financiera y económica.

La rentabilidad de cualquier capital viene expresada de la siguiente forma:

Intereses generados

-----  
Capital invertido

Que a nivel de una empresa sería:

Beneficio generado en el periodo

-----  
Capital invertido

Sin embargo, en una empresa teniendo en cuenta la doble perspectiva de su estructura económica financiera –activo y pasivo-, cuando hablamos de capital invertido podemos considerar que el mismo es el activo –capital en funcionamiento- o bien, que el capital invertido es el importe de los fondos propios. En el primer caso estamos ante la rentabilidad económica o del activo y en el segundo ante la rentabilidad financiera o de los fondos propios.

### **Rentabilidad financiera o de los fondos propios (ROE)**

La rentabilidad financiera, de los fondos propios o ROE –Returnonequity- se define a través de la siguiente expresión:

Beneficio después de impuestos

-----  
Fondos propios, promedio

Recordemos que el beneficio después de impuestos es el resultado del ejercicio que figura en las cuentas anuales como Pérdidas y Ganancias.

El ROE trata de medir la rentabilidad que obtienen los dueños de la empresa, es decir, la rentabilidad del capital que han invertido directamente –capital social- y de las reservas, que en definitiva son beneficios retenidos y que por tanto corresponden a los propietarios.

Como en caso del ROI, si ha existido durante el ejercicio variación de los fondos propios de una manera significativa deberíamos tomar datos medios siempre que se pueda acceder a los mismos, ya que si nuestra posición es la de un analista externo, como es lógico, será más difícil la obtención de los datos intermedios.

También es necesario mencionar, que en este análisis a veces se incluyen como fondos propios una parte del resultado del ejercicio considerando que su generación se produce de una forma regular a lo largo del ejercicio. Este tipo de cuestiones, le dan al análisis pequeñas diferencias de matiz que carecen de importancia, ya lo que verdaderamente relevante es que exista una uniformidad de criterio en la metodología de trabajo utilizada y, que si se comparan diferentes empresas o sectores usados sean de un patrón similar.

### **La Rentabilidad Financiera**

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios. La rentabilidad puede verse como una medida, de cómo una compañía invierte fondos para generar ingresos. Se suele expresar como porcentaje.

$$RF = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

### **Los Indicadores de Rentabilidad**

Según, **Guajardo, 2002** expresa que los indicadores referentes a rentabilidad, tratan de evaluar la cantidad de utilidades obtenidas con respecto a la inversión que las originó, ya sea considerando en su cálculo el activo total o el capital contable.

### **Factores que influyen en la Rentabilidad**

#### **- Productividad**

La productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento.

#### **- Participación de Mercado**

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

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

1. Determinar la participación de mercado de la empresa y sus marcas, partiendo de las cifras de venta o volúmenes vendidos.



2. Monitorear el crecimiento de la empresa o sus marcas a lo largo del tiempo.

- **Calidad De Producto/Servicio.**

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

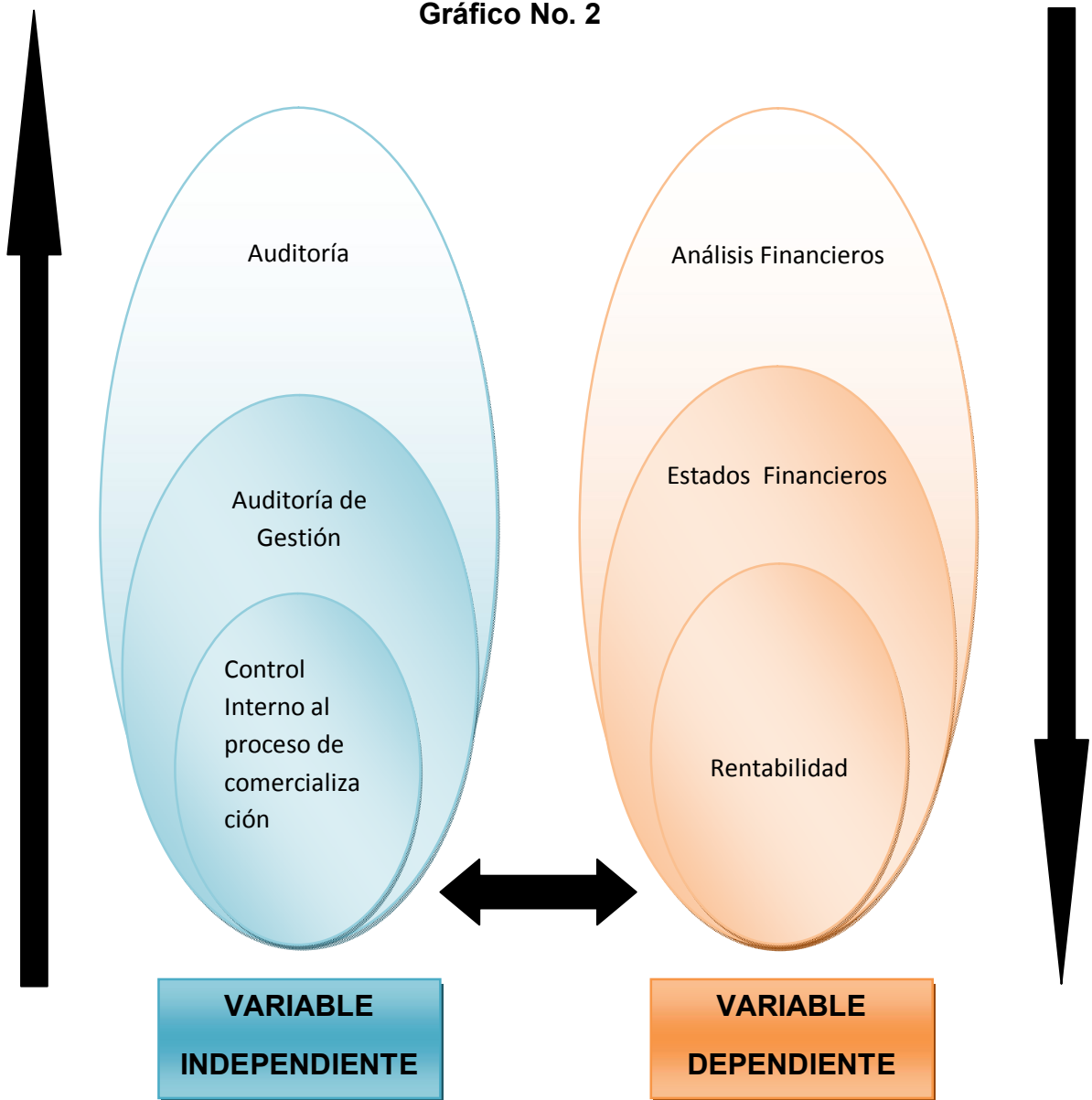
**Criterio**

La Rentabilidad es uno de los objetivos trazados por los herederos de la Estación de Servicio Albán Valle es por eso que el Administrador ha decidido poner cartas en el asunto para conocer el rendimiento después de realizar el sistema de control interno en la estación de servicio en el determinado período de tiempo.

## 2.4.2. Categorización

### 2.4.2.1. Súper-ordinación de variables

Gráfico No. 2

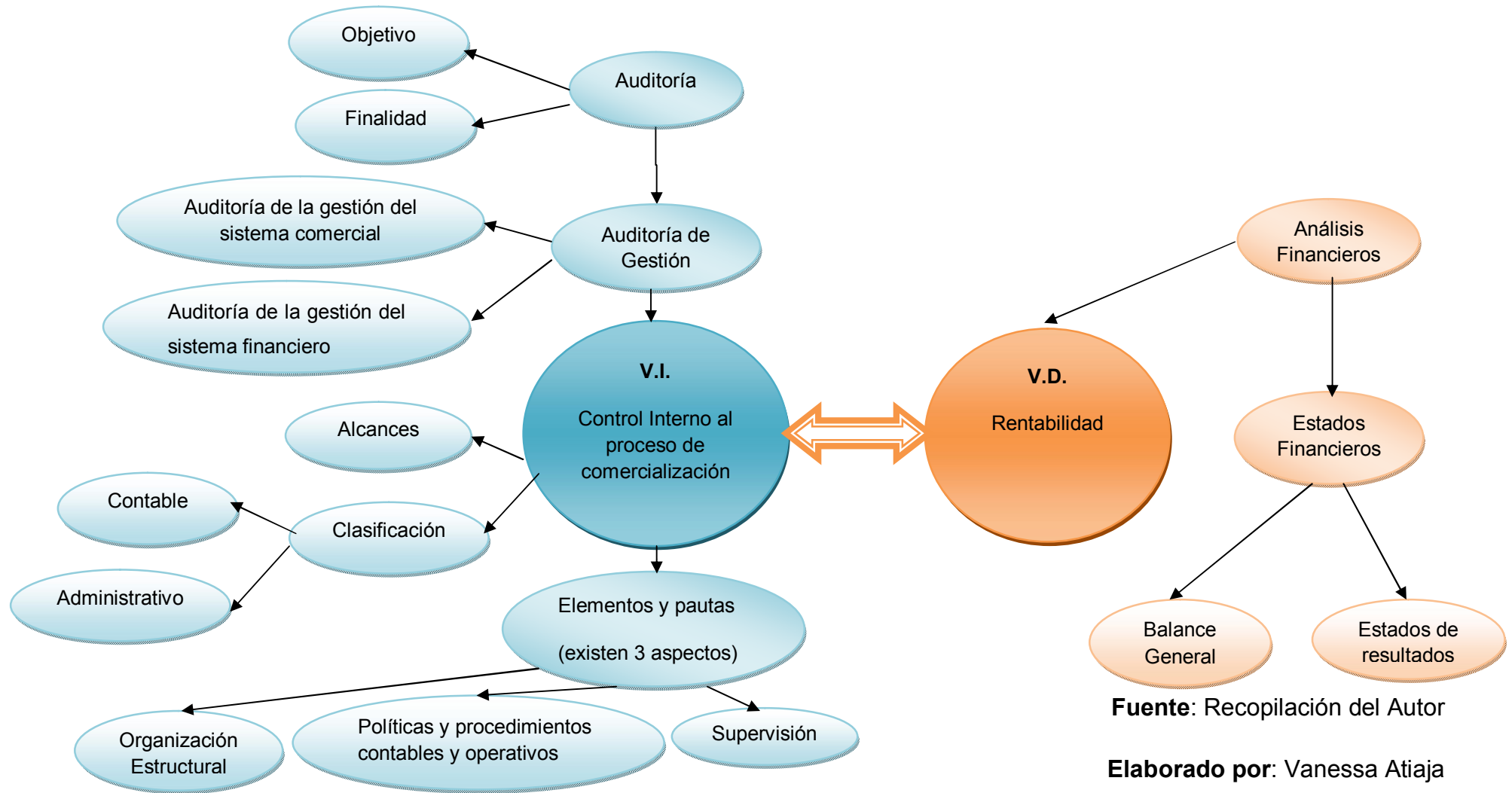


Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

2.4.1.2. Sub - Ordinación conceptual

Gráfico No. 3



Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

## **2.5. HIPÓTESIS**

La inexistencia de Control Interno al proceso de comercialización incide en la Rentabilidad de la Estación de Servicio Albán Valle de la ciudad de Baños en el año 2010.

## **2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES**

**Variable independiente:** Control Interno al proceso de comercialización

**Variable dependiente:** Rentabilidad

**Unidad de observación:** Estación de Servicios Albán Valle de la ciudad de Baños de Agua Santa.

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación por su naturaleza es de carácter cuantitativa, es decir a través del estudio de campo se procede a recoger los datos, los mismos que se analizan para obtener un resultado.

Según, **Hurtado y Toro (2008)**, dicen que la investigación cuantitativa tiene una concepción lineal, es decir que haya claridad entre los elementos que conforman el problema, los fundamentos de la metodología cuantitativa podemos encontrarlos en el positivismo.

Según, **Hernández Sampieri Roberto (2006)**, el enfoque cuantitativo tiene las siguientes características:

- El Investigador plantea un problema de estudio delimitado y concreto.
- Las hipótesis se genera antes de recolectar y analizar los datos.
- En el proceso se busca el máximo control para lograr que otras aplicaciones posibles distintas a la propuesta del estudio (hipótesis) sean desechadas y se excluyan la incertidumbre y minimice el error.
- La investigación cuantitativa debe ser lo más objetiva posible.
- 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 BASICA DE LA INVESTIGACION**

### **3.2.1. De campo**

Según, **Zorrilla (1993:43)**, manifiesta que :La de campo o investigación directa es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio.

Es decir, la investigación es de campo porque se realiza en el mismo lugar donde suceden los acontecimientos, y por su naturaleza sirve para analizar la problemática y el planteamiento de la propuesta alternativa de solución.

Lo que permite al investigador obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. (Investigación pura), para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada).

### **3.2.2. Bibliográfica – documental**

Según, **Alba Lucía Marín Villada** expresa que: es la que se realiza, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie tales como, las obtenidas a través de fuentes bibliográficas, hemerográficas o archivísticas; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos, y la tercera en documentos que se encuentran en archivos como cartas oficios, circulares, expedientes, etcétera.

Es importante la investigación documental ya que permite conocer y practicar sus principios y procedimientos desarrollando habilidades, destrezas y actitudes que se requieren para construir datos, información y conocimiento, con el propósito de obtener resultados para el desarrollo de la propuesta.

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

#### **3.3.1. Descriptiva**

Según, **Francois Cobelbert, Manuel Cuadrado, Jacques Natel (2003:pag. 234)**, explica que: las investigaciones descriptivas persiguen alcanzar los objetivos que se han delimitado tras definir la finalidad de la investigación. Unos objetivos que deben alcanzarse con el menor coste y margen de error y de la manera más rápida posible.

