

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA.

Tema:

"El control interno del proceso de comercialización y la rentabilidad de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., en el año 2014"

Autor: López Garzón, Wiley Eduardo

Tutora: Ing. Córdova Pacheco, Ana Consuelo

Ambato - Ecuador

2016

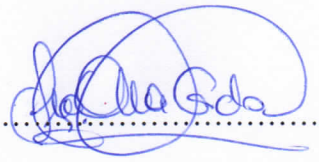
APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Ing. Ana Consuelo Córdova Pacheco, con cédula de identidad N°. 050275878-2 en mi calidad de tutora del proyecto de investigación sobre el tema: **"EL CONTROL INTERNO DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA COMERCIAL CISNEROS IMPORTADORA KUMHO CÍA. LTDA., EN EL AÑO 2014"**, desarrollado por Wiley Eduardo López Garzón, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

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

Ambato, Octubre del 2016

LA TUTORA



.....

Ing. Ana Consuelo Córdova Pacheco

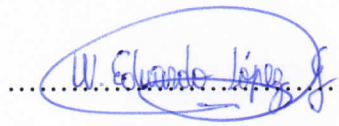
C.I. 050275878-2

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Wiley Eduardo López Garzón con cédula de identidad N°. 180435501-2, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigativo, bajo el tema: "**EL CONTROL INTERNO DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA COMERCIAL CISNEROS IMPORTADORA KUMHO CÍA. LTDA. EN EL AÑO 2014.**", así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Octubre del 2016

AUTOR



Wiley Eduardo López Garzón

180435501-2

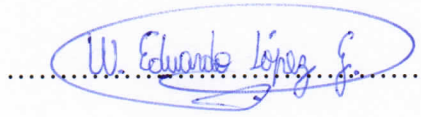
CESIÓN DE DERECHOS

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

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

Ambato, Octubre del 2016

AUTOR



Wiley Eduardo López Garzón

180435501-2

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema: "**EL CONTROL INTERNO DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA COMERCIAL CISNEROS IMPORTADORA KUMHO CÍA. LTDA. EN EL AÑO 2014"**, elaborado por Wiley Eduardo López Garzón, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Octubre del 2016

.....

Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE

.....

Dr. César Salazar

MIEMBRO CALIFICADOR

.....

Eco. Daniel Izquierdo

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a mi padre Wiley López, a mi madre María Garzón, y mis hermanos Cecibel e Ismael, mi sobrino Mario, mi abuelita Mami Julieta y mis familiares por haberme apoyado en mi vida estudiantil y por guiarme por el camino de la honestidad y perseverancia, a mis compañeros que me han enseñado a nunca rendirme y siempre lograr mis metas y a vivir la vida minuto a minuto y encontrar el mejor motivo para sonreír en la forma correcta.

Eduardo López

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado el don de la vida y a mis padres mi pilar fundamental y mis hermanos, sobrino y abuelita por haber sido mi guía durante esta lucha constante por conseguir mis metas con dedicación y responsabilidad.

A la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato, por haberme acogido y enseñarnos a ser mejor persona frente a las circunstancias que se nos presenten, mis compañeros de curso y a sus docentes, por todas las enseñanzas y conocimientos adquiridos, a la Empresa "Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.", por la apertura brindada y a la Ing. Ana Córdova, por su apoyo brindado y mis calificadores mil gracias por su valioso apoyo.

Eduardo López

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

TEMA: "EL CONTROL INTERNO DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA COMERCIAL CISNEROS IMPORTADORA KUMHO CÍA. LTDA., EN EL AÑO 2014".

AUTOR: Wiley Eduardo López Garzón
TUTOR: Ing. Ana Consuelo Córdova Pacheco
FECHA: Octubre del 2016

RESUMEN EJECUTIVO

En el actual escenario mundial, los principales desafíos para las empresas provienen de los acelerados cambios del entorno. La responsabilidad empresarial conviene que las empresas importadoras tiendan a modificaciones en sus aspectos económicos, éticos, legales, sociales y ambientales. La importación de llantas es una actividad comercial de gran demanda en el mercado ecuatoriano, lo cual genera grandes beneficios tanto para nuevos empresarios como para los actuales, en donde la inversión de capitales es el punto fundamental del desarrollo sostenible del comercio de importación de este tipo de negocios, contribuyendo a la disminución del desempleo y a la generación de población económicamente activa en el país.

Esta investigación está dirigido a la empresa "Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda." en la ciudad de Ambato, empresa que ha conseguido ubicarse en un sitio importante en lo referente al sector de la importación y comercialización de neumáticos (llantas) al por mayor y menor y de todo tipo de partes para vehículos y la empresa cumpla con objetivos claramente definidos.

PALABRAS DESCRIPTORAS: CONTROL INTERNO, RENTABILIDAD, PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN, IMPORTACIONES, AUDITORÍA.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING
CAREER ACCOUNTING AND AUDITING

TOPIC: "THE INTERNAL CONTROL PROCESS PROFITABILITY MARKETING AND BUSINESS ENTERPRISE CO. CISNEROS IMPORTADORA KUMHO. LTDA., IN 2014".

AUTHOR: Wiley Eduardo López Garzón
TUTOR: Ing. Ana Consuelo Córdova Pacheco.
DATE: October 2016

ABSTRACT

In the current world scenario, the main challenges for companies come from the rapid changes in the environment. Corporate responsibility should importing enterprises tend to change in their economic, ethical, legal, social and environmental aspects.

The import of tires is a commercial activity in great demand in the Ecuadorian market, which generates great benefits for both new entrepreneurs and existing, where capital investment is the key point of sustainable development of import trade of this type business, contributing to the decline in unemployment and the generation of economically active population in the country.

This research is aimed at the company "Comercial Cisneros Importadora Kumho Co. Ltda. "In the city of Ambato, a company that has managed to be located in an important place in relation to the import and marketing of tire industry (tire) wholesale and retail and all kinds of parts for vehicles and the company complies with clearly defined objectives.

KEYWORDS: INTERNAL CONTROL, PROFITABILITY, MARKETING PROCESS, IMPORTS, AUDIT.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO **PÁGINA**

PÁGINAS PRELIMINARES

PORTADA ..... **i**

APROBACIÓN DEL TUTOR ..... **ii**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA ..... **iii**

CESIÓN DE DERECHOS ..... **iv**

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO ..... **v**

DEDICATORIA ..... ***vi***

AGRADECIMIENTO ..... **vii**

RESUMEN EJECUTIVO ..... **viii**

ABSTRACT ..... **ix**

ÍNDICE GENERAL ..... **x**

ÍNDICE DE TABLAS ..... **xiii**

ÍNDICE DE GRÁFICOS ..... **xiv**

INTRODUCCIÓN **1**

CAPÍTULO I **3**

1. Descripción y Formulación del Problema **3**

1.1. TEMA **3**

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA **3**

1.2.1. Contextualización 3

1.3. ANÁLISIS CRÍTICO **11**

1.3.1. PROGNOSIS 13

1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 14

1.3.3. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN 14

1.4. JUSTIFICACIÓN **15**

1.5. OBJETIVOS **16**

1.5.1. OBJETIVO GENERAL 16
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 16

CAPÍTULO II 17

MARCO TEÓRICO 17

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS 17
2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA 21
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL 22
2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES 25
2.5. PREGUNTAS DIRECTRICES 47
2.6. HIPÓTESIS 47
2.7. SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES DE LA HIPÓTESIS 47

CAPÍTULO III 48

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 48
3.1. ENFOQUE 48
3.1.1. Investigación Cualitativa: 48
3.1.2. Investigación Cuantitativa: 48
3.2. MODALIDADES BÁSICAS DE LA INVESTIGACIÓN 49
3.2.1. INVESTIGACIÓN DE CAMPO 49
3.2.2. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA – DOCUMENTAL 49
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN 50
3.3.1. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA 50
3.3.2. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA 50
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA 51
3.4.1. MUESTRA 52
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES 53
3.6. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS. 56
3.6.2. FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS 59

CAPÍTULO IV 60

RESULTADOS 60

4.1. PRINCIPALES RESULTADOS 60
4.1.1. INTERPRETACIÓN DE DATOS 60
4.1.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA 60
4.2. VERIFICACIÓN DE LA HIPOTESIS 76
4.2.1. Simbología 76
4.2.2. Modelo Lógico 76
4.2.3. Modelo Matemático 76
4.2.4. Nivel de Significatividad 77
4.2.5. Proporcionar el Estadístico de Prueba 77
4.2.6. Grados de Libertad 77
4.2.7. Preguntas Seleccionadas para la verificación de la Hipótesis 78
4.2.8. Fórmulas 80
4.2.9. Media Aritmética 80
4.2.10. Desviación típica de la muestra 80
4.2.11. "t Student" 80
4.2.12. Condición 81
4.2.13. Conclusión 81
4.3. LIMITACIONES DEL ESTUDIO 82
4.4. CONCLUSIONES 82
4.5. RECOMENDACIONES 83
PROPUESTA 84
BIBLIOGRAFÍA 87
ANEXOS 89

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO **PÁGINA**

Tabla 1: Cambios en el arancel para la importación de neumáticos 5
Tabla 2: Porcentaje de consumo de materia prima por neumático 6
Tabla 3: Tipos de Riesgos 32
Tabla 4: Personal de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda. 51
Tabla 5: Variable Independiente: Control Interno. 54
Tabla 6: Variable Dependiente: Rentabilidad 55
Tabla 7: Variable Dependiente: Rentabilidad 56
Tabla 8: Plan de procesamiento de información. 57
Tabla 9: Cuantificación de Resultados 59
Tabla 10: Tipos de instrumentos de control 60
Tabla 11: Control de la Rentabilidad 62
Tabla 12: Actividades de Control 63
Tabla 13: Rentabilidad 64
Tabla 14: Tipos de Instrumentos de Rentabilidad 65
Tabla 15: Importancia del Departamento de Comercialización. 66
Tabla 16: Tipos de Instrumentos de Control 67
Tabla 17: Herramientas de Control 68
Tabla 18: Diseño de Seguridad 69
Tabla 19: Información y comunicación 70
Tabla 20: Competitividad 71
Tabla 21: Incremento de Rentabilidad 72
Tabla 22: Personal 73
Tabla 23: Indicadores 74
Tabla 24: Margen de Utilidad 75
Tabla 25: Indicadores de Rentabilidad de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda. 104
Tabla 26: Tipos de instrumentos de control 78
Tabla 27: Rentabilidad 79
Tabla 28: Incremento de Rentabilidad 79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO **PÁGINA**

Gráfico 1: Situación Actual de las Importaciones a nivel mundial de neumáticos.... 4
Gráfico 2: Empresas importantes en la comercialización e importación de neumáticos.... 8
Gráfico 3: Organigrama Estructural.... 10
Gráfico 4: Árbol de Problemas 12
Gráfico 5: Categorías Fundamentales 25
Gráfico 6: Variable Independiente.- Control interno 26
Gráfico 7: Variable Dependiente.- Rentabilidad.... 27
Gráfico 8: Elementos del Control Interno.... 35
Gráfico 9: Tipos de Control Interno.... 38
Gráfico 10: Plan de información procesada.... 58
Gráfico 11: Representación gráfica de resultados.... 59
Gráfico 12: Representación gráfica de resultados.... 61
Gráfico 13: Representación gráfica de resultados.... 62
Gráfico 14: Representación gráfica de resultados.... 63
Gráfico 15: Representación gráfica de resultados.... 64
Gráfico 16: Representación gráfica de resultados.... 65
Gráfico 17: Representación gráfica de resultados.... 66
Gráfico 18: Representación gráfica de resultados.... 67
Gráfico 19: Representación gráfica de resultados.... 68
Gráfico 20: Representación gráfica de resultados.... 69
Gráfico 21:: Representación gráfica de resultados 70
Gráfico 22: Representación gráfica de resultados.... 71
Gráfico 23: Representación gráfica de resultados.... 72
Gráfico 24: Representación gráfica de resultados.... 73
Gráfico 25: Representación gráfica de resultados.... 74
Gráfico 26: Representación gráfica de resultados.... 75
Gráfico 27: Representación gráfica de la distribución "t Student".... 81

INTRODUCCIÓN

El control interno es fundamental en cualquier empresa y lo debe ser para la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., especialmente por las deficiencias que esta presenta en el departamento de comercialización, se debe corregir los problemas identificando, los puntos críticos de la empresa y tomando la mejor decisión que ayude a la rentabilidad de la empresa.