El equipo de trabajo o el investigador buscará establecer los hechos tal como ocurren con el objeto de generar datos de primera mano para realizar después un análisis general y presentar un panorama del problema susceptible de comprobación.

#### **3.3.2. Asociación de variables**

**Según, Roberto Hernández (2004: Internet)**, indica que: básicamente mide dos o más variables, estableciendo su grado de correlación, pero sin pretender dar una explicación completa (de causa y efecto) al fenómeno investigado, sólo investiga grados de correlación, dimensiona las variables. La utilidad y el propósito principal es saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas.

#### **3.3.3. Explicativa**

Según, **Hernández, et al., (2003, p.124)**, pretende establecer las causas de los eventos, sucesos o fenómenos que se estudian.

Con la utilización de esta investigación, se tratará de responder las causas de los eventos físicos o sociales del objeto que se investiga.

### **3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.4.1. Población**

Según, **Arnau, referido por Hurtado (2000)**, la población se define “como el conjunto de elementos, seres o eventos concordantes entre sí en cuanto a una serie de características, de la cuales se desea obtener alguna información”.

Según, **Hurtado (2000)**, afirma que es “el conjunto de seres en las cuales se va a estudiar variable o evento, y que además comparten, como características comunes, los criterios de inclusión”.

La población a investigar en la Estación de Servicios Albán Valle de Baños de Agua Santa, está conformada por los herederos y el personal que labora en la misma, los cuales servirán como fuente de información para la resolución del presente problema. Se debe indicar que el número de integrantes de la Estación de Servicio asciende a 12 personas.



**TABLA No. 1**

**NOMINA DE INTEGRANTES**

<b>N°</b>	<b>Nombre y Apellido</b>	<b>Cargo</b>
1	Margarita Albán Valle	Directivo
2	Jorge Albán Valle	Directivo
3	Marcelo Albán Valle	Directivo
4	Emilio Albán Valle	Directivo
5	Sandra Albán Valle	Directivo
6	Maribel Albán Valle	Directivo
7	Christian Albán Valle	Administrador
8	Darío Lizano	Contador
9	José Miranda	Despachador
10	Darwin Chinchuña	Despachador
11	Daniel Azqui	Despachador
12	Carlos Pérez	Despachador

**Fuente:** Recopilación del Autor

**Elaborado por:** Vanessa Atiaja

### 3.4.2. Muestra

Según, **Sabino (1992; pág.302)**, la define como la “parte del todo que llamamos universo y que sirve para representarlo”. Tiene diferentes definiciones según el tipo de estudio que se esté realizando. Para los estudios cuantitativos, no es más que un “subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población”.

En la presente investigación, se toma en cuenta que la población es finita y para el cálculo de la muestra en proporción contamos con siguientes datos:

#### - **Simbología**

Z = Nivel de confiabilidad

p = probabilidad de ocurrencia

q = probabilidad de no ocurrencia

N = Población

E = Error de muestreo

n = muestra?

#### - **Datos**

N = 46

Z = 95% → 1.65

p = 0.5

$$q = 1 - p \rightarrow 0.5$$

$$E = 5\% \rightarrow 0.05$$

- **Formula**

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

**Reemplazos**

$$n = \frac{(46)(0.5)(0.5)(1.65)^2}{(46-1)(0.05)^2 + (1.65)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{31.30875}{0.793125}$$

$$n = 39.47$$

**n = 40 personas**

Debido al número de personas que pueden ser encuestadas en la Estación de Servicio Albán Valle y a la disposición de las mismas, se determina la Muestra Probabilística Aleatoria Simple mediante la cual todos los elementos de la población tienen probabilidad de ser seleccionada. Como se detalla en la Tabla 2 Determinación de la Muestra.

**Tabla No. 2.**

**DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA**

<b>MUESTRA</b>	
Administrador	1
Contadora	1
Despachadores	2
Clientes	36
<b>Total</b>	<b>40</b>

**Fuente:** Recopilación del Autor

**Elaborado por:** Vanessa Atiaja

### 3.5. OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

#### 3.5.1. Variable independiente: Control Interno al proceso de comercialización

**Tabla No. 3**

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ÍTEMS BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p><b>Control Interno al proceso de comercialización:</b></p> <p>El control interno es un conjunto de procedimientos, políticas, directrices supervisión y planes de organización los cuales tienen por objeto asegurar una eficiencia, seguridad y orden en la gestión financiera, contable, administrativa y operativa de la empresa.</p>	Organización	Organigrama Estructural y Funcional	<p>¿Considera Ud. que es necesaria una estructura orgánica en la Estación de Servicio “Albán Valle”?</p> <p>¿Cree Ud. que la Estación de Servicio debe mejorar el proceso de comercialización de combustibles?</p>	Encuesta a los clientes (Anexo No. 5)
	Políticas y procedimientos	Cumplimiento de Políticas y Procedimientos	<p>¿Considera Ud. que las políticas de comercialización de combustibles están bien establecidas?</p> <p>¿Cree Ud. que se debería implementar nuevos surtidores de combustibles con su respectivo sistema automático para la impresión de facturas?</p>	Encuesta a los clientes (Anexo No. 5)
	Supervisión	Control de las Funciones del Personal	<p>¿Cree Ud. necesario pavimentar el piso y cambiar de sitio el dispensador de agua y de aire para su respectivo uso?</p> <p>¿Cree Ud. que se debería capacitar al despachador de combustible en atención y servicio al cliente?</p>	Encuesta a los clientes (Anexo No. 5)

**3.5.2. Variable dependiente: Rentabilidad**

**Tabla No. 4**

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
<p><b>Rentabilidad</b></p> <p>Es la proporción que mide los resultados obtenidos por una entidad en un período económico en relación con sus recursos patrimoniales o con sus activos, ésta se divide en financiera y económica</p>	Financieras	Análisis Financieros	<p>¿Considera Ud. que un adecuado sistema de control interno en el proceso de comercialización de combustibles incide en la rentabilidad de la Estación de Servicios “Albán Valle”?</p> <p>¿Cree Ud. que ha existido una rentabilidad económica negativa?</p> <p>¿Considera Ud. que es adecuado el margen de rentabilidad que genera la Estación de Servicio “Albán Valle”?</p>	Encuesta al personal administrativo (Anexo No. 6)
	Económicas	Estados Financieros	<p>¿Considera Ud. que el nivel de ventas que se efectúa responde a las obligaciones de la Estación de Servicios?</p> <p>¿Se revisa permanentemente la liquidez de la empresa antes de tomar decisiones financieras?</p> <p>¿Cree Ud. que la Rentabilidad generada cubre las expectativas de los herederos?</p>	Encuesta al personal administrativo (Anexo No. 6)

### 3.6. PLAN DE RECOLECCION DE INFORMACION

Según, **Tevni Grajales G (2000)**, depende en gran medida del tipo de investigación y el problema que se estudia. Esta fase del trabajo incluye: seleccionar un instrumento de medición válido y confiable, aplicar el instrumento y codificar los datos.

Este plan contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque escogido, considerando los siguientes elementos:

- **Definición de los sujetos:** personas u objetos que van a ser investigados. Las personas a ser investigadas son los clientes internos y externos de la Estación de Servicio Albán Valle de Baños de Agua Santa.
- **Selección de las técnicas a emplear en el proceso de recolección de información.** Teniendo en cuenta los datos obtenidos de las tablas de la operacionalización de variables se ha concluido utilizar la siguiente técnica para cumplir con la recolección de la información:
- **Encuesta:** La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se le realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

**Instrumentos seleccionados o diseñados de acuerdo con la técnica escogida para la investigación.**

Considerando la información de las tablas de la operacionalización de variables se ha decidido utilizar la técnica de la Encuesta, tanto para el personal Administrativo como para los clientes de la Estación de Servicios

con el fin de recopilar información útil para el desarrollo de la investigación:

- **Cuestionario:** Es un método en el cual se presenta al informante un formato estandarizado de preguntas con espacio para reportar sus respuestas. Permite recoger información clara y precisa. (Ver Anexo 4)
  
- **Selección de recursos de apoyo (equipos de trabajo).** El Administrador, el contador y los despachadores están dispuestos a brindarme toda información requerida para la realización del proyecto de investigación.
  
- Explicitación de procedimientos para la recolección de información, cómo se va a aplicar los instrumentos, condiciones de tiempo y espacio, etc.

**Tabla No. 5**  
**Procedimiento de recolección de información**

<b>TÉCNICA</b>	<b>PROCEDIMIENTOS</b>
<b>Encuesta</b>	<p>El método a utilizar será el inductivo.</p> <p>23 de julio de 2011</p> <p>Estación de Servicio Albán Valle de Baños de Agua Santa.</p>

**Fuente:** Recopilación del Autor

**Elaborado por:** Vanessa Atiaja



## **Método inductivo**

Según, **Página de internet. (2010)** el método inductivo es un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de indicios particulares. Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos; el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación.

Una forma de llevar a cabo el método inductivo es proponer, a partir de la observación repetida de objetos o acontecimientos de la misma naturaleza, una conclusión para todos los objetos o eventos de dicha naturaleza.

### **3.7. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

Este es el instante más importante ya que supone una interpretación de los datos relevados. Se recogerá la información que sea necesaria para dar solución al problema planteado, empleando todas las técnicas mencionadas.

- **Revisión crítica de la información recogida;** es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- **Repetición de la recolección,** en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.

- **Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis:** manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

**Tabla No. 6**

**Matriz para la tabulación de respuestas**

<b>OPCIONES</b>	<b>RESULTADO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>TOTAL</b>		

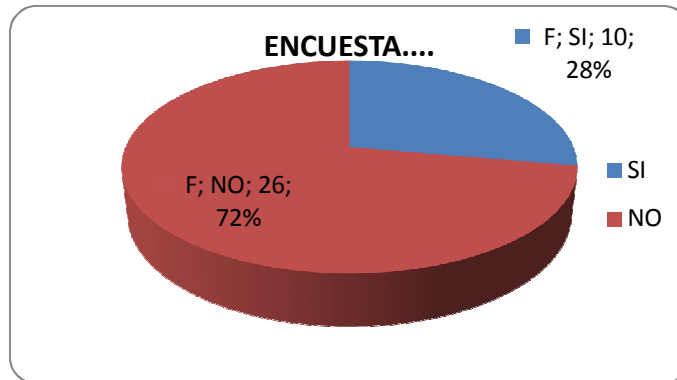
**Fuente:** Recopilación del Autor

**Elaborado por:** Vanessa Atiaja

Para el desarrollo de la presente investigación utilizaremos la tabla No. 6. Matriz para la tabulación de respuestas, que nos permitirá tabular de una manera efectiva donde la primera columna será las opciones de las preguntas, la segunda columna irá el número de personas que se han inclinado por una de las opciones y al final tenemos el total en porcentaje.

- **Representaciones gráficas.**

Los resultados serán representados en los gráficos de pastel, ya que es una forma práctica y sencilla de exponer la información y comparar valores.



**Fuente:** Recopilación del Autor

**Elaborado por:** Vanessa Atiaja

**Representación de las preguntas en porcentajes**

Los gráficos de pastel muestran el tamaño de los elementos de una serie de datos en proporción a la suma de los elementos.

Los puntos de datos de un gráfico de pastel se muestran como porcentajes del total del gráfico de pastel.

El gráfico de pastel es útil cuando se desea destacar un elemento significativo, permitiendo visualizar y dar una interpretación adecuada y efectiva a la investigación.

## CAPÍTULO IV

### 4.1 / 4.2 ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

A continuación se presenta los resultados obtenidos de la técnica que se utilizó para la recolección de datos que fue la encuesta tanto para el personal Administrativo y para los Clientes de la Estación de Servicio “Albán Valle” con el objeto de identificar los puntos críticos del proceso de comercialización de combustibles y de esta manera comprobar la hipótesis planteada (Anexo No. 4)

Para la tabulación, orden y para procesar los datos obtenidos se utilizó una hoja de cálculo en Excel.

Se determinó pregunta por pregunta la tabulación y ponderación de cada resultado que me ayudó para el respectivo análisis y luego se trabajó los resultados en un gráfico estadístico de tipo pastel que nos ayudó a la interpretación en cada pregunta.

Para su expresión también se demuestra gráficamente la zona de rechazo del Chi cuadrado mediante la curva de Gantt.

## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA

### Pregunta # 01

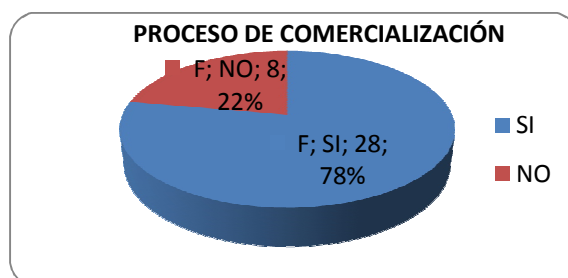
1.- ¿Cree Ud. que la Estación de Servicio debe mejorar el proceso de comercialización de combustibles? (variable independiente)

TABLA No 7			
#	OPCIONES	F	f%
1.1	SI	28	77,78
1.2	NO	8	22,22
	<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

### GRÁFICO N°4



Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

**Interpretación:** Con la información obtenida de las encuestas se determinó que el 77,78% de las personas encuestadas, afirman que se debe mejorar el Proceso de Comercialización de combustibles, mientras que el 22,22% considera que no.

**Análisis:** Los clientes de la Estación de Servicio “Albán Valle” manifiestan que la el proceso de comercialización actual, no cubre las expectativas y deseos.