La presente investigación se realizó con el objetivo de dar a la empresa una ayuda para seguir creciendo por lo que a continuación se detalla el contenido de cada uno de los capítulos de la investigación realizada.

CAPÍTULO I.- Este capítulo se presenta el análisis y descripción del problema de investigación, es decir las principales razones por las que se realizó este trabajo, el problema de investigación y este contiene el tema, contextualización, análisis crítico, árbol de problemas, prognosis, formulación del problema, delimitación, justificación y objetivos, en el que se presenta la finalidad de la investigación.

CAPÍTULO II.- En este capítulo se citaran las fuentes de investigación, es decir, libros, revistas, artículos científicos, etc., que han sido fundamentales para conocer más a fondo las variables en estudio, gracias a estas hemos podido conocer el grado de dependencia entre las variables, y así poder plantear posibles soluciones al problema planteado; también se señalarán las bases legales en las que se enmarca la presente investigación, para que pueda ser realizada sin ningún inconveniente y este apegada a las leyes y regularizaciones impuestas por el gobierno de turno.

CAPÍTULO III.- Este capítulo contiene la metodología de la investigación y se define el tipo de investigación que se va a realizar, la población y muestra de estudio, la operacionalización de las variables, se establece un plan de recolección de información y de procesamiento de la misma, además se plantea una fórmula para la comprobación de la hipótesis.

CAPÍTULO IV.- En este capítulo se analiza, interpreta y tabula los datos obtenidos por la encuesta y se aplica la fórmula de comprobación denominado "t Student" para

aceptar o rechazar la hipótesis adecuada, además las conclusiones, recomendaciones y una propuesta de solución del presente trabajo investigativo.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS Y DESCRICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. Descripción y Formulación del Problema

1.1.TEMA

"El Control Interno del Proceso de Comercialización y la Rentabilidad de la Empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., en el año 2014."

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Contextualización

MACRO: Hoy en día las empresas nacionales se han enfocado en la necesidad de recalcar la importancia de un control interno en los procesos de comercialización que pueda determinar y establecer la rentabilidad de las mismas, se aprueba que las empresas obtengan mejores oportunidades y así se pueda definir los procesos de comercialización con mayor prontitud y eficacia.

La mayor parte de las importaciones de neumáticos tiene una participación importante en la economía del país debido a que los ingresos que generan estas actividades económicas son de forma directa o indirecta con sus clientes y quienes están involucrados con el negocio.

A demás, se debe destacar que los neumáticos cunetas con tecnologías que son orientadas al confort, la seguridad y el cuidado del medio ambiente, para que de esta forma nuestras empresas consideren tener medidas de control internas, contando con controles eficaces y eficientes que permitan mejorar la rentabilidad para así no tener problemas que afecten el buen desempeño de las empresas.

Por la participación tan frecuente que simboliza estas empresas en nuestro país es importante que en cada una de las empresas optimice sus servicios y productos mediante controles internos adecuados que conllevaran a la mejora continua y por ende a obtener más rentabilidad.

Luego de haber realizado los esfuerzos organizacionales pertinentes para mejorar el proceso de comercialización y garantizar la rentabilidad de las empresas se deberá reconocer cada momento del análisis del control interno tanto interno como externo para así conocer los mejores resultados y cumplir con la diligencias y compromisos que posee la empresa con nuestros clientes y futuros clientes.

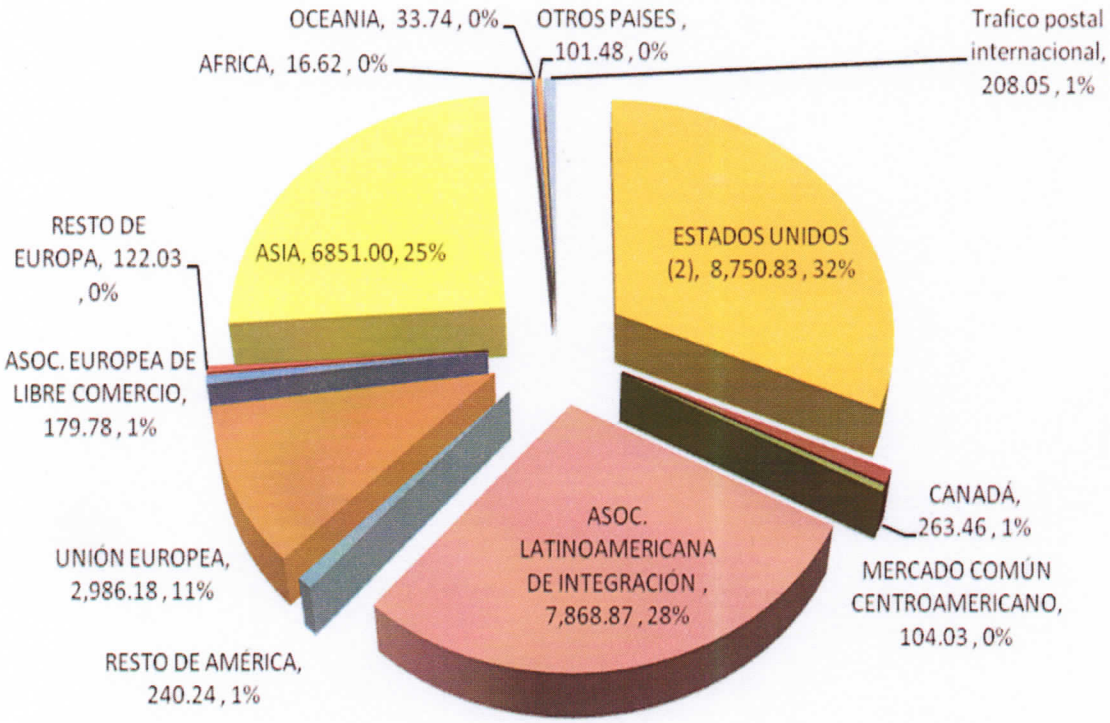


Gráfico 1: Situación Actual de las Importaciones a nivel mundial de neumáticos
Fuente: MIPRO
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Las importaciones también se realizan mayoritariamente de América y el segundo continente que es más representativo para Ecuador es Asia, luego Europa.

En Europa, la Unión Europea es una de las más representativas y las importaciones realizadas desde esta región presentaron un incremento del 11%, en los últimos años la proporción de importaciones de la UE paso del 10.6% en el 2004 al 11% en el 2014.

En Asia, los países más representativos son Japón y China con crecimiento del 25% respectivamente.

No nos podemos olvidar de uno de los países más representativos que es Estados Unidos con un 32% de importaciones hacia nuestro país.

Todas las importaciones que nuestro país realizan son procedentes de China como, por ejemplo: televisores, motocicletas en partes y terminadas, neumáticos radiales, aparatos de comunicación, monitores, lámparas fluorescentes, calzado, entre otras. Cerca del 7% de las importaciones totales del Ecuador son provenientes de China.

Donde dice:

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Designación de la Mercancía	Un. Fis.	Adv. %
4011.10.10	.00	--Radiales	u	15
4011.10.90	.00	--Los demás	u	15
4011.20.10	.00	--Radiales	u	15
4011.20.90	.00	--Los demás	u	15

Debe decir:

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Designación de la Mercancía	Un. Fis.	Adv. %
4011.10.10	.00	--Radiales	u	USD 0.90 por Kg. Neto
4011.10.90	.00	--Los demás	u	USD 0.90 por Kg. Neto
4011.20.10	.00	--Radiales	u	USD 1.20 por Kg. Neto
4011.20.90	.00	--Los demás	u	USD 1.20 por Kg. Neto

Tabla 1: Cambios en el arancel para la importación de neumáticos
Fuente: AEADE, Y MIPRO
Elaborado por: López Eduardo (2016)

El Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (Comex) aprobó el 25 de mayo del 2010 el cambio del arancel "ad valorem" del 15% por uno específico, según el tipo de neumáticos para automóviles, buses y camiones. Es decir que el arancel de los neumáticos de automóvil cambia del 15% a $1.20 por kg, esta variación debido a su mayor tamaño y valor.

Según la AEADE, este arancel aumenta el costo de importación de los neumáticos pequeños entre el 12% y el 50% para los neumáticos grandes, y que mejor sería haber mantenido el 15% sobre el costo de la mercancía, lo que hubiese significado el pago de $0.80 por Kg cada unidad.

Los componentes que se pueden llamar comunes para la fabricación de los neumáticos son detallados a continuación mediante porcentajes.

MATERIA PRIMA	PORCENTAJE
Caucho natural	19%
Caucho sintético	26%
Negro de humo	23%
Tejidos	9%
Alambres	3%
Aceites	6%
Otros	14%
Total	100%

Tabla 2: Porcentaje de consumo de materia prima por neumático
Fuente: AEADE
Elaborado por: López Eduardo (2016)

MESO: En el Cantón Ambato, provincia de Tungurahua, se ha destacado por ser una ciudad con un gran potencial al momento de comercializar neumáticos ya sea dentro y fuera de la provincia y el país, lo que posibilita desarrollar procesos y formas de conversión para el eficiente crecimiento económico de las empresas en el proceso de comercialización de neumáticos.

Existen componentes que afectan directamente a las empresas comercializadoras de neumáticos tanto en su proceso, como en la desconcentración ante temas técnicos que requiere la empresa, el desconocimiento de procedimientos apropiados y aplicables, la escases de determinar políticas, objetivos específicos y claros y además de plantearse estrategias a futuro con el fin de tomar las mejores decisiones y que estas no afecten al control interno de la empresa, provocando que su rentabilidad no

sea la esperada de tal manera que se pueda aplicar mejor los procesos de comercialización para que de este modo se incremente sus beneficios.

Existiendo estas causas mencionadas con anterioridad los causales para el estancamiento económico de estas empresas, los gerentes o propietarios deben buscar soluciones acorde para dar solución a los problemas, que no solo afectan a la empresa sino a sus ingresos, también deben impulsar el fortalecimiento de la comunicación interna y de este modo existirá una economía elevada tanto para la empresa como para la provincia, además debe tener presente el desarrollo tecnológico que afecta a todas las empresas y de este modo demostrar su compromiso con la sociedad, clientes actuales y futuros y con los ambateños.

Así mismo, considerando los cambios y las múltiples innovaciones a las que se enfrenta la ciudad en la actualidad, es dificultoso que una entidad logre afianzarse en el mercado local ya que debe utilizar métodos y técnicas actualizadas para el desarrollo de su actividad comercial y no debe olvidar mantener un adecuado y correcto control interno de sus procesos de comercialización, puesto que esto generara un excelente manejo de la rentabilidad lo que conllevara a la obtención de mejoras a futuras.



Definitivamente la provincia de Tungurahua no tan grande en prolongación peri si es una de las más comerciales e importantes dentro de la economía del país, a continuación, presentaremos las empresas más importantes en la comercialización de neumáticos en la cuidad de Ambato.