## Pregunta # 02

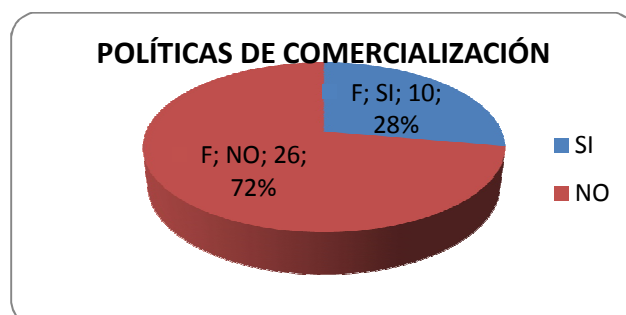
2.- ¿Considera Ud. que las políticas de comercialización de combustibles están bien establecidas?

TABLA No 8			
#	OPCIONES	F	f%
2.1	SI	10	27,78
2.2	NO	26	72,22
	<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

## GRÁFICO N°5



Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

**Interpretación:** Con la información obtenida de las encuestas se determinó que el 27,78% de los clientes consideran que las políticas de comercialización de combustibles si están bien establecidas, mientras que el 72,22% revelan que no están bien establecidas.

**Análisis:** Los clientes manifestaron que las políticas de comercialización de combustibles de la Estación den Servicio “Albán Valle”, no están bien establecidas.

### Pregunta # 03

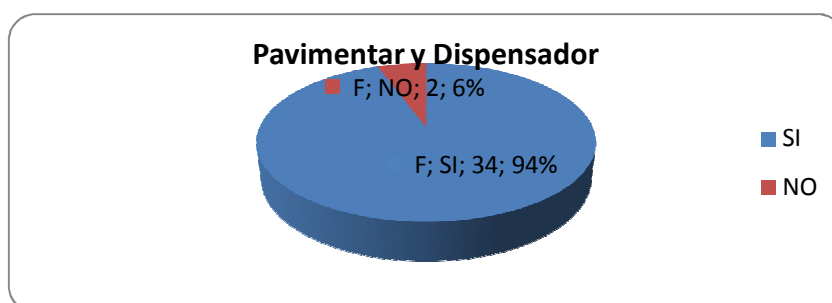
3.- ¿Cree Ud. necesario pavimentar el piso y cambiar de sitio el dispensador de agua y de aire para su respectivo uso? (*variable dependiente*)

TABLA No 9			
#	OPCIONES	F	f%
2.1	SI	34	94,44
2.2	NO	2	5,56
	<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

### GRÁFICO N°6



Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

**Interpretación:** De las 36 personas encuestado el 94,44% expresa que se debería pavimentar el piso y cambiar de lugar el dispensador de agua y de aire para su respectivo uso, mientras que el 5,56% considera que no.

**Análisis:** Actualmente el pavimento está deteriorado y el dispensador de agua y aire no se encuentra, es por eso que es necesario realizar la gestión pertinente para brindar al cliente su respectivo uso.

#### Pregunta # 04

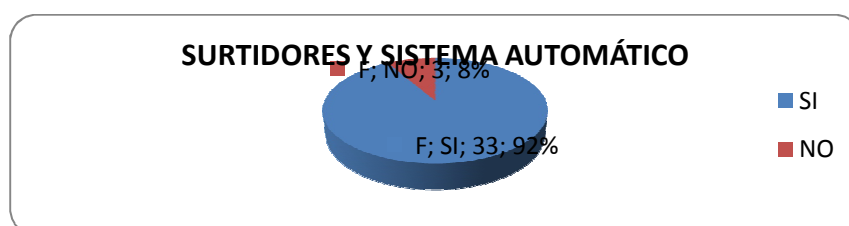
4.- ¿Cree Ud. que se debería implementar nuevos surtidores de combustibles con su respectivo sistema automático para la impresión de facturas?

TABLA No 10			
#	OPCIONES	F	f%
4.1	SI	33	91,67
4.2	NO	3	8,33
	<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

#### GRÁFICO N°7



Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

**Interpretación:** El 91,67% de los clientes encuestados, expresan que si se debe implementar nuevos surtidores de combustibles con su respectivo sistema automático para la impresión de facturas, mientras que el 22, 22 % señala que no es necesario.

**Análisis:** Sería ideal adquirir nueva tecnología, para que el personal que labora en la estación desempeñe magníficamente sus funciones, brindando así un servicio de calidad al cliente, esto ayudará a que la Estación mejore el proceso de comercialización de combustible.



### Pregunta # 05

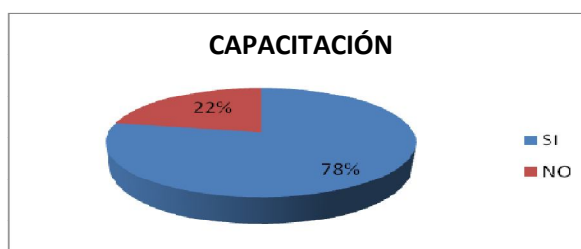
5.- ¿Cree Ud. que se debería capacitar al despachador de combustible en atención y servicio al cliente?

TABLA No 11			
#	OPCIONES	F	f%
5.1	SI	28	77,78
5.2	NO	8	22,22
	<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

### GRÁFICO N°8



Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

**Interpretación:** Con la información obtenida de las encuestas se determinó que el 77.78% de las personas encuestadas, expresa que si es necesario capacitar al despachador de combustible en atención y servicio al cliente, mientras que un 22.22% opinan que no es necesario.

**Análisis:** Se establece con claridad que el principal factor o la base de sus operaciones está en el personal de despacho ya que son ellos los que brindan y mantienen el contacto directo con los clientes, es por eso que es necesaria la capacitación.

## Pregunta # 06

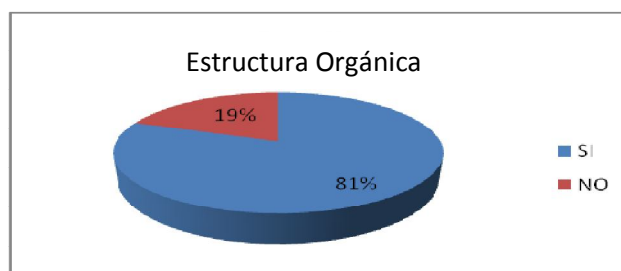
6.- ¿Considera Ud. que es necesaria una estructura orgánica en la Estación de Servicio “Albán Valle”?

TABLA No 12			
#	OPCIONES	F	f%
6.1	SI	29	80,56
6.2	NO	7	19,44
	<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

## GRÁFICO N°9



Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

**Interpretación:** Con la información obtenida de las encuestas se determinó que el 80.56% de las personas encuestadas, consideran que si es necesaria una estructura orgánica, mientras que el 19,44%.manifiestan que no.

**Análisis:** La Estación debe contar con una estructura orgánica en la cual se encuentren funciones y responsabilidades bien definidas de cada uno de los integrantes para el mejor funcionamiento empresarial y para que el cliente sepa a quién acudir en cualquier circunstancia existente.

## ENCUESTA DIRIGIDA A PERSONAL ADMINISTRATIVO Y VENTAS

### Pregunta # 01

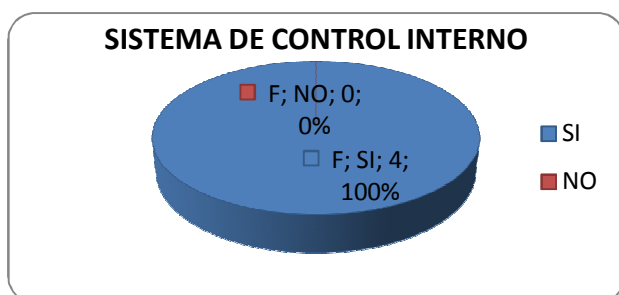
1.- ¿Considera Ud. que un adecuado sistema de control interno en el proceso de comercialización de combustibles incide en la rentabilidad de la Estación de Servicios “Albán Valle? (*variable independiente*)

TABLA No 13			
#	OPCIONES	F	f%
1.1	SI	4	100
1.2	NO	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

### GRÁFICO N°10



Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

**Interpretación:** El 100% del personal encuestado, afirman que el margen de rentabilidad que genera la estación de servicio es adecuada.

**Análisis:** El personal administrativo manifestó que el margen de rentabilidad es adecuada pero que busca incrementar las ventas por ende obtener mayor rentabilidad y así poder cubrir las expectativas empresariales.

## Pregunta # 02

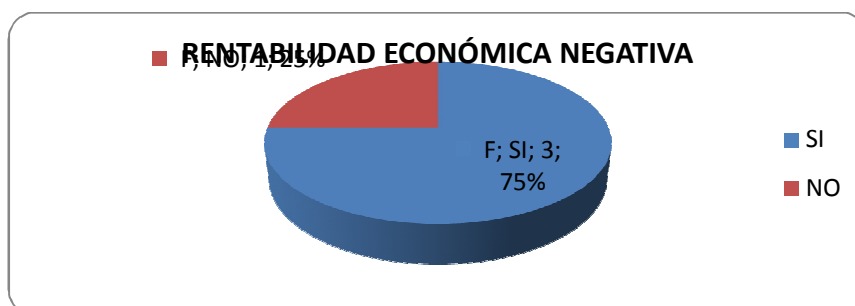
2.- ¿Cree Ud. que ha existido una rentabilidad económica negativa?

TABLA No 14			
#	OPCIONES	F	f%
2.1	SI	3	75
2.2	NO	1	25
	<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

## GRÁFICO N°11



Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

**Interpretación:** Con la información obtenida de las encuestas se determinó que el 75% del personas encuestado creen que si ha existido una rentabilidad económica negativa, mientras que el 25% señalan que no.

**Análisis:** El Personal Administrativo supo manifestar que si existió una rentabilidad económica negativa y que no cubrieron con los requerimientos de los herederos.

### Pregunta # 03

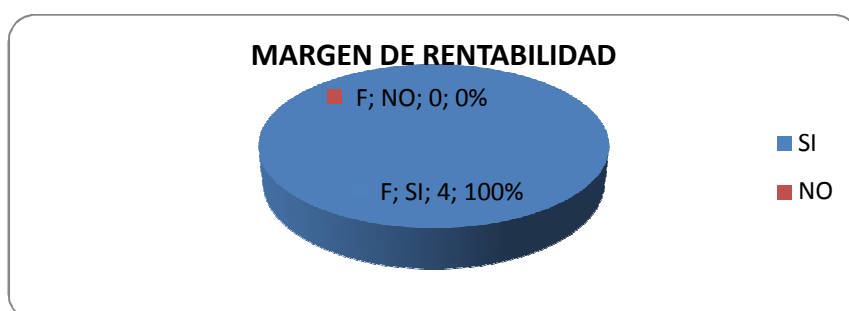
3.- ¿Considera Ud. que es adecuado el margen de rentabilidad que genera la Estación de Servicio “Albán Valle”?

TABLA No 15			
#	OPCIONES	F	f%
3.1	SI	4	100
3.2	NO	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

### GRÁFICO N°12



Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

**Interpretación:** El 100 % del personal encuestado afirma que el margen de rentabilidad que genera la estación de servicio es adecuado.

**Análisis:** El Personal Administrativo manifestó que el margen de rentabilidad es adecuado pero que buscan incrementar las ventas por ende obtener mayor rentabilidad y así poder cubrir las expectativas empresariales.

#### Pregunta # 04

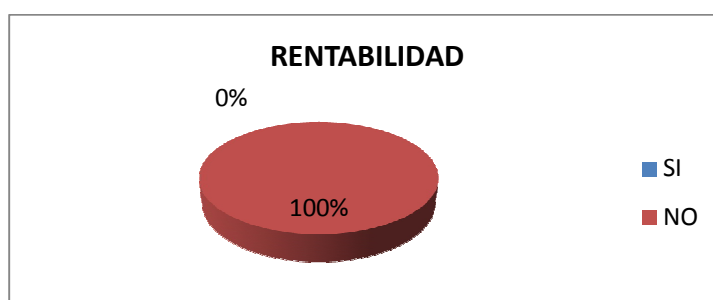
4.- ¿Cree Ud. que la Rentabilidad generada cubre las expectativas de los herederos ?(variable dependiente)

TABLA No 16			
#	OPCIONES	F	f%
4.1	SI	0	0
4.2	NO	4	100
	<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

#### GRÁFICO N°13



Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

**Interpretación:** El 100 % del Personal Administrativo afirma que la rentabilidad generada no cubre las expectativas de los herederos.

**Análisis** El Administrador manifiesta que la rentabilidad que genera la Estación no cubre las expectativas de los herederos es por eso que pone cartas en el asunto para tomar medidas correctivas que incrementen la rentabilidad.

### Pregunta # 05

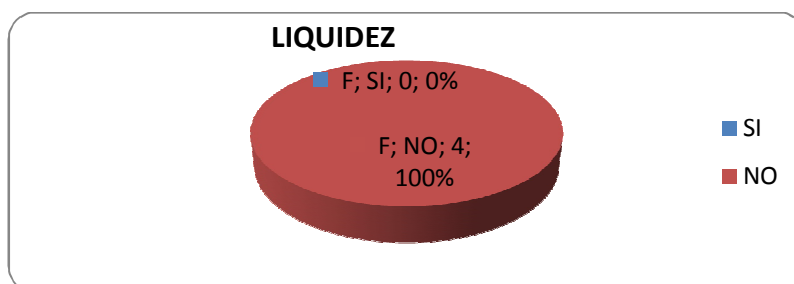
5.- ¿Se revisa permanentemente la liquidez de la empresa antes de tomar decisiones?

TABLA No 17			
#	OPCIONES	F	f%
5.1	SI	0	0
5.2	NO	4	100
	<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

### GRÁFICO N°14



Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

**Interpretación:** Con la información obtenida de las encuestas se determinó que el 100% de las personas encuestadas señalan, que no se revisa permanentemente la liquidez de la empresa antes de tomar decisiones financieras.

**Análisis:** El personal Administrativo expresa que no revisan la liquidez de la Estación y que toman decisiones financieras sin medirse.

### Pregunta # 06

6.- ¿Considera Ud. que el nivel de ventas que se efectúa responde a las obligaciones de la Estación de Servicios?

TABLA No 18			
#	OPCIONES	F	f%
5.1	SI	4	0
5.2	NO	0	100
	<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja



Fuente: Recopilación del Autor

Elaborado por: Vanessa Atiaja

**Interpretación:** Con la información obtenida de las encuestas se determinó que el 100% del Personal Administrativo señala que el nivel de ventas que se efectúa si responde a las obligaciones de la Estación de Servicios.

**Análisis:** El Personal Administrativo supo manifestar que el nivel de ventas que se efectúa en la Estación de Servicio “Albán Valle”, si responde a las obligaciones que tiene que cubrir como empresa.



### **4.3. Verificación de la hipótesis**

De los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas al personal de la Estación de Servicio "Albán Valle"; se considera como referencia las preguntas y respuestas número 1 de la encuesta realizada a los clientes y 4 de la encuesta realizada al personal, para proceder a realizar la verificación de la hipótesis y comprobar si es necesario reestructurar el proceso de comercialización de combustibles.

#### **4.3.1. Planteamiento de la Hipótesis**

##### **4.3.1.1. Modelo Lógico**

**Ho:** La aplicación de un Sistema de Control Interno al proceso de comercialización de combustibles no incrementará la rentabilidad en la Estación de Servicio "Albán Valle".

**Ha:** La aplicación de un Sistema de Control Interno al proceso de comercialización de combustibles incrementará la rentabilidad en la Estación de Servicio "Albán Valle".

##### **4.3.1.2. Modelo Matemático**

**Ho:**  $O = E$

**Ha:**  $O \neq E$

### **4.3.2. Nivel de significancia y grados de libertad**

El nivel de significancia con el que se trabajó es de 0,05.

El grado de libertad es igual a la multiplicación del número de las filas menos uno por el número de las columnas menos uno así:

Simbología:

gl = Grados de libertad

nf = Número de filas de la tabla

mc = Número de columnas de la tabla

$\alpha$  = Nivel de significancia

$x^2_{\alpha}$  = CHI crítico

Cálculo:

$$gl = (nf-1)(mc-1)$$

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

$$gl = (1)(1)$$

$$gl = 1$$

$$x^2_{\alpha} = \textit{critico} = 3,8$$

### 4.3.3 Estadístico de prueba

$$x^2_c = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

$$fe = \frac{(TF)(TC)}{TM}$$

Simbología:

$\Sigma$  = Sumatoria

O = Datos observados

E = Datos esperados

TC = Total de las columnas

TF = Total de las filas

TM = Total de la muestra

**1.- ¿Cree Ud. que la estación de servicio debe mejorar el proceso de comercialización de combustible? (variable independiente)**

<b>TABLA No 19</b>			
<b>#</b>	<b>OPCIONES</b>	<b>F</b>	<b>f%</b>
1.1	SI	28	77,78
1.2	NO	8	22,22
	<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Recopilación del Autor

**Elaborado por:** Vanessa Atiaja

**4.- ¿Cree Ud. que la Rentabilidad generadacubre las expectativas de los herederos? (variable dependiente)**

<b>TABLA No 20</b>			
<b>#</b>	<b>OPCIONES</b>	<b>F</b>	<b>f%</b>
4.1	SI	0	0
4.2	NO	4	100
	<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Recopilación del Autor

**Elaborado por:** Vanessa Atiaja

TABLA No.21

FRECUENCIAS OBSERVADAS

VARIABLE	SI	NO	TOTAL
<b>Pregunta 1.</b> <i>¿Cree Ud. que la estación de servicio debe mejorar el proceso de comercialización de combustible?</i>	28	8	36
<b>Pregunta 4.</b> <i>Cree Ud. que la Rentabilidad generada cubre las expectativas de los herederos?</i>	0	4	4
<b>TOTAL</b>	28	12	40

**Fuente:** Recopilación del Autor

**Elaborado por:** Vanessa Atiaja

TABLA No.22

FRECUENCIAS ESPERADAS

VARIABLE	SI	NO	TOTAL
<b>Pregunta 1.</b> <i>¿Cree Ud. que la estación de servicio debe mejorar el proceso de comercialización de combustible?</i>	25,20	10,80	36,00
<b>Pregunta 4.</b> <i>Cree Ud. que la Rentabilidad generada cubre las expectativas de los herederos?</i>	2,80	1,20	4,00
<b>TOTAL</b>	28	12	40

**Fuente:** Recopilación del Auto

**Elaborado por:** Vanessa Atiaja

TABLA No.23

TABLA DE CONTINGENCIA				
-----------------------	--	--	--	--

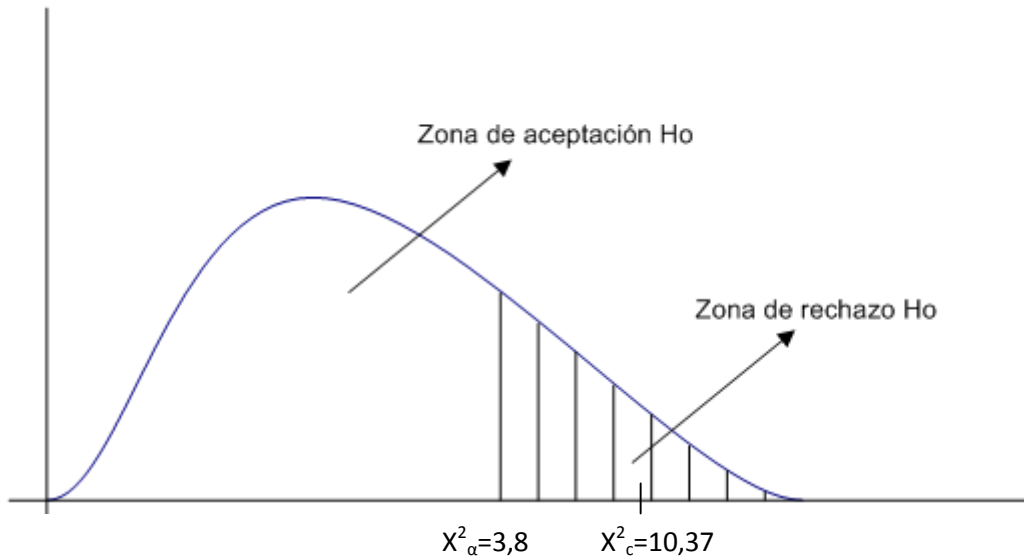
O	E	(O-E)	(O-E) <sup>2</sup>	(O-E) <sup>2</sup> /E
28	25,20	2,80	7,84	0,311
0	2,80	-2,80	7,84	2,800
8	10,80	-2,80	7,84	0,726
4	1,20	2,80	7,84	6,533
			X <sup>2</sup>	10,37

**Fuente:** Recopilación del Autor

**Elaborado por:** Vanessa Atiaja

## GRÁFICO No.16

### VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS



**Fuente:** Recopilación del Autor

**Elaborado por:** Vanessa Atiaja

#### 4.3.4. Regla de decisión

Condición:  $X^2_c \geq X^2_{\alpha} \Rightarrow$  Se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_a$

$10,37 \geq 3,8 \Rightarrow$  Cumple con la condición

#### 4.3.5. Conclusión

Como  $X^2_c = 10,37$  es mayor  $X^2_{\alpha} = 3,8$ , por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación que dice: el Control Interno al proceso de comercialización de combustibles incrementará la rentabilidad en la Estación de Servicio "Albán Valle".



## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. CONCLUSIONES**

Según el análisis realizado y sobre la base de los objetivos de la investigación se establecieron las siguientes conclusiones:

- De acuerdo a los resultados obtenidos dentro del estudio, se determina que el 77,78% de los encuestados afirman que la Estación de Servicio “Albán Valle” debe mejorar el proceso de comercialización de combustibles ya que hay deficiencia en la tecnología y en los servicios prestados que posee, éstos no cubren las necesidades y expectativas de los clientes y turistas que nos visitan.
- Existe inadecuada atención al cliente por parte de los despachadores, por cuanto no tienen claro cuál es la manera eficaz y eficiente de brindarle un servicio de calidad.
- Se puede mencionar además que el pavimento del piso está deteriorado y el dispensador de agua y aire no existe debido a que es derribado con frecuencia por vehículos de gran de tamaño y sólo se encuentra su base y es vidente el descuido por parte de los herederos, sabiendo que éstas cosas involucran directamente a la imagen empresarial y al servicio que presta al cliente y al turista que nos visita.

- Por otra parte la Estación no dispone de surtidores de combustibles actuales peor aún con un sistema automático para la emisión de facturas, lo que da lugar a emitir facturas manualmente y a posibles fraudes por parte de los despachadores.
- El no contar con un sistema de control interno al proceso de comercialización de combustibles, hace que la rentabilidad generada no cubra las expectativas de los herederos.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda realizar un estudio del proceso de comercialización de combustible, que permita mejorar y de esta manera poder cubrir las necesidades y expectativas de los clientes.
- Se debe tomar en cuenta la capacitación para los despachadores ya que es un factor fundamental en el desarrollo y superación empresarial, ya que un cliente valora un excelente servicio.
- Es recomendable que se pavimente el piso y que se cambie de sitio el dispensador de agua y aire para brindar un mejor servicio al cliente y al turista que nos visita.
- A través de un sistema automático para la emisión de facturas ayudará a que no exista fraudes por parte de los despachadores también agilizará el proceso de comercialización de combustible y

ayudará al Contador a que tenga un mejor control de las ventas diarias.

- Es necesario un sistema de control interno en el proceso de comercialización de combustible, con servicios eficientes y de calidad dirigidos al cliente para mejorar las ventas, por ende incrementar la rentabilidad, para poder cubrir las expectativas de los herederos.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1. Datos Informativos**

**TÍTULO:** “Diseño del Sistema de Control Interno al proceso de comercialización de combustible para brindar un servicio de calidad al cliente y mejorar el rendimiento empresarial para generar mayor Rentabilidad en la Estación de Servicio Albán Valle de Baños de Agua Santa”.

**INSTITUCIÓN EJECUTORA:** ESTACIÓN DE SERVICIO “ALBÁNVALLE”

**INVESTIGADORA:** Vanessa Alexandra Atiaja Díaz

**BENEFICIARIOS:**

Herederos de la Estación de Servicios “Albán Valle”

Empleados

Clientes

Petróleos y Servicios

Los habitantes del Pedacito de Cielo

Entidades con problemas similares

**UBICACIÓN:**

Provincia de Tungurahua

Cantón: Baños de Agua Santa

Dirección: Av. de las Amazonas

Intersección: Juan León Mera

Teléfono: 032 740045

### TIEMPO ESTIMADO PARA LA EJECUCIÓN:

La fecha de inicio es en Enero del 2011 y la fecha de finalización es en el mes de Julio del mismo año.

### EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE:

Administrador: Sr. Christian Estuardo Albán Valle

CI. 180296543-2

Profesor de Investigación: Ing. Silvia Villacís Torres.

Tutora: Mg. Ana Lucía Quispe

CI. 160019900-2

Responsable: Vanessa Alexandra Atiaja Díaz

CI. 180381995-0

### TABLA No. 24

#### COSTO ESTIMADO:

DESCRIPCIÓN	COSTOS
1. Internet	20.00
2. Honorarios	900.00
3. Medios magnéticos	40.00
4. Suministros y Materiales de Oficina	20.00
5. Empastado	25.00
6. Transporte	20.00
6. Imprevistos	50.00
<b>TOTAL</b>	<b>1075.00</b>

## **6.2. Antecedentes de la propuesta**

Resultado de la investigación, se determinó que en la Estación de Servicio “Albán Valle” se debe mejorar el proceso de comercialización de combustibles, ya que existe deficiencia en los servicios y actividades de la empresa. Los datos arrojaron que el 77,78% de los clientes encuestados manifiestan que se debe mejorar. Por tal motivo es recomendable un Sistema de Control Interno al proceso de comercialización de combustible, orientado al mejoramiento y al cumplimiento eficaz y eficiente de las actividades, por ende generar mayor Rentabilidad para el logro de los objetivos propuestos.

## **6.3. Justificación**

Después de haber realizado las respectivas encuestas al personal de la empresa, ellos se han pronunciado en el sentido que es necesaria un Sistema Control Interno al proceso de comercialización de combustible, de tal manera que podemos manifestar que es la primera vez que se realiza una investigación de este tipo de problema en la Estación, por tal motivo servirá de gran ayuda para el Administrador y para el personal que labora, dando lugar a incrementar la rentabilidad para cumplir los objetivos planteados.

Podemos decir que el siguiente estudio está basado en las necesidades así como también de las expectativas de sus clientes es por eso necesario tener en cuenta todos y cada uno de los puntos críticos para contrarrestarlos y cumplir a cabalidad las expectativas de los herederos.

- **Enfoque al cliente:** La Estación de Servicio tiene que estar orientada a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.
- **Mejoramiento en forma continua:** La Estación debe buscar la excelencia en el proceso de comercialización de combustible.
- **Crear equipos de trabajo:** Es importante que en el interior de la Estación se formen equipos de trabajo con el propósito de tener un objetivo común, ganar y mejorar con personas eficientes y eficaces.
- **Reconocer los problemas abiertamente:** Es importante que la Estación admita errores.

Todo lo señalado dará lugar a elevar las ventas, por ende incrementar la rentabilidad para cubrir con los objetivos planteados.