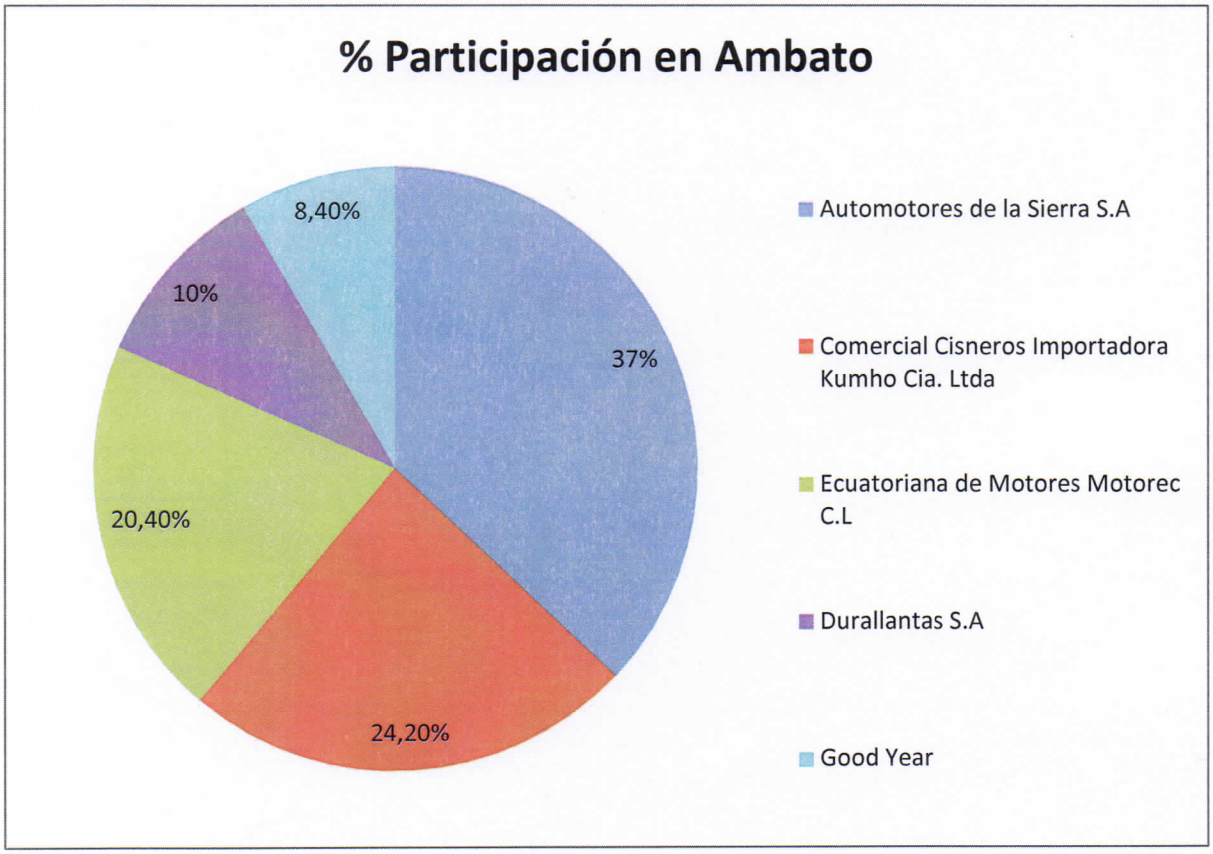


Gráfico 2: Empresas importantes en la comercialización e importación de neumáticos
Fuente: AEADE, Informe Económico
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Debemos tomar en cuenta que Ambato es una de las ciudades más productivas y económicas dentro del país, es necesario conocer el porcentaje de participación que se presentan dentro del mercado competitivo como es la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., lo que permitirá tener una visión futura y objetiva del potencial creciente de la empresa con un 24.20% frente a los demás.

Los constantes cambios en las estructuras económicas, legales y sociales, impulsan a las empresas no solo en ganar el mayor beneficio o incrementar su rentabilidad, sino

también en aplicar herramientas de control interno que beneficien a la empresa en su crecimiento corporativo y por ende a la mejor toma de decisiones.

MICRO: Mediante escritura pública en el Cantón Ambato ante el Notario Primero se conforma la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., esta empresa fue fundad el 7 de octubre del 2003 como privada.

Cuenta con 47 trabajadores y como ingresos anuales posee $7,39 millones, esta empresa genera muchos más ingresos que otras tiendas o comerciales de neumáticos, su dueño o propietario es el señor Fabián Cisneros, y se encuentra registrada en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) con el # 1891711774001 lo que le permite a la empresa ejercer sus actividades económicas dentro de lo legal. Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., se encuentra ubicada en la AV. BOLIVARIANA S/N Y SANTA CRUZ sector, cerca de la línea del tren al norte de la ciudad de Ambato de la Provincia de Tungurahua. Cuenta con un capital suscrito de USD $10.000 divididos en 1.000 participaciones de USD $1.00 cada una.

Su principal actividad dominante es: La compra, venta, importación y distribución de todo tipo de neumáticos (llantas) nacionales e internacionales para transporte de vehículos ya sean estas nuevas, usadas y/o renovadas, igualmente vende baterías MAC, aros para autos y camiones, además brinda un servicio de alineación y balanceado de llantas de gomería, vulcanizado y reencauche, y su principal distribuidor es SHANDONG HENGFENG RUBBER AND PLASTIC CO LTD de China.

La empresa presenta dificultades que imposibilitan obtener una gran competitividad, debido a la falta de un control interno; lo que ha interrumpido por varios años a la empresa que se mantenga en un alto nivel en la comercialización de neumáticos, lo que trae como consecuencia la baja rentabilidad y este se ve afectado en los resultados de su crecimiento empresarial frente a sus competidores, de la misma manera una buena aplicación de controles internos dentro del proceso de comercialización de la empresa permitirá que exista un elevado nivel de confianza de sus administradores como de sus clientes que siempre debe enfatizarse la satisfacción de los mismos para así llegar a obtener y aumentar nuestra rentabilidad.

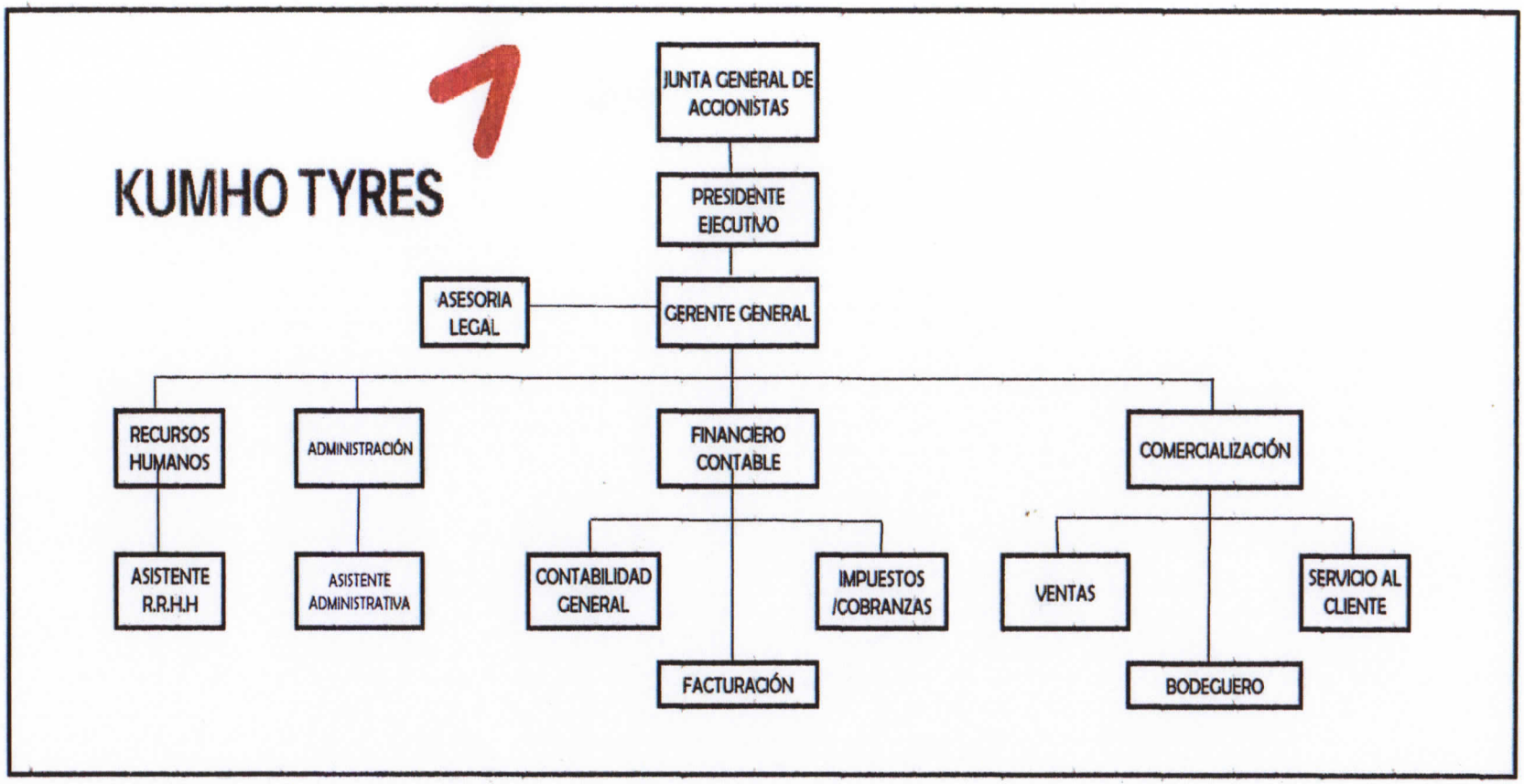


Gráfico 3: Organigrama Estructural
Fuente: Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.
Elaborado por: López Eduardo (2016)

1.3. ANÁLISIS CRÍTICO

Después de examinar detenidamente el problema investigado en la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., se puede indicar que existe un inadecuado control interno en el proceso de comercialización lo que es la causa principal para que exista muchos inconvenientes con la rentabilidad y por ende con el manejo de los diferentes departamentos dentro de la empresa, esto tiene como consecuencia la pérdida de clientes que son insatisfechos con nuestros productos y servicios. El camino no es adecuado para que se deba tomar mala captación de clientes y la empresa no cumpla con sus metas trazadas y al mismo tiempo no pueda incrementar la rentabilidad, es un conjunto de lineamientos tanto financieros como administrativo y también comunicacionales dentro de la empresa que no estén en su adecuado acuerdo con los objetivos planteados y previamente establecido por la gerencia, no se dé cumplimento a cabalidad en el tiempo de funcionamiento de la empresa al momento de comercializar sus productos. El proceso de comercialización debe estar enfocado en la utilización de todas las herramientas económicas que posee la empresa para de esta manera se analice y verifique el control interno que permitirá a la empresa ser más competitiva y esto el significara mayor rentabilidad lo cual no se está poniendo en práctica dentro de la empresa.

La respuesta de solución a un resultado no deseado es que se consigue al aplicar un control interno limitado esto debe tener beneficios inmediatos dentro del proceso de comercialización de neumáticos.

Nuestros clientes no están conformes con los productos y servicios que se le ofrezca lo que se prevé que la empresa no tenga la rentabilidad deseada y esta deberá aplicar mejores herramientas de control interno de forma rápida lo cual no se lo está haciendo. Frecuentemente, cuando se asevera que el control interno es un objeto indispensable en toda organización, las mismas deben optar por elementos para inspeccionar cada departamento y así dar soluciones oportunas y apropiadas para el fortalecimiento de la empresa. La empresa no está teniendo en cuenta la inestabilidad económica que una mala aplicación de un control interno está llevando a la empresa a su mal funcionamiento y no se cumpla con las metas y estrategias de satisfacer a nuestros clientes y por ende a nuestra organización, y esto proporcione el incremento de problemas sin solución para la empresa.

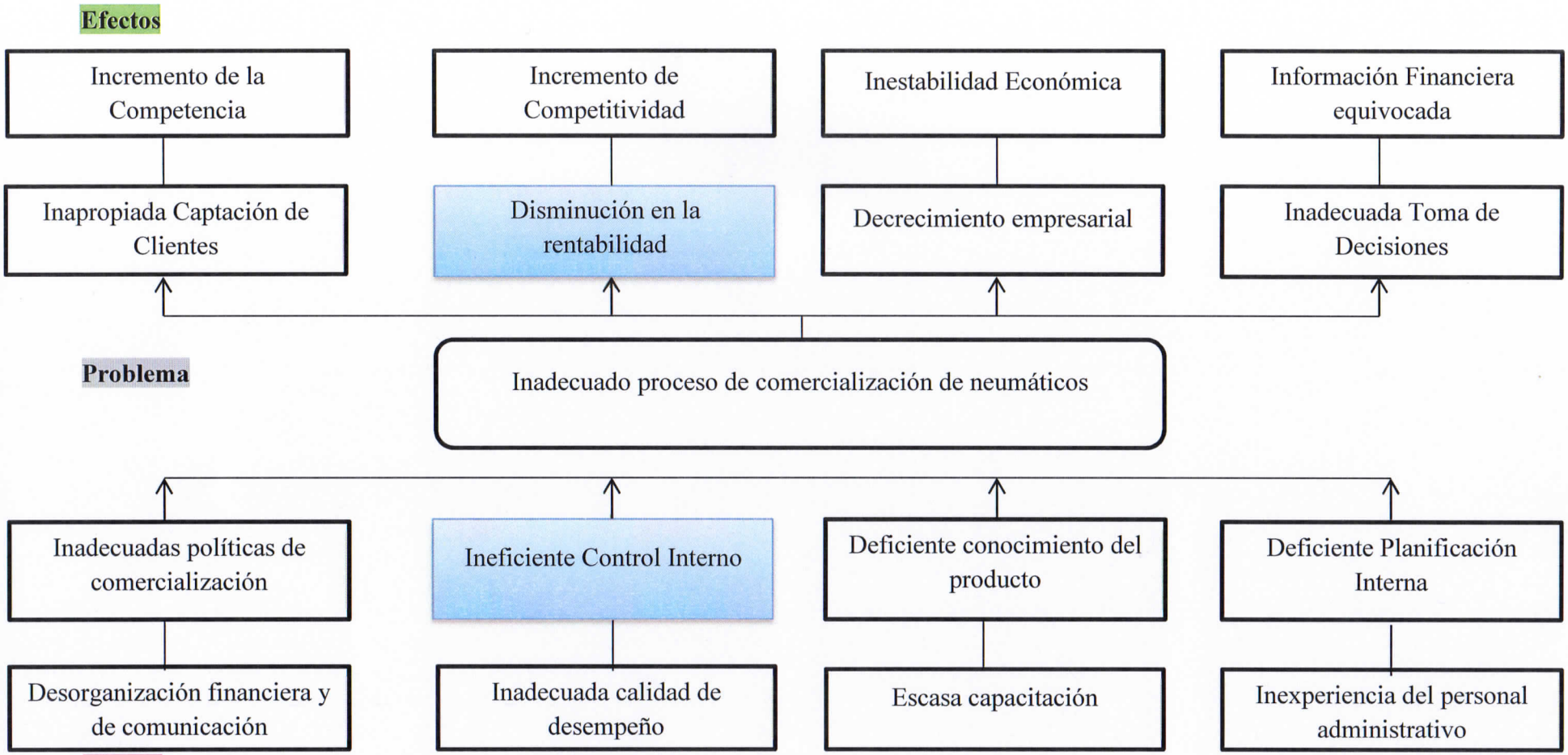


Gráfico 4: Árbol de Problemas
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

1.3.1. PROGNOSIS

La empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., en el año 2014 presenta un inadecuado proceso de comercialización lo cual establece como principal causa de la disminución de la rentabilidad dentro de la empresa y por ende su mal funcionamiento.

Si la administración no analiza lo sustancial que significa para una empresa gozar de un control interno, existirá un deficiente manejo de sus recursos económicos, financieros y administrativos.

La competitividad que se presenta hoy en día de las demás empresas que se encuentran en el mismo ejercicio económico de nuestra empresa como es la comercialización de llantas, obliga a la empresa a tener presente que una información financiera equivocada y a una inexperiencia por parte del personal administrativo de la empresa conlleve a tener pérdidas por esa razón deberá aplicar mejores métodos de control interno dentro de la empresa para que no existan problemas futuros.

El escaso conocimiento del problema establecido depende de que la empresa no cuente con un control interno adecuado que abarque todos los departamentos para mejorar cada proceso y dar como resultado una economía poco acelerada y que no se vea los frutos de la empresa en un futuro.

El problema también concierne a una escasa capacitación acerca de los procedimientos de control interno que está causando dentro de la empresa una inestabilidad económica y un decrecimiento empresarial, además no se está tomando en cuenta la poca captación de clientes y que la mercancía quede estancada debido a una mala planificación y al no poseer un control contable adecuado para el mejor desenvolvimiento de la empresa.

Si la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., continua con poca importancia sobre su control interno y por ende al problema, esta investigación continuara con una depresión baja de su rentabilidad y esto conllevara a una desorganización total dentro de cada departamento de la empresa.

1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es el incorrecto control interno del proceso de comercialización de neumáticos aplicada por la empresa lo que estímulo a la rentabilidad en el año 2014?

1.3.3. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN

- Límite de contenido

ÁREA TÉCNICA DE LA CARRERA: Administración de Empresas y Derecho.

SUBÁREA: Educación Comercial y Administración.

SECTOR: Control Interno y la Rentabilidad.

LINEA DE INVESTIGACIÓN: Desarrollo Territorial y Empresarial.

- Límite espacial

El presente Proyecto de Investigación se desarrollará en la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., del cantón Ambato, ubicada en la AV. BOLIVARIANA S/N Y SANTA CRUZ.

- Límite temporal

Sera aplicada la investigación al proceso de comercialización de neumáticos y su proceder de los mismos en el año 2014.

1.4. JUSTIFICACIÓN

El proyecto de investigación presentado, permite dar como solución al problema a tratar que actualmente está atravesando la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., como es el inadecuado proceso de comercialización de neumáticos.

La contribución de la presente investigación ofrece y entrega información confiable, verdadera y capaz de tomar las mejoras continuas tanto en efectividad y eficacia del proceso de comercialización dentro de un adecuado control interno presentado por la empresa, cumplir con el reglamento establecido y podemos aplicar dentro de la empresa los elementos del control interno como son: ambiente de control, evaluación de riegos, actividades de control , información y comunicación y supervisión y monitoreo, esto permitirá detectar y corregir errores, por lo que se mejorara el ambiente interno y externo de la empresa en cada uno de sus departamentos.

Este estudio de investigación es novedoso para la misma empresa, porque con anterioridad no se ha revisado el proceso de comercialización dentro del control interno, permitiendo aumentar la eficacia de sus actividades tanto contable como de comercialización y así aumentar la rentabilidad de la empresa.

Los principales beneficiarios serán los miembros de la empresa, quienes están interesados en mejorar el control interno y aumentar su rentabilidad dentro del proceso de comercialización de neumáticos.

Los departamentos administrativos, financiero y de comercialización tendrán una eficiente ejecución de los procesos que la empresa tiene establecidos para mejorar los resultados.

El propósito de esta investigación es tener una guía que la empresa pueda seleccionar entre un conjunto de políticas que de manera adecuada mejores el control interno de este departamento con el fin de salvaguardar sus activos y evitar la lenta recuperación de cartera, tener información financiera y contable confiable para la

mejor toma de decisiones dentro de las finanzas de la empresa y que con estas herramientas contribuyan al excelente proceso administrativo y al crecimiento empresarial.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar lo sucedido con el control interno en el proceso de comercialización y la rentabilidad de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir los procedimientos de control interno que son aplicados al proceso de comercialización de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.

- Evaluar mediante indicadores de rentabilidad la situación actual de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.

- Proponer una solución que garantice el correcto control interno y el incremento de la rentabilidad en la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., en la ciudad de Ambato.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En la presente investigación se ha tomado como referencia la revisión de material bibliográfico de revistas y publicaciones científicas que estén de acuerdo al problema a tratar.

Según Mejía Quijano, Rubí en su tema: Autoevaluación del Sistema de Control Interno (2005, págs. 82-95).

Resumen

La presente investigación demuestra como diagnostico al control interno, que además permite el fortalecimiento empresarial. Está orientada al soporte de la alta dirección que está representado por los recursos físicos y la alineación financiera que se manifieste durante su desarrollo.

Al tener como soporte el comprometimiento de la recolección financiera que permitirá proponer soluciones para el mejoramiento de los objetivos de la empresa con el control interno, y esta beneficie a la empresa con su aplicación y por ende a los empleados de la misma.

Los presentes conflictos en su aplicación pueden proceder de aspectos afines con la cultura organizacional: si el particular no está dispuesto a ayudar con los suministros de la información, si existe descuido con el proceso y si no se cuenta con personas capacitadas para realizarlo.

Se efectúa tres etapas como es la planeación, la ejecución y por último la elaboración de un informe en el que se acrediten los resultados obtenidos al autoevaluar el control interno y establecer propuestas de mejora enfocados a su rentabilidad.

Conclusión

La autoevaluación debe establecer una definición evidente del control interno, que sirva de referencia para su análisis y aplicación, y debe estar proyectado tanto al apoyo de posibles problemas que se presenten en la aplicación de cada proceso en los departamentos de la empresa.

Debe resolver problemas que son necesarios que se solucionen con éxito para la aplicación de controles internos, donde se evalué y elabore un informe que reconozca las formas de posibles soluciones

con información suficiente y confiable, y que este proceso genere credibilidad y confiabilidad en los resultados que presente la empresa.

Después de realizar un análisis a la investigación anteriormente propuesta se debe establecer métodos, políticas y procedimientos para el éxito del funcionamiento del control interno en el proceso de comercialización de neumáticos, además contar con mecanismos que permitan la autoprotección para garantizar una función administrativa, financiera y de comercialización transparente y eficiente para así dar cumplimiento con las leyes y normas que regulan a la empresa, de modo que beneficien a la empresa y se tome las mejores decisiones a corto y largo plazo.

Para Viloria, Norka en su investigación: Factores que inciden en el sistema de control interno de una organización (2005, págs. 87-92).

Resumen

Como ente de revisión por parte de las organizaciones, para lograr sus objetivos se debe establecer medidas que visualicen como referencias claras las normativas y comportamientos planificable, cuya gerencia ponga en marcha y óptimo funcionamiento los factores que afectan el control interno de la empresa bajo factores que son recomendables para la buena aplicación en cada uno de sus departamentos.

Conclusión

Es un instrumento que se dedica a la aprensión de fraudes o al descubrimiento de errores de manera fortuita dentro del proceso de control interno y contable para la empresa; constituyendo una herramienta fundamental para una mejora en la administración y que se tome decisiones precisas y no aceleradas.

El sistema de control interno debe estar interconectado con todas las acciones de la organización, debido a que debe contener las medidas necesarias para que la gerencia pueda realizar un seguimiento eficaz a todos sus recursos.

En la presente investigación el control interno se debe relacionar como un sistema que interactúa con el entorno y es capaz de acomodarse a las condiciones del mismo; pero a su vez, es importante que los responsables del esquema del control interno

conserven la integridad como mecanismo para el logro de objetivos dentro y fuera de la organización.

Analizar las conclusiones a que se lleva luego de aplicar un control interno duplicando los procedimientos y que esto se vea mejorado en la rentabilidad.

De acuerdo a Rivas Márquez, Glenda en su investigación: Modelos contemporáneos de control interno. Fundamentos teóricos (2011, págs. 115-136).

Resumen

Como objeto de esta investigación está el análisis del significado de control interno y especificar de acuerdo a modelos contemporáneos los métodos que se utilizaran para un análisis reflexivo del control que es un factor clave para el logro de cualquier objetivo dentro de una empresa, por eso es oportuno establecer controles económicos y así seguir una estructura orgánica bien estructurada y además contar con una ubicación estratégica a revelar tendencias y situaciones que puedan dar solución a posibles problemas internos y por ende que no comprometa a la rentabilidad de la empresa para llegar a los mejores beneficios.

Conclusión

Hay que tener en cuenta que el mundo competitivo que se vive día a día trae consigo cambios tecnológicos, apertura de nuevos mercados y además de la competitividad, el incremento de ventas, el aumento o disminución de empleados, la globalización económica-financiero son lo que orientan a que las empresas aplican e innoven sus controles interno dentro de cada proceso o departamento para que así las operaciones económicas de las empresa se sostengan en un alto nivel y cuente con todos los respaldos por parte de la gerencia, empleado y cliente actuales y futuros.

Debido a que el control interno es un paso que lleva a cabo la administración o junta directiva de una entidad, su dirección o gerencia general y otros funcionarios empleados de la misma, y que han sido trazados para suministrar seguridad razonable acerca del cumplimiento de los objetivos de la organización, conforme a los estatutos de la empresa que se encuentren vigentes.

Para la investigación presente se toma al control interno como indispensable con el transcurrir de los tiempos debido a que en una actividad empresarial se toma como solución a problemas que viene pasando una empresa.

Podemos decir que le control interno posee como propósito principal la minimización de las desviaciones y riesgos que aqueja a varias empresas. Por ello es importante que la gerencia permita la evolución del control interno ´para que este sea más competitivo y facilite las exigencias y prioridades cambiantes de los clientes y de ahí adatarse a una estructura de crecimiento futurista para la empresa.