## **6.4. Objetivos**

### **6.4.1. General**

Ejecutar el sistema de control interno al proceso de comercialización de combustibles, para elevar el nivel de clientes satisfechos y por ende generar mayor rentabilidad en la Estación de Servicio Albán Valle..

#### **6.4.2. Específicos**

- ✓ Definir por escrito la Organización Estructural de la Estación de Servicio “Albán Valle”, reflejada en el organigrama funcional de la misma, definiendo, departamentos, funciones y responsabilidades.
- ✓ Establecer políticas y procedimientos operativos en el proceso de comercialización de combustibles.
- ✓ Revisar la Gestión económica-financiera (Análisis Financiero).

#### **6.5. Análisis de factibilidad**

La aplicación de la propuesta establecida es factible porque, cuento con el apoyo del Administrador y de los Herederos ya que me han permitido inmiscuirme en el departamento de contabilidad y en el proceso de comercialización de combustibles, con el fin de dar solución a los diferentes problemas encontrados.

#### **6.6. Fundamentación Científica**

##### **DEFINICIÓN DE CONTROL INTERNO**

Es un conjunto de procedimientos, políticas, directrices, supervisión y planes de organización los cuales tienen por objeto asegurar una eficiencia, seguridad y orden en la gestión financiera, contable y administrativa de la empresa (salvaguardia de activos, fidelidad del proceso de información y registros, cumplimiento de políticas definidas, etc.).

Es importante destacar que esta definición de control interno no sólo



abarca el entorno financiero y contable sino también los controles cuya meta es la eficiencia administrativa y operativa dentro de la organización empresarial. De ahí que se establezca la siguiente clasificación para el control interno.

## **ELEMENTOS DEL CONTROL INTERNO Y SUS PAUTAS**

Los elementos sobre los que se tiene que basar un sistema de control interno deben de ser lo suficientemente amplios como para cubrir toda la esfera de la empresa.

Existen tres aspectos a considerar:

- Organización estructural.
- Políticas y procedimientos contables y operativos.
- Supervisión.

## **ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL**

La organización de una empresa debe de venir reflejada en el organigrama funcional de la misma, definiéndose en cada línea las responsabilidades de cada cual, autoridad, canales de comunicación y los diferentes niveles de jerarquía.

Las pautas que se deben de considerar en la organización son las siguientes:

### **División de departamentos y sus responsabilidades**

La organización se estructura en departamentos. En cada uno de ellos se debe de definir, de una manera clara y precisa, las funciones y tareas a realizar por el personal así como sus correspondientes responsabilidades.

## **División de funciones**

La división de funciones y responsabilidades es de gran importancia para los distintos departamentos, secciones y personal de la empresa. Con ello se evita que una misma persona efectúe el ciclo de una transacción, es decir, autorización, ejecución, registro y custodia y protección de activos.

El objetivo de esta segregación es reducir el riesgo de errores y asegurar que no se produzcan situaciones de fraude.

Es recomendable que todas estas responsabilidades, junto con el límite de autoridad de las mismas, estén definidas y reflejadas por escrito.

## **El factor humano**

Entre las garantías básicas para que el control interno sea efectivo y cumpla su finalidad está la presencia de un personal responsable, eficiente, motivado y capacitado, ya que es en él donde se apoya toda la estructura funcional y organizativa de la empresa.

El factor humano puede suponer tanto una de las mayores confianzas en el sistema de la organización como uno de los mayores riesgos en el incumplimiento de los fines del control.

## **POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS CONTABLES Y OPERATIVOS**

Es necesario que existan un conjunto de reglas y normas de actuación que rijan tanto el proceso informativo-contable (circuito informativo y contabilidad) como el sistema operativo de la empresa (aprovisionamiento, producción, comercialización, administración de recursos financieros, recursos humanos, etc.), se consideran las siguientes pautas para un buen sistema de control interno:

## **Equipos para el proceso**

La consideración de todas las operaciones y variables que entran a formar parte de la operativa del negocio, así como la magnitud de las mismas, son elementos básicos para la selección de los equipos que procesen dichas operaciones y sus capacidades necesarias.

## **Registros contables y comprobantes**

Los registros deben de confeccionarse de tal manera que se amolden a las necesidades de información de la empresa.

Los procedimientos serán los necesarios para el registro completo y correcto de activos, pasivos, ingresos y gastos.

Estos registros deben de mantenerse siempre al día con el objeto de disponer de la información lo más recientemente posible. De esta manera la toma de decisiones es más eficaz y la posibilidad de detectar errores más rápida.

Siguiendo este procedimiento, permite llevar un mayor control sobre toda la documentación que se va generando en las facturas emitidas.

## **Información**

Los documentos y los elementos de registro son los medios realizados para obtener la información. Por lo que es importante considerar los siguientes puntos en lo referente a la información:

Todos los departamentos o divisiones de un negocio suelen trabajar con sus propias estadísticas, en base a la información obtenida, así pues, el Departamento de Ventas de una empresa podrá verificar sus estadísticas internas de ventas con los registros contables (facturas emitidas).

Sistematización de la información contable a suministrar. La frecuencia y orden establecido en la recepción de la información favorece no sólo la toma de decisiones sino que minimiza los posibles errores.

Definición de la información necesaria para la toma de decisiones. La Dirección requiere siempre conocer y estar actualizada de la gestión y situación del negocio, en todos sus aspectos, de una manera periódica

### **Organización contable**

La organización contable asegura el fiel reflejo económico sintetizándose en unos balances, cuadros y demás información.

Los documentos contables son detallados a presentar, tanto de carácter obligatorio según las normativas correspondientes como los que se elaboran en el régimen interior de la empresa para la toma de decisiones (balance de situación, cuenta de resultados, estado de origen y aplicación de fondos, estado de variación de efectivo, registros de facturas, etc.)

### **SUPERVICIÓN**

La supervisión da lugar a que el personal desarrolle los procedimientos de acuerdo con los planes de organización establecidos.

Esta supervisión puede ser llevada de una manera automática o directa. Será automática cuando exista una rutina en la gestión organizativa interna de tal forma que la verificación suponga a la vez la terminación de una tarea anterior. Sí que es importante considerar que ninguna de estas tareas debe de ser ejecutada por la misma persona desde inicio a fin. La

supervisión directa se refiere cuando las funciones de control en las revisiones internas son realizadas por el personal de la empresa.

Una buena planificación, definición de procedimientos, y un buen diseño de los registros e información permitirá una supervisión prácticamente gratuita en el sistema de control interno.

## **OBJETIVOS DE CONTROL INTERNO**

El sistema de control interno, tal y como se ha definido en capítulos anteriores, tiene como objeto general:

- Aportar seguridad en la gestión empresarial al prevenir errores y fraudes, proteger los activos de la entidad y dar lugar a una fiabilidad de los registros contables e información económica-financiera.
- Obtener eficiencia de la operativa organizativa de la entidad al desarrollar el seguimiento y cumplimiento de las políticas y procedimientos empresariales definidos y establecidos.

El alcance de estas metas están centradas principalmente en los controles por su repercusión y reflejo en la información económica-financiera de la entidad, necesaria ésta para la posterior toma de decisiones por parte de la Dirección.

## **DE ACUERDO CON LAS CON LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS**

Todos los procesos, políticas y criterios establecidos y aprobados por los órganos directivos de la entidad quedarán reflejados por escrito los procedimientos especificados por áreas y ciclos administrativos y contables acordes con la actividad de la empresa, también se estable-

cerán políticas, criterios, tratamientos, metodologías, comprobaciones, etc., las cuales deberán llevarse a cabo por el personal asignado e implicado en cada una de las áreas o ciclos.

A la vez, el diseño de estas políticas estarán sujetas a actualizaciones constantes y a planes de verificación y comprobación periódicas de los controles y procesos definidos, normalmente llevados a cabo por personas independientes.

### **6.7. Metodología. Modelo Operativo**

Se realizará un sistema de control interno para ésta Estación de Servicio el mismo que es práctico, funcional y técnico aplicable al 100%, en el proceso de comercialización de combustibles.

## **FASE A. Desarrollo de la Propuesta**

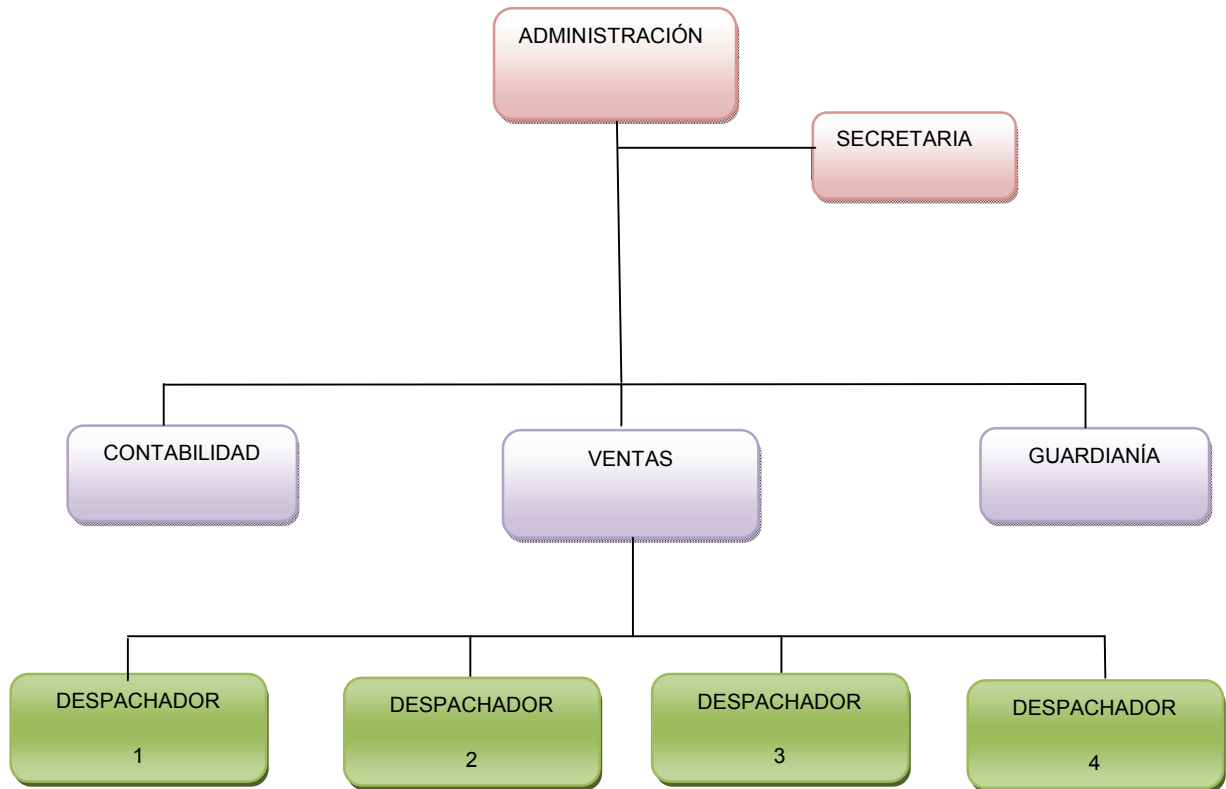
### **A.1.ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL**

#### **- División de Departamentos**

La organización de la Estación de Servicio “Albán Valle” se estructura en departamentos de manera clara y precisa.

Gráfico No 17

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



**- División de Funciones**

La división de funciones y responsabilidades es de gran importancia para los siguientes departamentos, con ello se evita que una misma persona efectúe todo y asegura que no se produzcan situaciones de fraude.

## **ORGANIGRAMA FUNCIONAL**

### **ADMINISTRACIÓN**

#### **MISIÓN**

Impulsar el desarrollo Administrativo de la Estación y Administrar los recursos humanos y materiales para lograr los más altos niveles de productividad y satisfacción laboral. Brindar apoyo Administrativo a la Estación mediante la entrega de servicios generales oportunos y de calidad, de acuerdo a las necesidades específicas de cada área funcional.

#### **FUNCIONES**

- Proporcionar atención permanente y oportuna al servicio de comercialización de combustibles para el desenvolvimiento normal de ésta actividad que desarrolla la Estación.
- Desarrollar el potencial del talento humano para lograr efectividad y eficiencia, mediante un excelente servicio de capacitación permanente, a fin de consolidar una Estación de éxito proyectada a la comunidad.
- Programar, organizar, dirigir, coordinar y controlar a través de las respectivas áreas el cumplimiento de las actividades de la Administración diaria de la Estación.
- Determinar y emplear sistemas adecuados y dinámicos de intercomunicación entre las diversas áreas de la Estación a fin de que todo el personal que labora tenga información actualizada sobre las políticas, programas y objetivos de la Estación.
- Distribuir el cupo mensual de combustible otorgado por la comercializadora P&S.



- Realizar el pedido de combustible a la comercializadora correspondiente.
- Recibir el combustible junto con el despachador de turno y romper los sellos de seguridad finalizando con el despacho en los tanques respectivos.
- Asegurar una eficiente Administración de los recursos materiales de la empresa, mediante la aplicación de políticas de recepción, almacenamiento, custodia, distribución y destino de los materiales, suministros, equipos, herramientas y demás bienes bajo su responsabilidad, de tal forma de satisfacer con agilidad y oportunidad a los requerimientos de las diferentes áreas de la Estación.
- Prepara la convocatoria a sesión de herederos con el orden del día correspondiente.

## **SECRETARÍA**

### **MISIÓN**

Brindar a su Jefe un apoyo incondicional con las tareas establecidas, además de acompañar en la vigilancia al proceso de comercialización de combustibles a seguir en la Estación.

### **FUNCIONES**

- Brindar apoyo a todos los departamentos.
- Tener conocimientos en el área de Logística, Ventas y Atención al Cliente.
- Tener buenas relaciones interpersonales.
- Ser dinámica y entusiasta.
- Estar capacitada para trabajar en equipo y bajo presión.

- Tener excelente redacción ortográfica.
- Poseer de facilidad de expresión verbal y escrita
- Dominar Windows, Microsoft office, internet, etc
- Es la encargada de los registro de Asistencia del personal que labora en la Estación.
- 

## **CONTABILIDAD**

### **MISIÓN**

Procurar la optimización y adecuada administración de los recursos económicos disponibles, mediante la aplicación de políticas, sistemas, métodos y normas en materia financiera, presupuestaria, contable y de control en la Estación, a fin de realizar los planes y proyectos de inversión y operación aprobadas por la Estación.

### **FUNCIONES**

- Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar la gestión económica-financiera de la Estación.
- Llevar, organizar, coordinar y supervisar el desarrollo contable de todas las operaciones financieras que efectúa la Estación, de acuerdo a las políticas, normas técnicas y Principios de Contabilidad generalmente aceptados.
- Llevar y mantener actualizada la Contabilidad General de la Estación y elaborar los Estados Financieros y anexos en la forma y plazos previstos por la ley.
- Llevar sus propios registros de Caja y Bancos.
- Mantener correctamente los recursos financieros de la Estación.

- Proporcionar a la Administración los datos contables necesarios para estudios, análisis y cualquier otra acción que facilite el control de las operaciones y la eficaz toma de decisiones

## **VENTAS (Despachadores)**

### **MISIÓN**

Conocer y comprender tan bien al cliente que el producto o el servicio se adapten a él. Realizar un «conjunto de actividades» que le permitan lograr determinados objetivos, como: retener a los clientes actuales, captar nuevos clientes, lograr determinados volúmenes de venta, mantener o mejorar la participación en el mercado.

### **FUNCIONES**

- Excelente presencia ( usar overoles otorgados por P&S )
- Brindar un excelente servicio al cliente.
- Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.
- Ofrecer otros servicios que posee la estación.
- Contribuir a la solución de problemas.
- Administrar su territorio o zona de ventas.
- Trabajar en equipo.
- Integrarse a las actividades que la empresa que representa.
- Mantener limpia su isla.
- Registrarse en la ficha de ingreso y de salida.
- Llenar el formato de las ventas diarias de combustibles, con la numeración cogida de los surtidores y entregar al Contador con el respectivo efectivo.

## **GUARDIANÍA**

### **MISIÓN**

Ejecución de labores de implantación, coordinación y supervisión de programas y actividades para la seguridad física de la estación y prevención de riesgos.

### **FUNCIONES**

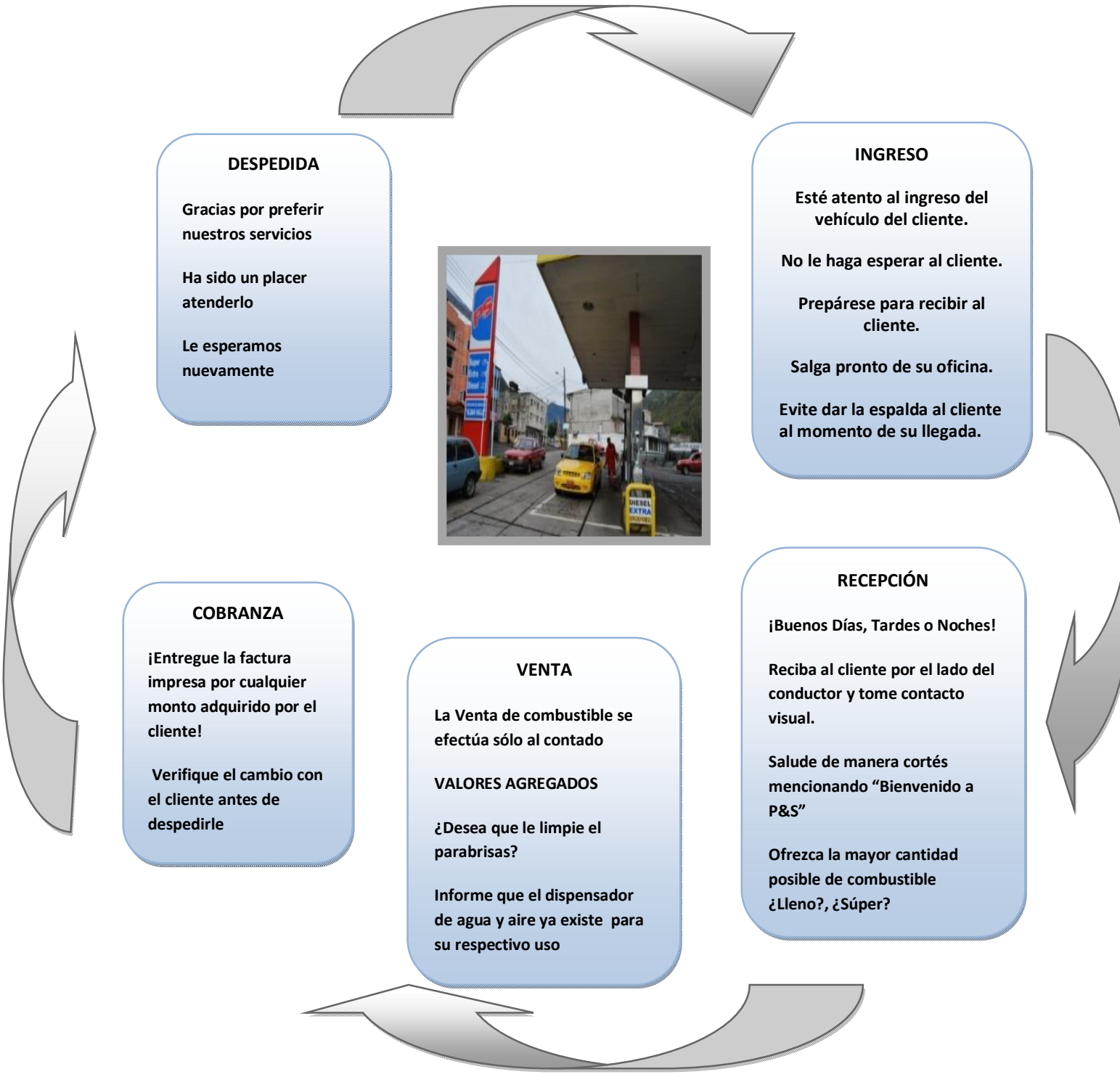
- Organizar, coordinar y controlar las actividades de seguridad física de la planta.
- Inspeccionar la existencia de fuga de bienes, equipos y herramientas de la empresa.
- Reportar novedades que se presenten durante el ejercicio de sus funciones.
- Preparar y presentar informe mensual de actividades desarrolladas.
- Cumplir y hacer cumplir las políticas, reglamentos y demás disposiciones establecidas en la empresa para la buena marcha, operación y seguridad.

- **El factor humano**

El factor humano debe ser capacitado, motivado, eficiente y responsable de marcar la diferencia en el proceso de comercialización de combustibles.

GRÁFICO No 18

**CICLO DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE**



## **A.2. POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS Y CONTABLES**

### **- Políticas**

El sistema operativo de la Estación debe regirse a las siguientes reglas y normas de actuación que rigen al proceso de comercialización

- ✓ Lograr la completa satisfacción del cliente entregando un servicio de calidad en el proceso de comercialización de combustibles.
- ✓ Trabajar en equipo para alcanzar los objetivos propuestos.
- ✓ Capacitar a los despachadores de la Estación de Servicio “Albán Valle”, en atención y servicio al cliente.
- ✓ Las ventas efectuadas serán solo al contado.
- ✓ Llenar los respectivos formatos para registro de asistencia y para la venta diaria de combustible.

### **- Procedimientos**

Estado financiero del segundo semestre del año 2010

**TABLA No 25**  
**ESTACION DE SERVICIO ALBAN VALLE**  
**ESTADO DE RENTAS Y GASTOS**  
**SEGUNDO SEMESTRE DEL 2010 (Julio a Diciembre)**

		\$	\$	\$
	<b>VENTAS BRUTAS</b>			594.719,74
Menos	Devolución en ventas			210,44
<b>IGUAL</b>	<b>VENTAS NETAS</b>			<b>594.509,30</b>
<b>MENOS</b>	<b>COSTO DE VENTAS</b>			<b>510.606,43</b>
	<b>COMPRAS BRUTAS</b>	<b>507.369,83</b>		
Menos	Devolución en compras	956,55		
<b>IGUAL</b>	<b>COMPRAS NETAS</b>	<b>506.413,28</b>		
<b>MAS</b>	<b>INVENTARIO INICIAL DE MERCADERIAS</b>	<b>33.250,00</b>		
<b>IGUAL</b>	<b>DISPONIBLE PARA LA VENTA</b>		<b>539.663,28</b>	
<b>MENOS</b>	<b>INVENTARIO FINAL DE MERCADERIAS</b>		<b>29.056,85</b>	
<b>IGUAL</b>	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>			<b>83.902,87</b>
<b>MENOS</b>	<b>GASTOS OPERACIONALES</b>			<b>23.151,83</b>
	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>13.038,50</b>	
	Gasto depreciación equipo de computo	120,00		
	Gasto depreciación muebles y encerres	22,50		
	Gasto depreciación edificios	1.805,00		
	Gasto útiles de oficina	540,00		
	Gasto cuentas incobrables	2.700,00		
	Gastos servicios básicos	1.401,00		
	Gasto sueldos y salarios	6.300,00		
	Gasto amortización de gasto constitución	150,00		
	<b>GASTOS DE VENTAS</b>		<b>10.113,33</b>	
	Gasto seguros	600,00		
	Gasto depreciación vehículo	213,33		
	Gastos sueldos y salarios	9.000,00		
	Gasto publicidad y propaganda	300,00		
<b>IGUAL</b>	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>			<b>60.751,04</b>
<b>MENOS</b>	<b>OTROS PRODUCTOS Y GASTOS FINANCIEROS</b>			<b>- 1.264,65</b>
<b>O MAS</b>	<b>PRODUCTOS</b>		<b>265,64</b>	
	Interés ganado	265,64		
	<b>GASTOS</b>		<b>1.530,29</b>	
	Servicios bancarios	927,50		
	Interés por sobregiros ocasionales	602,79		
<b>IGUAL</b>	<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN LABOR.</b>			<b>59.486,39</b>
Menos	15% Participación laboral			8.922,96
<b>IGUAL</b>	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>			<b>50.563,43</b>
Menos	25% Impuesto a la renta			12.640,86
<b>IGUAL</b>	<b>UTILIDAD LÍQUIDA DEL EJERCICIO</b>			<b>37.922,57</b>

- **Equipos para el proceso de transacciones**

Consideración de necesidades mayores de información y detalles de las operaciones que forman parte del proceso de comercialización de combustible, se basará para la selección de los equipos que procesen dichos registros.

- **Adquisición de nuevos surtidores**

Permitirá comercializar el combustible con normalidad, brindará seguridad y satisfacción al cliente.

Se ha realizado el pedido de dos surtidores de combustibles y cada uno está evaluado en \$ 6.000 dólares americanos



Estos surtidores de combustibles tienen como finalidad mostrar en la pantalla las cantidades del combustible pedido y de ser despachado el fluido por la pistola del lado que se estacione el vehículo, logrando así la seguridad y la satisfacción del cliente.



## - Implementación de tecnología de impresión de facturas

Este es el sistema de facturación recomendado por: Petróleos y Servicios.

Las impresoras TM-220 que son las sucesoras más poderosas y modernas para los surtidores de combustibles

La instalación por parte de un ingeniero, la adquisición de las impresoras y del software para la emisión automática de las facturas está evaluada alrededor de \$ 5.000 dólares americanos.



Precio:

**\$ 900 c/u**

***Las impresoras TM-220 son las sucesoras más poderosas y modernas de la serie más vendida de impresoras de punto de venta TM-U200***

### ***Características***

▣ ***9 Pines - Matriz de puntos***

⊞ 4.7 líneas por segundo a 40 columnas con 16 cpi aprox.

⊞ Modelo D: Corte manual.

**Tecnología de Impresión** de 9 Pines - Matriz de puntos

**Fuente de Alimentación** de Fuente de alimentación incluida.

**Características Físicas** Modelo D: 160(w) x 248(d) x 138.5(h) mm

**Interfaces** Rs-232 / Paralelo Bidireccional / Rs-485 (opcional de fábrica)

**Velocidad de Impresión** de 4.7 líneas por segundo a 40 columnas con 16 cpi aprox. 6.0 líneas por segundo a 30 columnas con 16 cpi aprox.

**Papel** Modelo D: Corte manual. 57.5 ± 0.5 mm, 69.5 ± 0.5 mm or 76.0 ± 0.5 mm por diámetro de 83.0 mm Espesor 0.006mm ( 0.0024") a 0.0085mm (0.0033")

Este sistema de facturación tiene como finalidad mejorar el control de las ventas efectuadas diariamente, previniendo cualquier tipo de fraude o dolo por parte de los despachadores de combustible.

#### - **Registros contables y Comprobantes**

Registros elaborados para el control de las Ventas diarias de combustible y para la asistencia del personal de la Estación de Servicios "Albán Valle",

éstos registros deben mantenerse siempre al día con el objeto de disponer de la información lo más recientemente posible, de esta manera la toma de decisiones es más eficiente y eficaz y la posibilidad de detectar errores y fraudes es más rápida.