> Según Morillo, Maricela en su investigación: Rentabilidad Financiera y **Reducción de Costos (2001, págs. 35-48).**
>
> **Resumen**
>
> Saber los factores de los cuales la rentabilidad continúa siendo la mayor motivación y la más importante para los que invierten sus capitales en una empresa.
>
> Por otra parte, la contabilidad viene ofreciendo miles de técnicas para la reducción de costos y el incremento de la rentabilidad, con el fin de maximizar las utilidades y que esto contribuya al mejoramiento del margen de participación en el mercado de acuerdo a los beneficios que se presenta para la empresa.
>
> **Conclusión**
>
> Siempre la rentabilidad permite planificar, medir y controlar los beneficios y el nivel de la empresa en temas económicos – financieros, se puede tomar decisiones para el mejoramiento continuo de la rentabilidad y el perfeccionamiento de las actividades que añadan valor e incrementen los productos vendidos y su precio.

En la investigación presente el desempeño financiero de una empresa, es sin duda uno de los aspectos más importantes y difíciles de determinar. En la búsqueda de su determinación se han creado medidas cuantitativas como utilidad, rentabilidad, liquidez y otros, e indicadores cualitativos como innovación, perspectivas de mercado, talento y moral de los empleados, lealtad de los clientes, calidad de administración y otras.

Por ello, se pretende analizar algunos factores que influyen en el nivel de rentabilidad de una empresa, para tener presente al momento que estos sean indispensables para la empresa.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

La investigación se fundamenta en el paradigma critico-propositivo, ya que tiene como propósito estudiar, advertir y descifrar un problema real, teniendo siempre pendiente las actualizaciones de las personas, sus conocimientos y acciones ya que existen múltiples realidades que se busca dar solución a la mejora de la calidad de vida del ser humano que se encuentra en constante desarrollo.

Este paradigma conceptúa los conocimientos dirigidos a la evolución social y mejora de la calidad de la vida, definir la práctica de valores que mejore la solidaridad y la equidad por las diferencias sociales y culturales.

En esta investigación aplicara juicios de calidad y veracidad con la credibilidad que todo ser humano posee mediante la confirmación y transferibilidad, donde se apliquen técnicas e instrumentos de investigación cualitativos y cuantitativos que beneficien en todos los exteriores del desarrollo de las empresas.

Para Herrera E., Medina F., y Naranjo L., en su obra: Paradigmas (2004, págs. 88-91).

"Paradigma es el conjunto de prácticas que delimitan una disciplina científica durante un periodo especifico de tiempo",

Asimismo, se destaca las características fundamentales que a continuación se menciona:

- Se busca la disposición de influenciar el descubrimiento que es algo que resulta de una manera determinada de aplicar un modelo a seguir.
- La reciprocidad entre el investigador –objeto de estudio que poseen un nexo existente con comunicación entre los sujetos investigados.

- Consideramos a la entrevista como el motor para dar a conocer si es un estudio que se aplique a algún caso con un modelo de conocimiento lógico que permita entender el objeto de estudio.

Este paradigma en la investigación servirá como guía para la comprensión de todas las situaciones encontradas dentro de un estudio de un caso, el cual permitirá definir diferentes realidades con el problema a ser tratado y que este sea más adaptable al entorno empresarial.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La actual investigación se fundamenta legalmente en:

LEY ORGÁNICA DE LA CONTRALORIA GENERAL DEL ESTADO

Ley 73

Registro Oficial Suplementado 595 de 12 junio del 2002

Última modificación: 18 diciembre 2015

Estado: Vigente

CAPÍTULO 2

DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO

SECCIÓN 1

CONTROL INTERNO

Art.9.- Concepto y elemento del Control Interno: El control interno constituye un proceso aplicado por la máxima autoridad, la dirección y el personal de cada institución que proporciona seguridad razonable de que se protegen los recursos públicos y se alcancen los objetivos institucionales. Constituyen elementos del control interno: el entorno de control, la organización, la idoneidad del personal, el cumplimiento de los objetivos institucionales, los riesgos institucionales en el logro de tales objetivos y las medidas adoptadas para afrontarlos, el sistema de

información, el cumplimiento de las normas jurídicas y técnicas; y, la corrección oportuna de las deficiencias de control.

El Control Interno será responsable de cada institución del Estado, y tendrá como finalidad primordial crear las condiciones para el ejercicio del control externo a cargo de la Contraloría General del Estado.

Art.10.- Actividades Institucionales: Para un efectivo, eficiente y económico control interno, las actividades institucionales se organizarán en administrativas o de apoyo, financieras, operativas y ambientales.

Art.11.- Aplicación del Control Interno. - Se tendrán en cuenta las normas sobre funciones incompatibles, depósitos intactos e inmediatos de lo recaudado, otorgamiento de recibos, pagos con cheque o mediante la red bancaria, distinción entre ordenadores de gasto y ordenadores de pago; y, el reglamento orgánico funcional que será publicado en el Registro Oficial.

Art. 12.- Tiempos de control. - El ejercicio del control interno se aplicará en forma previa, continua y posterior:

a) Control previo. - Los servidores de la institución, analizaran las actividades institucionales propuestas, antes de su autorización o ejecución, respecto a su legalidad, veracidad, conveniencia, oportunidad, pertinencia y conformidad con los planes y presupuesto institucionales;
b) Control continuo. - Los servidores de la institución, en forma continua inspeccionaran y constataran la oportunidad, calidad y cantidad de obras, bienes y servicios que se recibieren o prestaren de conformidad con la ley, los términos contractuales y las autorizaciones respectivas; y,
c) Control posterior. - La unidad de auditoria interna será responsable del control posterior interno ante las respectivas autoridades y se aplicará a las actividades institucionales, con posterioridad a su ejecución.

La investigación se fundamenta en:

Normas Internacionales de Auditoría según el Instituto de Contabilidad y Auditoría, el 15 de octubre del 2013.

Evaluación de Riesgos y control Interno

Esta Norma Internacional de Auditoría (NIA) trata de implantar normas y proporcionar lineamientos para obtener una visión de los sistemas de contabilidad y del control interno y sobre los riesgos de auditoría y sus componentes: riesgo de control, riesgo inherente y riesgo de detección.

Comunicación de las deficiencias de control interno a los responsables de gobierno y a la dirección de la entidad, según el Instituto de Contabilidad y Auditoría.

Esta Norma Internacional de Auditoría (NIA) sostiene que la responsabilidad que tiene el auditor de comunicar adecuadamente, las deficiencias en el control interno que se han identificado durante la aplicación de una auditoría de los estados financieros. Esta NIA no impide responsabilidades adicionales al auditor con respecto a la elaboración sobre el conocimiento del control interno y la realización de pruebas que permitan controlar los requerimientos de las empresas.

Al realizar la caracterización y evaluación del riesgo de error, el auditor debe obtener conocimiento del control interno distinguido para la presentación de una auditoría.

Al verificar dichas valoraciones del riesgo, el auditor tiene en cuenta el control interno con el fin de delinear procedimientos de auditoría adecuados a las circunstancias, y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno. El auditor puede identificar deficiencias en el control interno no sólo durante el proceso de valoración del riesgo, sino también en cualquier otra fase de la auditoría.

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

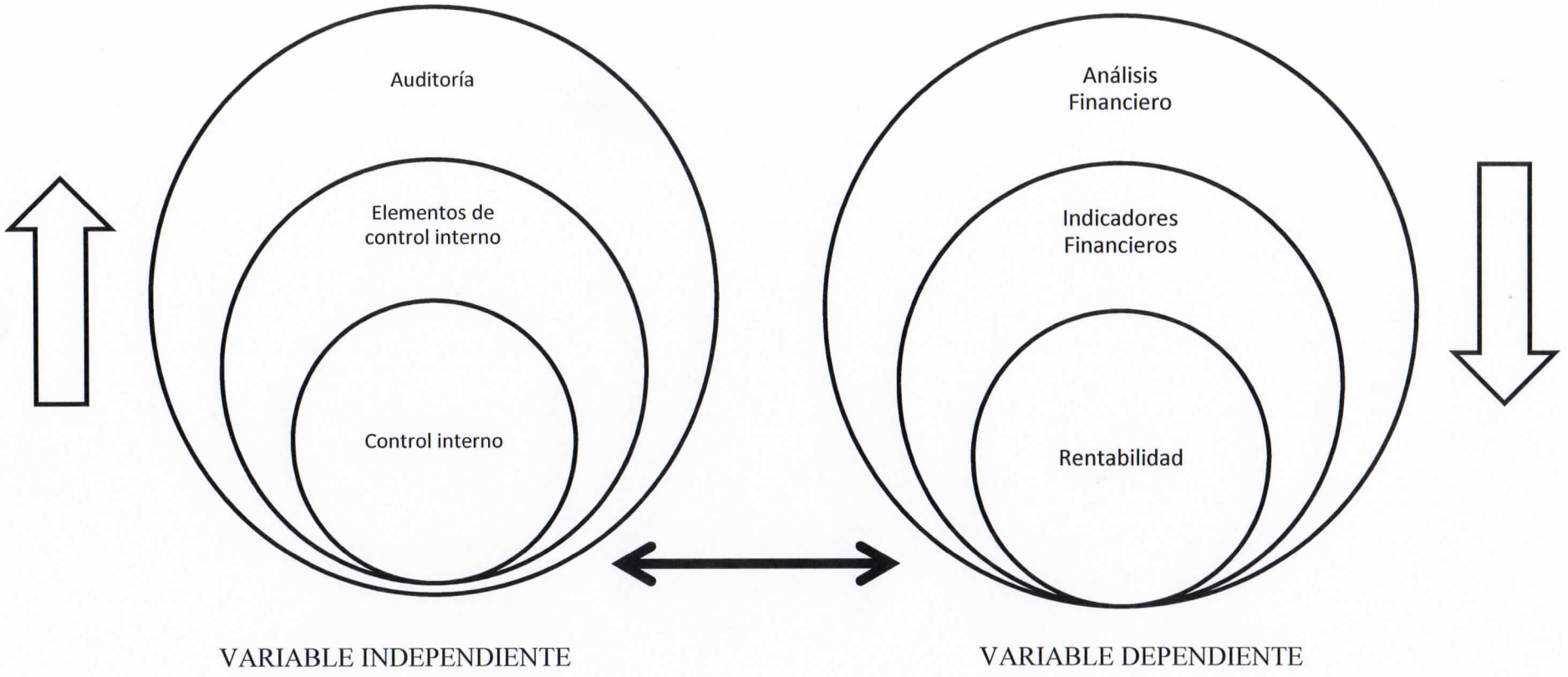


Gráfico 5: Categorías Fundamentales
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

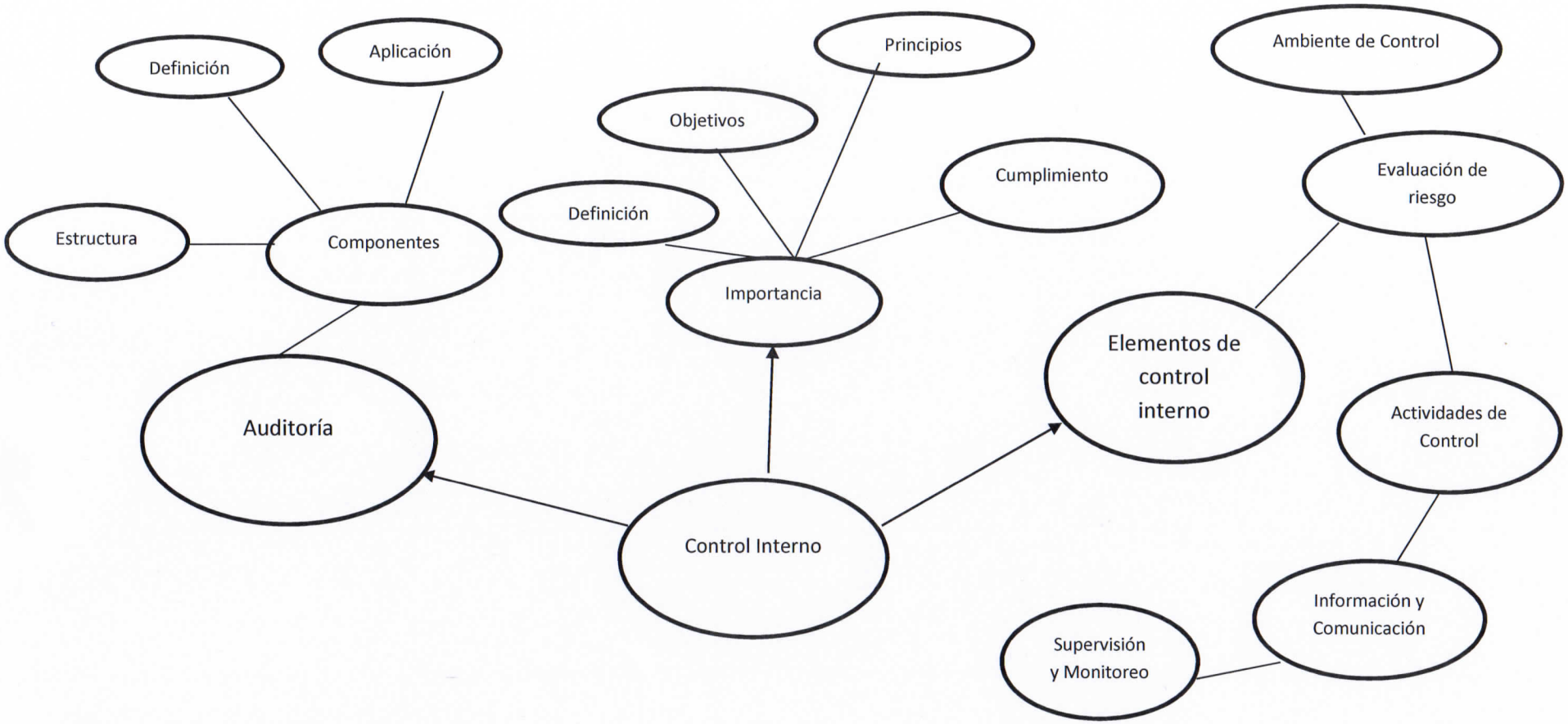


Gráfico 6: Variable Independiente.- Control interno
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