**TABLA No. 26**

**FORMATO PARA LA VENTA DIARIA DE COMBUSTIBLE**

<b>ESTACIÓN DE SERVICIO ALBAN VALLE</b>				<b>HOJA #</b>	
<b>FECHA DIA DE TRABAJO:</b>				<b>del</b>	
<b>2011 RESPONSABLE:</b>					
<b>VENTA DIARIA DE COMBUSTIBLE</b>					
<b>NOMBRE EMPLEADO:</b>				<b>ISLA # 1</b>	
<b>NUMER</b>	<b>COMBUSTIB</b>	<b>LECT.AC</b>	<b>LECT. ANTERIOR</b>	<b>GALONAJE</b>	<b>PREC. VENT VENTA</b>
1	SUPER 1				1,9
2	SUPER 2				1,9
3	EXTRA 1				1,48
4	EXTRA 2				1,48
5	DIESEL 1				1,0
6	SUPER 3				1,9
7	EXTRA 3				1,48
8	EXTRA 4				1,48
				<b>TOTAL</b>	
<b>DETALLE DE INGRESO</b>		<b>DETALLE RECIBOS</b>		<b>OBSERVACIONES</b>	
<b>CAJA</b>		<b>CLIENTE</b>		<b>VALOR</b>	
<b>EFFECTIVO</b>					
<b>CHEQUE</b>					
<b>MONEDAS</b>					
<b>DEPOSITOS</b>					
<b>RECIBOS</b>					
<b>RECIBOS</b>					
<b>TOTAL</b>					
		<b>DETALLE RECIBOS GASTOS</b>			

Elaborado por: Vanessa Atiaja

**TABLA No. 27**  
**FORMATO PARA REGISTRO DEL PERSONAL DE LA ESTACION DE**  
**SERVICIO ALBAN VALLE**

N°	Nombres y Apellidos	Cargo	N° Cedula	H. de Entrada	H. de Salida	Firma	Observación

**Elaborado por:** Vanessa Atiaja

**Objetivo: Controlar el correcto cumplimiento de los horarios de asistencia del Personal de la Estación de Servicio “Albán Valle”.**

.....  
**Firma**  
**Responsable**

**- Organización contable**

La organización contable asegura el fiel reflejo económico sintetizándose

en unos balances, cuadros y demás información.

Estado Financiero del primer semestre del año 2011, en el que consta la ejecución de la propuesta “Diseñar un sistema de control interno al proceso de comercialización de combustible”, con el propósito de incrementar la rentabilidad, se ilustra en la siguiente tabla:

<b>TABLA No 28</b>			
<b>ESTACION DE SERVICIO ALBAN VALLE</b>			
<b>ESTADO DE RENTAS Y GASTOS</b>			
<b>PRIMER SEMESTRE DEL 2011 (Enero a Junio)</b>			
	<b>VENTAS BRUTAS</b>	\$	\$ 713.663,69
Menos	Devolución en ventas		288,50
<b>IGUAL</b>	<b>VENTAS NETAS</b>		<b>713.375,19</b>
<b>MENOS</b>	<b>COSTO DE VENTAS</b>		<b>612.727,72</b>
	<b>COMPRAS BRUTAS</b>	<b>608.843,80</b>	
Menos	Devolución en compras	616,70	
<b>IGUAL</b>	<b>COMPRAS NETAS</b>	<b>608.227,10</b>	
<b>MAS</b>	<b>INVENTARIO INICIAL DE MERCADERIAS</b>	<b>29.056,85</b>	
<b>IGUAL</b>	<b>DISPONIBLE PARA LA VENTA</b>		<b>637.283,95</b>
<b>MENOS</b>	<b>INVENTARIO FINAL DE MERCADERIAS</b>		<b>24.556,23</b>
<b>IGUAL</b>	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>100.647,47</b>
<b>MENOS</b>	<b>GASTOS OPERACIONALES</b>		<b>23.151,83</b>
	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>13.038,50</b>
	Gasto depreciación equipo de computo	120,00	
	Gasto depreciación muebles y enseres	22,50	
	Gasto depreciación edificios	1.805,00	
	Gasto útiles de oficina	540,00	
	Gasto cuentas incobrables	2.700,00	
	Gastos servicios básicos	1.401,00	
	Gasto sueldos y salarios	6.300,00	
	Gasto amortización de gasto constitución	150,00	
	<b>GASTOS DE VENTAS</b>		<b>10.113,33</b>
	Gasto seguros	600,00	
	Gasto depreciación vehículo	213,33	
	Gastos sueldos y salarios	9.000,00	
	Gasto publicidad y propaganda	300,00	
<b>IGUAL</b>	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>77.495,64</b>
<b>MENOS</b>	<b>OTROS PRODUCTOS Y GASTOS FINANCIEROS</b>		<b>- 1.517,58</b>
<b>O MAS</b>	<b>PRODUCTOS</b>		<b>318,77</b>
	Interés ganado	318,77	
	<b>GASTOS</b>		
	Servicios bancarios	1.113,00	
	Interés por sobregiros ocasionales	723,35	
<b>IGUAL</b>	<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN LABOR.</b>		<b>75.978,06</b>
Menos	15% Participación laboral		11.396,71
<b>IGUAL</b>	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>		<b>64.581,35</b>
Menos	25% Impuesto a la renta		16.145,34
<b>IGUAL</b>	<b>UTILIDAD LÍQUIDA DEL EJERCICIO</b>		<b>48.436,01</b>

- **Controles Extras**

**Pavimentar el piso de la estación**, para brindar una mejor imagen empresarial es necesario pavimentar el piso ya que ya cumplió su vida útil la gestión se realizó con la Compañía Verdú y manifestaron que tiene un costo de \$ 9.000 dólares americanos.

ANTES



DESPUÉS



Éstas son las fotos de cómo quedará el piso de la Estación de Servicio Albán Valle.

**Cambio de Sitio del dispensador de agua y aire**, para satisfacer de mejor manera las necesidades, deseos y expectativas de los clientes, es necesario y obligatorio brindar éstos servicios indispensables para los vehículos.

De igual forma esto nos ayudará a fortalecer el proceso de comercialización y por ende el incremento de clientes, provocando una incidencia positiva en los ingresos.

El cambio de Sitio se debe a que solo se encontraba su base debido a que el dispensador no existía ya que era derribado con frecuencia por los vehículos de gran tamaño.

Cabe recalcar que la inversión generada por el cambio de sitio del dispensador y la adquisición de una pieza para la presión del agua y el del aire fue de 300\$



**CAMBIO DE SITIO DEL DISPENSADOR DE AGUA Y AIRE  
ANTES**



**DESPUÉS**



**Adecuaciones generales en las baterías sanitarias existentes y la implementación del baño para Personas con Capacidades Especiales,**

Se ha ejecutado con la finalidad de dar cumplimiento a la disposición de Presidencia Ejecutiva de Petróleos y Servicios, el gasto haciende a 500\$.

### **ADECUACIONES GENERALES**

#### **ANTES**



#### **DESPUÉS**



Da lugar a que el Administrador revise la gestión económica-financiera que está operando dentro del proceso definido, a través del análisis financiero.

## **ANALISIS FINANCIERO**

Desde el punto de vista de la propuesta y de acuerdo al Estado Financiero podemos determinar que las ventas incrementan en una forma significativa en el primer semestre del año 2011, esto se debe a muchos factores que incidieron en el proceso de comercialización como son: clientes satisfechos, servicio de calidad, valores agregados etc. En tal virtud podemos determinar que ha existido un incremento en la rentabilidad lo cual se refleja en la siguiente tabla:

TABLA No 29

ESTACION DE SERVICIO ALBAN VALLE

ESTADO DE RENTAS Y GASTOS

ANALISIS FINANCIERO

SIGNOS	DETALLE DE CUENTAS	SEGUNDO SEMESTRE 2010	PRIMER SEMESTRE 2011	VARIACION RELATIVA %
	<b>VENTAS NETAS</b>	<b>594.509,30</b>	<b>713.375,19</b>	<b>20</b>
<b>MENOS</b>	<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>510.606,43</b>	<b>612.727,72</b>	<b>20</b>
<b>IGUAL</b>	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>83.902,87</b>	<b>100.647,47</b>	<b>20</b>
<b>MENOS</b>	<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>23.151,83</b>	<b>23.151,83</b>	<b>-</b>
	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>13.038,50</b>	<b>13.038,50</b>	<b>-</b>
	Gasto depreciación equipo de computo	120,00	120,00	-
	Gasto depreciación muebles y encerres	22,50	22,50	-
	Gasto depreciación edificios	1.805,00	1.805,00	-
	Gasto útiles de oficina	540,00	540,00	-
	Gasto cuentas incobrables	2.700,00	2.700,00	-
	Gastos servicios básicos	1.401,00	1.401,00	-
	Gasto sueldos y salarios	6.300,00	6.300,00	-
	Gasto amortización de gasto constitución	150,00	150,00	-
	<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>10.113,33</b>	<b>10.113,33</b>	<b>-</b>
	Gasto seguros	600,00	600,00	-
	Gasto depreciación vehículo	213,33	213,33	-
	Gastos sueldos y salarios	9.000,00	9.000,00	-
	Gasto publicidad y propaganda	300,00	300,00	-
<b>IGUAL</b>	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>60.751,04</b>	<b>77.495,64</b>	<b>28</b>
<b>MENOS</b>	<b>OTROS PRODUCTOS Y GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>- 1.264,65</b>	<b>- 1.517,58</b>	<b>20</b>
<b>O MAS</b>	<b>PRODUCTOS</b>	<b>265,64</b>	<b>318,77</b>	<b>20</b>
	Interés ganado	265,64	318,77	20
	<b>GASTOS</b>	<b>1.530,29</b>	<b>1.836,35</b>	<b>20</b>
	Servicios bancarios	927,50	1.113,00	20
	Sobregiros ocasionales	602,79	723,35	20
<b>IGUAL</b>	<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN LABOR.</b>	<b>59.486,39</b>	<b>75.978,06</b>	<b>28</b>
Menos	15% Participación laboral	8.922,96	11.396,71	28
<b>IGUAL</b>	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>50.563,43</b>	<b>64.581,35</b>	<b>28</b>
Menos	25% Impuesto a la renta	12.640,86	16.145,34	28
<b>IGUAL</b>	<b>UTILIDAD LÍQUIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>37.922,57</b>	<b>48.436,01</b>	<b>28</b>

Como se menciona anteriormente las ventas se han incrementado en un 20% y por ende su costo de ventas, puesto que es directamente proporcional a medida que incrementa sus ventas también incrementa su costo, pero sus gastos se han mantenido puestos que son considerados como costos fijos dentro de un análisis de sensibilidad, este incremento moderado de la utilidad se ha producido porque se aplico elementos y pautas del control interno.

## **CONCLUSIÓN**

El Administrador y los Herederos han tomado la decisión de implementar el sistema de facturación propuesto.

## **FASE B. Implementación del sistema de facturación automático**

### **B.1.FOTOGRAFÍAS DE IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE IMPRESIÓN DE FACTURAS**

#### **ANTES**



**DESPUES**



## **6.8. Administración**

La propuesta de “Diseño de un Sistema de Control Interno al proceso de comercialización de combustible para generar mayor rentabilidad”, es ejecutada por el Sr. Christian Albán Valle como Administrador de la Estación de Servicios “Albán Valle”, mismo que necesita estrategias para poder brindar resultados de calidad que ayuden al desarrollo y crecimiento de la Empresa.

### **- Estrategia Empresarial**

El diseño del direccionamiento Estratégico de la Estación de Servicio “Albán Valle”, se detalla a continuación:

## **MISIÓN**

**“Ser una Estación de Servicio dedicada a brindar el mejor servicio posible a sus clientes velando por el mejoramiento permanente del recurso humano y del proceso de comercialización de combustibles, buscando la rentabilidad adecuada para los herederos, a través del desarrollo de una gestión honesta, transparente, eficaz y eficiente”**

## **VISIÓN**

**“Ser líder en el proceso de comercialización de combustible y en la prestación de valores agregados, gracias a la ubicación estratégica de la Estación y al eficiente desarrollo del Recurso Humano, transmitiendo una imagen de prestigio en el ámbito local a través del desarrollo de nuevas y mejores ofertas para nuestros clientes”**

- **Valores Empresariales**



Los valores son los cimientos de toda construcción humana, por tal motivo, los principios o valores que practicarán todos aquellos quienes forman parte de la Estación de Servicio “Albán Valle”, son los siguientes:

- **Valores Éticos**

El comportamiento de todos aquellos quienes forman parte de la Estación estará marcado, en toda circunstancia, dentro de los principios de honestidad, integridad y justicia.

- **Valores Morales**

Toda acción y/o actividad que se desarrolle al interior de la Estación estará enmarcada sobre bases legales y reglamentarias, con visibles manifestaciones de responsabilidad integral, respecto al nivel directivo, tolerancia a los criterios y opiniones individuales, que serán compartidos con compañeros de trabajo y/o clientes de la Estación.

- **Valores Humanos**

La Estación mantendrá práctica permanente la aplicación de valores democráticos, respecto a la dignidad humana, solidaridad y compromiso social, fortaleciendo la autoestima y auto evaluación, desarrollo de la creatividad y del espíritu crítico constructivo y de la vocación del servicio en todas las órdenes del quehacer humano.

- **Compromiso Laboral**

El trabajo en equipo, el respeto a él, la lealtad y la transparencia frente a la Estación, deberán ser características indispensables de los empleados de Estación. Este compromiso constituye uno de los elementos básicos para que la Estación alcance ventajas competitivas frente al resto de Estaciones de Servicio.

- **Calidad de trabajo**

La calidad del trabajo en la Estación se verá reflejada en la forma de vivir, una norma de conducta y comportamiento como un reto diario y permanente.

- **Competitividad**

El éxito de la Estación de Servicio “Albán Valle, se mediará con relación a su entorno: la competitividad exige control en los costos, altos estándares de calidad, el conocimiento y satisfacción oportuno de necesidades y expectativas de clientes. Lo que implica un compromiso de brindar un servicio de calidad.

- **Talento Humano**

El talento humano es patrimonio fundamental de la Institución, por lo cual se considera necesario aplicar el respeto, ofrecer oportunidades de desarrollo, brindar alternativas de crecimiento dentro de los parámetros de eficiencia y eficacia, así como también aplicar una retribución justa.

- **Responsabilidad Social**

La Estación contribuye, en la medida de sus posibilidades al desarrollo del país y de la Sociedad en general.

La Estación de Servicio “Albán Valle”, al apoyarse en estos valores éticos y morales; permitirá guiar actitudes y conductas de los colaboradores de la Estación enfocados hacia la búsqueda de la excelencia y calidad en el Servicio ofertado.

- **Fortalezas**

Las fortalezas de la Estación de Servicio “Albán Valle, son las siguientes:

- Alta demanda
- Capacidad Laboral
- Habilidad de desenvolvimiento
- Capacidad Financiera

Estación de Servicio “Albán Valle”, impulsar estas fortalezas para desarrollar un servicio de calidad enfocado hacia la búsqueda de la Excelencia.

- **Debilidades**

Las debilidades la Estación de Servicio “Albán Valle”, so:

- Ausencia del Sistema de Control Interno en el proceso de comercialización de combustibles
- Nivel de preparación Académica de Empleados
- Experiencia Laboral
- Capacidad de Liderazgo
- Imagen Empresarial
- Poca capacidad Tecnológica

La Estación de Servicio debería aplicar programas correctivos oportunos y necesarios para eliminar éstas debilidades que afectan el normal desenvolvimiento del trabajo.

El Administrador de la Estación será el encargado de explorar las oportunidades y desarrollar acciones adecuadas para en base a éstas obtener un beneficio empresarial.

- **Amenazas**

Las amenazas de la Estación de Servicio “Albán Valle, son:

- Mala aplicación del Sistema de Control Interno en el Proceso de comercialización de combustible.
- Factor Económico
- Factor Tecnológico
- Competencia

El Administrador de la Estación de Servicio “Albán Valle”, será la persona encargada de evitar todo tipo de amenazas del ambiente externo, para lo cual deberán desarrollar programas de mejoramiento continuo.

- **Estrategia Administrativas**

Tiene como objeto primordial satisfacer al cliente con servicios de calidad, valores agregados y con mejor imagen empresarial, por ende elevar las ventas dando lugar al incremento de la rentabilidad, para cumplir con los objetivos empresariales, entre ellos los siguientes:

- Diseño de un sistema de control interno al proceso de comercialización

- Adquisición de nuevos surtidores
- Implementación del sistema de facturación automática
- Diseño de la Organización Estructural, Políticas y Supervisión.
- Capacitación al personal
- Análisis Financiero

La gestión primordial de la Estación de Servicio “Albán Valle” es llegar con servicio de calidad, valores agregados y con una buena imagen empresarial a los clientes y turistas que nos visitan.

- **Estrategia Financieras**
- Ofrecer un servicio de calidad y excelencia al cliente
- Capacitar al personal que labora en la Estación
- Manejo de Los Registros Propuestos
- Cumplimiento de Políticas y responsabilidades.

### **6.9. Previsión de la Evaluación**

La evaluación del trabajo está basada en la teoría del control interno, el mismo que se ha planteado en los capítulos anteriores con el fin de proponer el diseño del sistema de control interno en el proceso de comercialización de combustible.

La presente propuesta va ser ejecuta el Sr. Christian Albán Valle en calidad de Administrador de la Estación de Servicio, mismo que necesita de estrategias para poder brindar resultados de calidad.

Beneficiando a todos y cada uno de sus colaboradores en especial a los Herederos, como también a la Estación.

Dicho planteamiento de solución podrá ser modificado si el caso lo amerita, siempre y cuando sea para el bienestar de la empresa.

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

**Objetivo.**-La presente encuesta está dirigida a los **Cientes** del Estación de Servicio “Albán Valle” con el fin de recopilar y analizar la información sobre el Proceso de comercialización y de esta manera saber si se debe implementar un control interno adecuado, por lo que solicitamos a usted contestar las siguientes preguntas.

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada pregunta y marque de acuerdo a su criterio la respuesta correcta:

**1.- ¿Cree Ud. que la Estación de Servicio debe mejorar el proceso de comercialización de combustibles? (variable independiente)**

1.- Si  2.- No

2.- ¿Considera Ud. que las políticas de comercialización de combustibles están bien establecidas?

1.- Si  2.- No

**3.- ¿Cree Ud. necesario pavimentar el piso y cambiar de sitio el dispensador de agua y de aire para su respectivo uso? (variable dependiente)**

1.- Si  2.- No

4.- ¿Cree Ud. que se debería implementar nuevos surtidores de combustibles con su respectivo sistema automático para la impresión de facturas?

1.- Si  2.- No

5.- ¿Cree Ud. que se debería capacitar al despachador de combustible en atención y servicio al cliente?

1.- Si  2.- No

6.- ¿Considera Ud. que es necesaria una estructura orgánica en la Estación de Servicio “Albán Valle”?

1.- Si  2.- No

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**





# BIBLIOGRAFÍA

## LIBROS

- **“Tutoría de la Investigación Científica”**, Luis E. Herrera, Arnaldo F. Medina, Galo L. Naranjo, Diemerino Editores (2004)
- **“Auditoría III”**, Cultural de Ediciones, S.A ( 2001)
- **“Auditoría Un enfoque práctico”**, Alberto de la Peña Gutiérrez( 2008)
- **“El Control Interno de una Empresa Comercial.”**, Tesis, Pedro Augusto Alvarado Villatoro, Guatemala ( 2004)
- **“Propuesta de Implementación del Sistema De Control Interno a los procesos de la Atención y Servicio al Cliente”**, Tesis, Marco Velasco (2006)
- **“Estrategias de Comercialización y Servicio para las Ventas de la Gasolinera Sur.”**, Tesis Aldas Aldas Luis Ronald (2009)
- **“Constitución de la República del Ecuador”**, (2008)
- **“Fundamentos de Control Interno”**, Abraham Perdomo Moreno, Novena edición
- **“Enciclopedia práctica de ventas”**, Equipo Cultural
- **“Estrategia de Gestión”**, Daniel F. Spulber (2005 )
- **“Contabilidad”**, Horngren y otros (1997)
- **“Rentabilidad”**, Franquet Antoine (1998)

- **“Rentabilidad”**, Antoine Franquet, La Enciclopedia de la Empresa Moderna (1973)
  - **“Rentabilidad”**, Luis Alberto Chiriboga Rosales, Sistema Financiero (2007)
  - **“Indicadores de Rentabilidad”**, Guajardo (2002)
  - **“Investigación cuantitativa”**, Hurtado y Toro (2008)
  - **“Enfoque cuantitativo”**, Hernández Sampieri Roberto (2006)
  - **“Investigación de Campo”**, Zorrilla (1993)
  - **“Bibliográfica – documental”**, Alba Lucía Marín Villada
  - **“Descriptiva”**, Francois Cobelbert, Manuel Cuadrado, Jacques Natel (2003)
  - **“Explicativa”**, Hernández, et al., (2003)
  - **“Población”**, Arnau, referido por Hurtado (2000)
  - **“Población”**, Hurtado (2000)
  - **“Muestra”**, Sabino (1992)
  - **“Plan de recolección de información”**, Tevni Grajales G (2000)
- Método inductivo**

## **INTERNET**

- **“La Ley de Hidrocarburos”**, (1978)
- **“Ley Orgánica de Defensa del Consumidor”**, publicada en el Registro Oficial No. 520 de septiembre 12 de 1990

- “ **Control Interno**”, Revista académica de economía con el Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas ISSN 1696-8352
  
- “**Imagen del proceso de comercialización**”, [cca.org.mx](http://cca.org.mx)
  
- “**Proceso**”,  
<http://neurologia.rediris.es/neurologia/diapmigraine/sld004.htm>
  
- “**Comercializar**”, [es.wiktionary.org/wiki/comercializar](http://es.wiktionary.org/wiki/comercializar)
  
- “**Análisis Financiero**”, <http://www.definicion.org/analisis-financiero>
  
- “**Asociación de variables**”, Roberto Hernández (2004)
  
- “**Método inductivo**”, Página de internet. (2010)

**ANEXOS**

## ANEXO No. 1

### LISTADO DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO DE P&S EN TUNGURAHUA.

**E/S AMERICA**

(5.1 km)  
AV. INDOAMERICA - TRES JUANES

**E/S ORIENTE**

(5.2 km)  
AV. AMAZONAS KM.3 12 HUACHI

**E/S SANTA CLARA**

(5.4 km)  
IZAMBA-PANAM. KM 4 12 VIA QUITO

**E/S ABRIL**

(5.5 km)  
PANAM. NORTE KM 7 VIA PILLARO

**E/S CIUDAD AZUL**

(5.7 km)  
KM.9 VIA A BAÑOS

**E/S AMAZONAS**

(5.8 km)  
KM.8 VIA BAÑOS, AMBATO - TOTORAS

**E/S MAYORGA**

(6.6 km)  
KM. 6 12 VIA BAÑOS

**E/S BALLESTEROS 2**

(6.9 km)  
AV. ATAHUALPA

**E/S ANDINA**

(7.1 km)  
AV. ATAHUALPA KM 1 Y PAREDES

**E/S HUACHI**

(7.3 km)  
PANAM. SUR KM.4 12, HUACHI

**E/S PANAMERICANA**

(7.4 km)  
CONFRATERNIDAD Y ELOY ALFARO

**E/S BALLESTEROS 1**

(7.6 km)  
AV. ATAHUALPA 324 Y SHYRIS

**E/S LOPEZ SANTANA**

(7.7 km)  
CALLE CALICUCHIMA, PELILEO

**E/S SIND CHOF DE PELILEO N2**

(7.7 km)  
PEDRO VICENTE M.Y AV.  
CONFRATERNIDAD

**E/S PATATE**

(8.0 km)  
AV. AMBATO SN, PATATE

**E/S CUSTODE 1 DISTRIBUIDORA CENT**

(8.6 km)  
AV. MIRAFLORES, CALLE LAS DALIAS SN  
**E/S LA MACARENA**

(8.7 km)  
VIA PELILEO HUAMBALO

**E/S CUSTODE 2**

(9.1 km)  
KM. 4 VIA AMBATO - GUARANDA

**E/S AMBATO**

(9.2 km)  
PANAM. NORTE KM.12 VIA AMBATO-QUITO

**E/S SAN VICENTE**

(9.6 km)  
PANAM. SUR KM. 7 12

**E/S LA QUINTA**

(9.8 km)  
PILLARO KM. 1 PANAM. SUR A PATATE

**E/S SAN JUAN (TUNGURAHUA)**

(10.3 km)  
AV. RUMINIAHUI SN, REDONDEL DE  
RUMIÑAHUI

**E/S EL JARDIN**

(13.0 km)  
KM. 10 VIA AMBATO-QUITO

**E/S QUERO**

(13.3 km)  
AV. 17 DE ABRIL, QUERO

**E/S PANANORTE**

(14.0 km)  
KM.15 PANAM.AMBATO-QUITO,  
CUNCHIBAMBA

**E/S VALLE**

(19.1 km)  
KM 16 DE LA VIA RIOBAMBA, MOCHA

**E/S SANCHEZ (TUNGURAHUA)**

(20.8 km)  
AV. AMAZONAS KM. 2 SALIDA DE BAÑOS

**E/S ALBAN VALLE**

(21.4 km)  
AV. JUAN LEON MERA, BAÑOS

**E/S SIND CHOF PELILEO**

(56.2 km)  
KM 2 PELILEO GRANDE-LA MOYA

## ANEXO No. 2

### UBICACIÓN DE LA ESTACIÓN DE SERVICIO ALBÁN VALLE



ANEXO No. 3

RUC

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS NATURALES**

  
Servicio de Rentas Internas

**NUMERO RUC:** 1802985432001

**APELLIDOS Y NOMBRES:** ALBAN VALLE CHRISTIAN ESTUARDO

**NOMBRE COMERCIAL:** ESTACION DE SERVICIO ALBAN VALLE

**CLASE CONTRIBUYENTE:** OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** SI

**FEC. NACIMIENTO:** 12/05/1978 **FEC. ACTUALIZACION:** 25/01/2007

**FEC. INICIO ACTIVIDADES:** 19/10/2000

**FEC. INSCRIPCION:** 19/10/2000

**ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:**  
VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.

**DIRECCION DOMICILIO PRINCIPAL:**  
Provincia: TUNGURAHUA Cantón: BAÑOS DE AGUA SANTA Parroquia: BAÑOS DE AGUA SANTA Calle:  
AV. DE LAS AMAZONAS Número: SIN Intersección: JUAN LEON MERA Referencia: INTERIOR DE LA  
ESTACION DE SERVICIO ALBAN VALLE Teléfono: 03274-9540

**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:**

- \* DECLARACION DE IMPUESTO A LA RENTA
- \* DECLARACION DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- \* DECLARACION MENSUAL DE IVA
- \* IMPUESTO A LA PROPIEDAD DE VEHICULOS MOTORIZADOS

---

**# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:** del 001 al 002 **ABIERTOS:** 1 **CERRADOS:** 1

**JURISDICCION:** REGIONAL CENTRO I, TUNGURAHUA

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

**Usuario:** RASP220396 **Lugar de emisión:** BAÑOS OSCAR EFREN REYES 1027 Y ORIENTE **Fecha y hora:** 25.01.2007 02:01:17