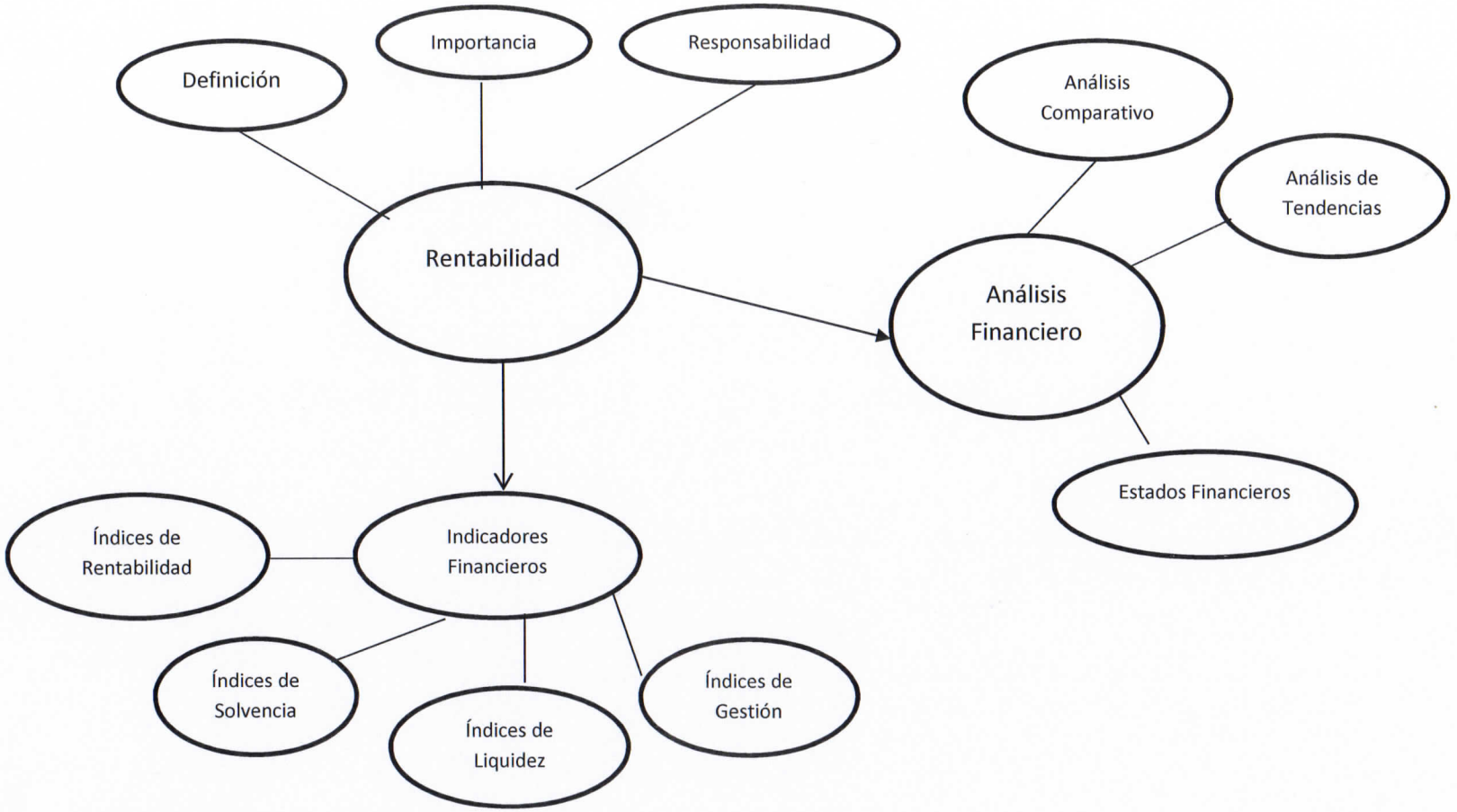


Gráfico 7: Variable Dependiente.- Rentabilidad
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Descripción Conceptual de la Variable Independiente

1. Auditoría

> Para Sarmiento, José en su obra: Sistemas de Control Interno (2007, pág. 156).
>
> Estudiar y evaluar el Sistema de Control Interno, pretende ayudar a la administración a aumentar su eficiencia mediante la presentación de recomendaciones, promueve la eficiencia de la operación, el aumento de ingresos, la reducción de los costos y la simplificación de tareas.

El apoyo y la evaluación permanente es lo que establece que el control interno permita la detección de problemas procedentes de la excelencia de procedimientos que facilitan a la empresa a cumplir con los objetivos propuestos para que exista un ambiente tanto externo como interno de control que no pueda afectar a los logros de la empresa.

La notabilidad del control interno en una empresa ha dado a notar las numerosas ideologías que causan distintas opiniones sobre el objetivo de alcanzar un control interno efectivo.

> De acuerdo al criterio de Sierra, G. en su texto: Procesos de Auditoria (2001, págs. 224-227), revela que:
>
> La Auditoria es un asunto cuya consecuencia final es la expresión de un informe en el que una persona al que se denomina auditor, formula su decisión sobre la razonabilidad financiera de las cuentas de las empresas, relacionadas con todas las cuentas de la empresa y aplicadas en un periodo determinado.

La confiabilidad de la información financiera es el objetivo primordial de la Auditoria la cual permite expresar una opinión sobre la información económica - financiera que presenta la empresa al auditor el mismo que prepara un informe en el cual manifiesta la opción técnica sobre la seguridad de los Estados Financieros si estos posen un adecuado manejo y son de manera razonable confiables.

- **Clasificación de la Auditoría**

Auditoría Interna

El objetivo de esta auditoría es el verificar y establecer procedimientos que mejoren el control interno, también se enuncia que la auditoría interna que una empresa establece es conocer con qué fin se prevé el funcionamiento y conocer los tiempos de solución a problemas que la gerencia debe contar con cambios o mejoras en los mismos.

La auditoría interna valora el control interno de una empresa que le permita la detección anticipada de los posibles errores que son cometidos y que pueden afectar a los futuros resultados de la empresa dentro de su funcionamiento.

Auditoría Externa

> De acuerdo a Madariaga en su libro Auditoría Externa (2004, pág. 13) menciona:
>
> La auditoría externa se debe indicar como una técnica empleada por una firma de profesionales para averiguar el contenido de los estados financieros proporcionados por una empresa, para de este modo sean revisados y se emita un comentario o informe de acuerdo a los principios y necesidades de la gerencia.

Al ser evaluados los estados financieros de una empresa de forma externa los mismos profesionales que son se encuentran relacionados con la misma, aplicara y emitirá información relevante que llegue a las mejores conclusiones para la toma de decisiones dentro de la empresa y estos efectos sean legales y de intereses particulares.

Tipos de Auditoría

Según Vásquez, L en su obra Auditoria General (2000, págs. 12-15) no dice:

"La Auditoría se encamina en varios procesos que les permiten a las empresas aplicar en sus adecuadas actividades diarias" y estas con mencionadas a continuación:

- Auditoría Fiscal
- Auditoría Financiera o de Estados Financieros
- Auditoría de Gestión u Operacional
- Auditoría Internacional
- Auditoría Medioambiental
- Auditoría Informática
- Auditoría de Sistemas de Gestión de Calidad

Objetivos de la Auditoría

1. Detectar errores y Fraudes
2. Informes sobre control interno
3. Recomendación económico-financiera.

De acuerdo a la Norma de Auditoría N° 55

Una empresa tiene la libertad de poseer un control interno ilimitado de contenidos, lo cual la empresa puede plasmar sus políticas y procedimientos enmarcados en los objetivos de la misma como ellos crean conveniente.

2. Elementos del Control Interno

El Control Interno se detalla a continuación:

- Ambiente de Control

Los empleados son el motor que dirige el buen funcionamiento y la integridad de los negocios enfocado en valores éticos y teniendo presente a la competencia y en el ambiente en que ellos operan para dar mejores atributos a la empresa de forma global e interna.

Factores del Ambiente de Control.

- La responsabilidad a ser competentes
- La estructura de la organización
- La rectitud y valores éticos

- Las políticas y prácticas de recursos humanos
- El pensamiento y estilo de operación de la gerencia
- Las diligencias de la junta directiva y el comité de auditoria

El Ambiente de control es la forma de desarrollar y establecer los objetivos y la minimización de riesgos. Siempre teniendo presente al comportamiento de los sistemas de información y la supervisión en general de la empresa que es un factor fundamental para mejorar el ambiente empresarial y de trabajo.

- Evaluación de Riesgos

> De acuerdo a Coopers & Lybrand en su libro Auditoria de Riesgos (2010, págs. 14-18) manifiesta:
>
> Se refiere a los mecanismos necesarios para identificar y manejar de otra forma los riesgos que se presentan en la empresa y que estos no influyan en el entorno de la empresa.
>
> Se determina la forma que tales riesgos deben ser mejorados y se revela la buena aplicación de los objetivos como una base de control para le empresa en un futuro y con estos no se cometa los mismos errores.

En toda empresa, es necesario establecer objetivos globales para la organización como algunas actividades relevantes que la empresa debe acatar de forma inmediata y oportuna, estos deben ser identificados y analizados mediante factores de riesgo que amenazan el cumplimiento oportuno de sus actividades.

El Control Interno asemeja los riesgos que perturban a una empresa.

- Inspecciona las actividades y revela posibles riesgos
- Valora las debilidades que se producen al aplicar procedimientos erróneos

Objetivos: Es evidenciar en cualquiera empresa la representatividad que tienen los recursos y esfuerzos con una base sólida para un control interno más eficaz.

Los principales riesgos que se expone a una empresa y que se debe tener siempre presentes tenemos: Nuevos Sistemas de información y Crecimiento acelerado.

RIESGOS	DEFINICIÓN DEL RIESGO
Condiciones económicas y de mercado	Habilidad para anticipar y estar debidamente preparado para los cambios globales y locales en la economía.
Competidores	Habilidad para anticipar y reaccionar a las acciones de la competencia y a la entrada de nuevos competidores al mercado.
Integración (venta) de negocios	Habilidad para llevar a cabo adquisiciones o ventas de una o varias líneas de negocio, e integrarles exitosamente.
Enfoque en el mercado	Habilidad para identificar mercados y/o clientes clave, y crear infraestructura y capacidades necesarias para ganar nuevos clientes.
Selección y ejecución de la estrategia	Habilidad para crear e implementar las estrategias adecuadas para lograr los crecimientos y rentabilidad deseados.
Innovación	Habilidad para identificar y desarrollar nuevos productos y/o servicios o nuevos modelos de negocio.
Reputación y protección de la marca	Habilidad para enfrentar y resolver exitosamente eventos que pongan en riesgos la reputación de la empresa y el valor de su marca.
Sustentabilidad	Habilidad para operar en armonía con las expectativas de los accionistas, el cuidado del medio ambiente y en cumplimiento con las regulaciones.

Tabla 3: Tipos de Riesgos
Fuente: Revista Contaduría
Elaborado por: López Eduardo (2016)

- Actividades de Control

Se están aplicando efectivamente las acciones, políticas y procedimientos que aseguran a la administración como aprender a manejar los riesgos en la obtención de los objetivos de la empresa.

Las actividades de control presentan algunos niveles dentro de la organización, así tenemos las siguientes funciones: De detención, preventivos, correctivos, manuales, informativos o de tecnología y de dirección. Por lo tanto, es necesario que se tome en cuenta estos controles para de esta manera evitar que existan trabas en la eficiencia al momento de que se ejecuten las actividades en la empresa.

También se toman factores que permiten el correcto manejo del funcionamiento de los factores establecidos, así como los son:

- Rotación del personal en las tareas claves
- Niveles definidos de autorización y segregación de tareas
- Indicadores del desempeño
- Acceso restringido a los recursos
- Coordinación entre todas las áreas

El compromiso debe presentarse por escrito con la colaboración de la empresa para la ejecución de las actividades, comprometiéndola a la misma y definir los grados de compromiso y responsabilidad, hasta llegar al punto que sus obligaciones generen una excelente imagen corporativa y los adecuados manejos de las actividades en la empresa.

- Información y Comunicación

La información y la comunicación se interrelacionan y esto ayuda al personal de la empresa a entender e intercambiar información necesaria para administrar adecuadamente las operaciones asignadas.

Existen ciertos hallazgos que sugieren que la información y la comunicación que tiene una empresa es sin duda el mejor medio para incrementar sus ventas y

competitividad, además debe contar con una estructura organizacional con la mejor tecnología de información que hoy en día es un aspecto clave en las empresas.

Se puede evaluar la situación actual de la empresa y predecir su situación futura con unas estrategias de información y comunicación basadas en la importante relevancia de tener información ya sea contable o financiera que evoque emitir juicios precisos y no equivocados.

La información relevante y de calidad que soporte el buen funcionamiento de la empresa consiste en:

1. Convierte datos relevantes en información precisa
2. Identifica requerimientos de información
3. Conserva la calidad de los procesos
4. Captura fuentes internas y externas de datos
5. Considera la relación costo-beneficio

- Supervisión y Monitoreo

Los justificantes para que se dé un buen monitoreo el todo el proceso son que exista un manejo adecuado de los sistemas que se relacionan dinámicamente a cambios en su entorno y compare las mejores decisiones.

Al relacionar los componentes del control interno se debe tener constancia de manera eficiente y fiable de cada área o departamento de la empresa para cumplir con los objetivos propuestos.

Para Rodríguez P. en su texto Supervisión y comunicación (2003, pág. 274) manifiesta:

"La supervisión y seguimiento debe ser planificado y ejecutado dentro del Control Interno, que esto permitirá observar los resultados obtenidos por dicho control".

El Control Interno se puede vulnerar con facilidad y deteriorando varias situaciones que con el tiempo pueden llegar a perder su efectividad como sistema. Por tal razón

debe ser ejecutado con supervisión permanente y continua de un personal bien capacitado y de alta confianza para le gerencia.

Se establece componentes como:

- Medir y analizar riesgos
- Identificar riesgos
- Monitorear actividades de control
- Establecer objetivos
- Implementar actividades de control

La aplicación de un control interno es beneficiosa para las metas propuestas por la empresa, ya que es necesario monitorear y vigilar permanentemente cada uno de las áreas para verificar que control es el adecuado y utilice menos esfuerzos, y también interactúen en los resultados esperados.



Gráfico 8: Elementos del Control Interno
Fuente: Pérez, P.
Elaborado por: López Eduardo (2016)

3. Control Interno

Para Maldonado, Milton en su libro Auditoría de Gestión (2010, págs. 50-51) nos dice:

"El Control Interno es un proceso ejecutado bajo recomendaciones gerenciales, la administración y el personal de una empresa, fon el fin de diseñar con seguridad la consecución y el logro de objetivos".

En las siguientes áreas:

- Efectividad y eficacia en las operaciones
- Confiabilidad en la información financiera
- Cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables

Para salvaguardar los recursos de la empresa la organización debe contar con un plan y un conjunto de medidas que, con veracidad y exactitud en la información financiera y administrativa, promueva la eficacia de las operaciones y estimule la consecución de objetivos y logros con metas propuestas.

De acuerdo a Mantilla Blanco, Samuel en su tema Auditoria de Control(2005, pág. 200) expresa que:

"El control interno se define como un proceso realizado por los directores, gerencia y otro personal de una empresa, que está listo para proporcionar razonablemente el cumplimiento de objetivos".

Se concluye que el control interno está dirigido por los administradores o responsables de la empresa, el cual prevé, controla y da seguridad a los bienes de la empresa y la veracidad en sus operaciones.

- Principios

La responsabilidad de control con un control interno adecuado es de la administración y este debe establecerlo y ejecutarlo. Se presenta algunos principios tales como:

a. En control debe hacerse en áreas claves, es decir, los puntos críticos del personal, finanzas y ventas.

b. Las acciones futuras deben ajustarse a la información que se tenga. Una segmentación, sección o departamento tienen sus objetivos específicos del control interno.

c. Los controles deben diseñarse para que mantenga contacto directo entre el que controla y lo que está controlando.

d. El control está estrechamente relacionado con la comunicación.

e. En los sistemas de control el factor humano es esencial ya que las personas responsables pueden evaluar con criterios objetivos y subjetivos.

f. Adaptable a la organización; los controles deben ser determinados de acuerdo al tipo de organización y departamento.

g. Las unidades administrativas que conforman los equipos de trabajo orientados hacia el autocontrol mediante la búsqueda de resultados de grupo, logran mayor eficacia.

Los anteriores principios lo sintetizamos así:

- Efectividad y segregación de funciones
- Objetividad
- Flexibilidad
- Proyección
- Funcionalidad
- Adaptabilidad
- Comunicación
- Eficacia

Lo expresado con anterioridad establece que los principios del control interno pose puntos claves y estratégicos para cada departamento, que puedan ser flexibles a cambios en un futuro dentro de la empresa.

- **Tipos de Control**

  De acuerdo a Schermerhorn, John en su tema Tipos de Controles Internos (2015, pág. 14) que menciona:

  Los Control Administrativos preventivos son tres, cada uno de ellos son concurrentes y de retroalimentación. Una fase relevante al ciclo de actividades es la entrada – operación – salida de la organización.
  Y todos cumplen un papel muy importante en el desempeño de actividades a realizar dentro de la empresa.

  Aseguran los objetivos establecidos que monitorean los procesos de trabajo de cada departamento con seguridad razonable para que todo salga de acuerdo a lo planificado.

Los diferentes tipos de control que la empresa anticipa a problemas de seguridad razonable y que conlleve a la resolución de problemas.

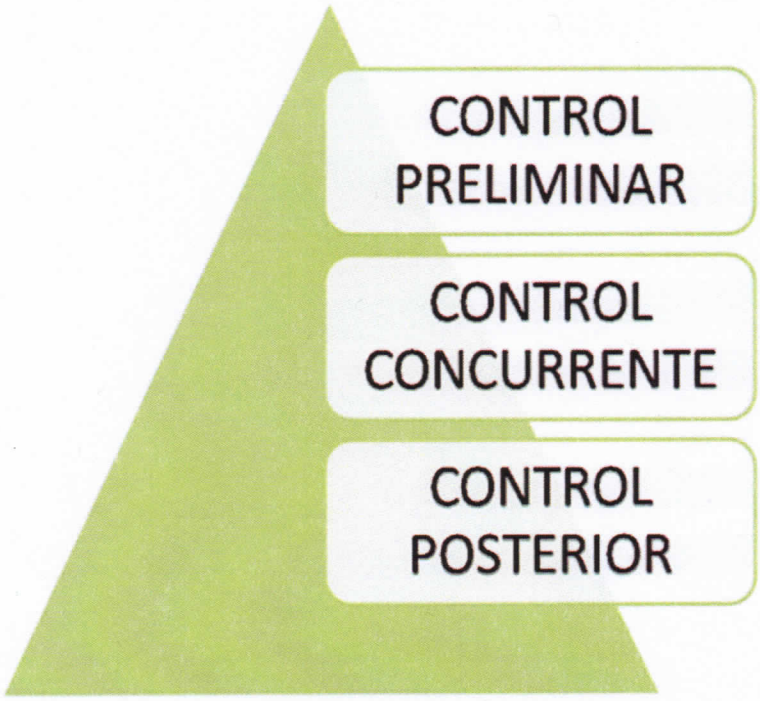


Gráfico 9: Tipos de Control Interno
Fuente: www.control.com
Elaborado por: López Eduardo (2016)

- **Efectividad del Control Interno**

De igual manera un particular y diferenciado control interno puede variar en las operaciones de las diferentes arias, con estándares de control y donde predomine la efectividad en su utilización.

El control interno es efectivo mediante tres categorías que los administradores posen la seguridad razonable de que:

- Se entienda la duración del tiempo al momento de conseguir los objetivos de las operaciones de la empresa.
- Los estados financieros publicados están siendo preparados confiablemente
- Se cumplen las leyes y regulaciones aplicadas.

La efectividad del control interno se mide en varios niveles que se comprenden en el entendimiento y comprensión de los objetivos planeados y la fiabilidad de la información financiera y que se cumplan las leyes pertinentes.

- **Importancia del Control Interno**

El control interno dentro de una empresa es idóneo y se desenvolverá administrativa y operacionalmente, mejor en su sector y su actividad comercial.

El control interno en las empresas es de suma importancia para la optimización y el crecimiento de la empresa, tanto en lo administrativo como en la operación; esto prevalecerá en el tiempo generando utilidades y crecimiento interno en la empresa.

Descripción Conceptual de la Variable Dependiente.

1. **Análisis Financiero**

Definición:

> Para Pastor, J. en su texto Análisis Financiero (2013, pág. 12) menciona:
>
> El pilar fundamental del análisis financiero está contemplado en la información que proporcionan los estados financieros de la empresa, teniendo en cuenta las características de los usuarios a quienes van dirigidos y los objetivos específicos que los originan, entre los más conocidos y usados son el Balance General y el Estado de Resultados (también llamado de Pérdidas y Ganancias), que son preparados, casi siempre, al final del periodo de operaciones por los administradores y en los cuales se evalúa la capacidad del ente para generar flujos favorables según la recopilación de los datos contables derivados de los hechos económicos.

Objetivos del Análisis Financiero.

Los objetivos tienen como propósito que la información financiera se básicamente para informar sobre la situación económica de la empresa, los resultados y los cambios en su situación tanto financiera como administrativa, para esto los usuarios de la información puedan:

- Evaluar la situación financiera de la empresa; es decir, su rentabilidad y liquidez así como su capacidad para generar recursos.

- Verificar la coherencia de los datos informados en los estados financieros con la realidad económica y estructural de la empresa.

- Tomar decisiones de inversión y crédito, con el propósito de asegurar su rentabilidad y recuperación.

- Calificar la gestión de los directivos y administradores, por medio de evaluaciones globales sobre la forma en que han sido manejados sus activos, planificar la rentabilidad, solvencia y capacidad de crecimiento del negocio.

- Calcular las utilidades o pérdidas, que se estiman obtener en el futuro, a valores actualizados.
- Determinar la rentabilidad financiera que ha de generar en las ventas, a partir del cálculo e igualación de los ingresos con los egresos, a valores actualizados.

Características del Análisis Financiero

a. **Objetividad. -** Todo análisis financiero debe ser claro, objetivo y fundamentado, que signifique una demostración para los analistas financieros y fundamentalmente para la gerencia a los cuales va dirigido.

b. **Imparcialidad. -** Se debe evaluar las variables, rubros, factores, etc., con alto nivel económico y ética profesional, sin demostrar una inclinación ni a favor, ni en contra de la empresa.

c. **Frecuencia. -** La elaboración y presentación de informes que contengan análisis financiero se la realiza con mayor frecuencia, y mayor será la posibilidad de alcanzar los niveles de eficiencia y rentabilidad, ello nos permite el mejoramiento de administrativo y financiero de la empresa.

d. **Rentabilidad. -** El análisis financiero está basado en relaciones, comparaciones de una variable o cuentas con otras, entre sectores financieros y entre empresas de actividades similares, análisis del presente año con años anteriores de tal manera que los índices, parámetros, porcentajes, variaciones y demás elementos resultantes del estudio que tienen sentido relativo.

e. **Metodología. -** En la realización del análisis financiero no existe una metodología única depende en cada caso de las necesidades particulares de cada empresa.

diagnosticar la situación financiera y mejorar la toma de decisiones.

- **Análisis Vertical:** Es un análisis que estudia la situación en un determinado momento, sin tener en cuenta los cambios ocurridos en el tiempo.
  Determina la participación de los estados financieros, teniendo como referencia los activos, pasivos y el patrimonio de la empresa sobre sus balances y ventas totales.

- **Análisis Horizontal:** Se encarga de los cambios de las cuentas de forma individual de un determinado periodo y se requiere de los estados financieros presentados para un diagnostico que se pueda ocupar del cambio o movimiento de cada cuenta en otro periodo.

- **Análisis de Tendencias**: Radica en analizar los estados financieros en base a los estados comparativos con el fin de identificar la tendencia y la proyección de la naturaleza de las cuentas o variable en estudio.

Se realiza ciertas proyecciones cuando los estados financieros se entregados de manera inmediata en periodos distintos, teniendo un escenario que puede prever situaciones adversas con los objetivos planteados.

Estados Financieros

> Según Rosas Inostrosa, Héctor en su tema Estados Financieros (2014, pág. 18) nos dice:
>
> Es el conjunto de informes generados por un sistema contable que tiene como finalidad informar y orientar a los usuarios sobre el desenvolvimiento, situación financiera, control del efectivo, la inversión, etc., ocurridos en las empresas en distintos periodos.
>
> Los Estados Financieros reflejan los resultados de la toma de decisiones por parte de la gerencia en la empresa.

- **Estados de Situación Financiera o Balance General**

Es un instrumento donde contiene la información económica principal de la empresa y son entregados a todas las personas que puedan estar interesadas en ella, por lo que es importante que sean muy claros y verdaderos.

- **Estado de Resultados o Pérdidas y Ganancias**

Está estrechamente ligada a la actividad productiva a la que se dedica la empresa. Cualquier empresa, para llevar a cabo su actividad, realiza operaciones con el mundo exterior: compra, venta, etc., y como consecuencia de estas acciones el patrimonio se va alterando y obteniendo resultados beneficiosos o pérdidas.

2. Indicadores Financieros

Para Coral & Gudiño en su libro Indicadores Financieros(2008, pág. 326) nos dice: *"Para establecer la razón financiera como el resultado de comparación entre cifras correspondientes a cuentas de un estado financiero, se propone crear un compromiso sobre un sector o área específica de la empresa".*

Se pose varios indicadores que encuentran a la rentabilidad como el principal indicador financiero, que permite desarrollar un análisis sobre la capacidad de obstrucción de la economía que tiene que cumplir una empresa con sus debidas obligaciones.

- **Indicadores de Liquidez. -** Menciona la capacidad que tiene la empresa de generar fondos suficientes para revestir sus obligaciones tanto operativas como financieras.

  Se juzga la capacidad que presenta la empresa para satisfacer sus obligaciones a corto plazo. Se emite juicios sobre la solvencia del efectivo actual de la empresa y su capacidad de ser solvente en situaciones desfavorables.

  Dentro de los indicadores de liquidez mencionados tenemos los principales:

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

$$Razón\ Ácida = \frac{Activo\ C. - Inventarios - Gatos\ P. Anticipado}{Pasivo\ Corriente}$$

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

- **Indicadores de Actividad**. - Llamada también razones de rotación o indicadores de eficiencia que permite determinar volumen de ingresos posee respecto a sus activos.

$$Rotación\ de\ Cuentas\ x\ cobrar = \frac{Ingresos\ operacionales\ a\ crédito}{Promedio\ de\ la\ cuenta\ de\ clientes}$$

$$Rotación\ de\ Mercaderías = \frac{Costos\ de\ Ventas}{Inventario\ Promedio\ de\ Maercaderías}$$

$$Rotación\ de\ Activos = \frac{Ingresos\ Operacionales}{Activo\ Total}$$

- **Indicadores de Endeudamiento o Apalancamiento**. - Se conoce el grado y de qué forma participa los acreedores en la financiación de la empresa; de igual modo la capacidad de acceder a créditos por parte de la empresa.

$$Razón\ de\ Deuda = \frac{Pasivo\ Total}{Activo\ Total} x100$$

$$Endeudamiento\ Financiero = \frac{Obligaciones\ Financieras}{Ventas\ Netas} x100$$

$$Endeudamiento\ a\ corto\ plazo = \frac{Pasivo\ Corriente}{Total\ Pasivo} x100$$

$$Indicadores\ de\ Apalancamiento = \frac{Pasivo\ Total}{Patrimonio}$$

- **Indicadores de Rentabilidad.-** Se sintetiza la efectividad de la administración para convertir las ventas en utilidades; de ahí sale el éxito o el fracaso de la gerencia en el control de los recursos de la empresa.

$$Margen\ Bruto\ de\ utilidad = \frac{Utilidad\ Neta\ del\ ejercicio}{Ventas\ Netas} x100$$

$$Rentabilidad\ Activo\ Total = \frac{Utilidad\ Neta\ del\ ejercicio}{Total\ Activo\ Bruto} x100$$

$$Rentabilidad\ sobre\ Patrimonio = \frac{Utilidad\ Neta\ del\ ejercicio}{Patrimonio\ Total} x100$$

3. Rentabilidad

De acuerdo a Escobar & Cuartas en su texto La Rentabilidad (2006, pág. 405) expresa:

"Es el grado o capacidad que tiene una empresa para generar una renta o utilidad a beneficio de la empresa, en función de sus propios capitales y ajenos".

Se concluye que la rentabilidad es un beneficio o ganancia que obtiene la empresa al invertir o vender, gracias a la aducuada y oportuna gerencia.

La rentabilidad es el nivel de capacidad para producir un beneficio, todo lo que se vincula con los costos e ingresos de la explotación determinada en su conjunto, al nivel de rentabilidad de los capitales invertidos. Para lograr el nivel de rentabilidad elevada necesariamente debe alcanzarse una crecida comercializacion.

Los factores que influyen en la rentabilidad son:

1. La Participación en el mercado meta
2. La tasa de crecimiento del mercado
3. Calidad de los productos o servicios
4. El desarrollo de nuevas metas para diferenciarse de la competencia

Clasificación de la Rentabilidad

- Rentabilidad Económica

> Según Don & Mower en su obra Clasificación de la Rentabilidad (1996, pág. 526) expone:
>
> La Rentabilidad económica se basa en una medida referida en un periodo determinado, donde los activos de una empresa son considerados como una mediad de valor con independencia de lo que antes ha sido financiado por la empresa, lo que permite la comparacion de la rentabilidad y sus distintas estructuras financieras, que afectan al valor de la misma.

La Rentabilidad económica mide la tasa de devolución producida por un beneficio económico con respecto a su capital total, incluyendo su patrimonio neto.

La Rentabilidad Económica (ROA) se puede clacular con:

Rentabilidad Económica = ROA=Beneficio económico / Activo Total

A partir de esta definición se manifiesto, que la rentabilidad económica mide la tasa de retorno obtenida por todas las inversiones de la organización, formando la rentabilidad del activo total y es independiente de la estructura financiera de la organización.

- Rentabilidad Financiera

> Para Esteo en su libro Rentabilidad Financiera (1998, pág. 78) nos dice:
>
> Demoninada como ROE es una medida de referencia dentro de un período determinado, del rendimiento de capitales propios. Puede considerarse como una medida mas cercana a la rentabilidad de los accionistas o propietarios, que en teoría los directivos buscan maximizar el interes en sus empresas.

Concluyendo de esta forma, son los beneficios netos de todos los accionistas de la empresa u organización, que queda por cada unidad monetaria de capital invertida en la misma.

2.5. PREGUNTAS DIRECTRICES

¿De que manera se efectua el control inteno en el departamento de comercialización en la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.?

¿Qué nivel de rentabilidad tiene la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.?

¿Cómo se puede optimizar el control interno para incrementar la rentabilidad en el departamento de comercialización de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.?

2.6. HIPÓTESIS

El Control Interno incurre en la rentabilidad de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.

2.7. SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES DE LA HIPÓTESIS

- **Variable Independiente**: Control Interno
- **Variable Dependiente:** Rentabilidad

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ENFOQUE

La actual Investigación pose una medotología cualitativa – cuantitativa porque son conocidos los y objetivos y estos son factibles.

Como fundamento se indica que La Metodología de la Investigación hace referencia a la clasificación de la investigación acorde a su nivel de demostración.

3.1.1. Investigación Cualitativa:

Es un modelo de investigación que se emplea a muchas dsiciplinas academicas, tradicionalmente a la investigacion de mercados y contextos propiuestos. Lo investigadores cualitativos reunen un conocimiento sobre el comportamiento humano y y las razones que son involucradas en los humanos, como los principales objetivos de resolucion de problemas propuestos dentro de una empresa.

3.1.2. Investigación Cuantitativa:

Esta investigación de refiere a la forma empírica sistemática de los fenómenos sociales que a través de técnicas matemáticas, estadísticas o informácticas, se desarrollan y se emplean como modelos de teorías a los fenómenos que nos acontece hoy en día.

La investigación que se está desarrollando mantiene sus bases en un enfoque cualitativo ya que consiste en describir el origen del problema debido a que son aspectos observables, se ha analizado y examinado la situación de la empresa y conocer personalmente los motivos del problema y dar una solución al mismo.

Además es cuantitativa porque hemos recogido y analizado datos mediante encuestas las mismas que van a dar a conocer los problemas y necesidades que enfrenta la empresa.

3.2. MODALIDADES BÁSICAS DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Para Morán & Alvarado en su libro Investigaciones de Campo (2010, pág. 18) expresan:

" La invetigación de campo pose un objeto de estudio que sirve como fuente de control de información para el investigador. Consiste en una observación directa y en vivo de la conducta de las personas, fenómenos, etc."

La investigación se pondra a prueba la técnica de la invetigación de campo por lo consecuente se reaslizara directamente en el término donde se encontro el problema que aqueja a la empresa, tendremos un contacto con lo real.

Se utilizara la técnica de la entrevista y la encuesta con el fin de compilar información que se utilizara en al investigación teniendo como principal aporte a los empleados de la empresa para la obtencion de datos y tener un contacto real con el problema de estudio y poder llegar a las mejores conclusiones, lo que permita la mejor toma de decisiones para el futuro de la empresa.

3.2.2. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA – DOCUMENTAL

> Para los autores Medina Luis, Herrera Arnaldo y Naranjo Galo en su tema Tutorías de la Investigación (2004, pág. 25) expresan:
>
> El propósito de esta investigación es de profundizar y detectar diferentes teorías, conceptualizaciones y criteos de varios autores sobre un tema en cuestión, basado en documentos que sirven de fuentes primarias y secundarias para el desenvolvimiento mas apropiado de un problema que aquejan a las empresas en la actualidad.

Para que la investigación sea bibliográfica debe contar con una profunda y amplia conceptualización de información con el fin de recolectar, conocer y extender la información que es tomada y apoyada en libros, artículos científicos, revistas de varios autores y editoriales. Ademas es una investigación documental porque se basa en los Estados Financieros que son entregados por la empresa, con el requisito de

ampliar y resolver problemas encontrados en la empresa que permita una correción adecuada y pronta para el futuro de la empresa.

3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

De acuerdo a Hernández P., en su obra Niveles de Investigación (2010, pág. 79) nos manifiesta:

"Se aplica cuando el objeto es examinar un problema de investigación poco experimentado del cual se tiene dudas y no fue estudiado con anterioridad por ninguna persona".

Esta investigación se utilizará para habituarnos frente a los procesos de comercialización que mediante la elaboración de un cuestionario que será aplicado mediante la técnica de la encuesta a los empleados de la empresa, con el fin de dar solución al problema que aqueja la empresa.

La investigación exploratoria permite investigar sobre el proceso de comercialización que se está dando en la empresa, con el fin de conocer por qué se disminuye las ventas y así tener una perspectiva en identificar los mejores beneficios para la solución de la presente investigación.

3.3.2. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

> Según Tamayo M., en su libro Tipos de Investigación (2004, pág. 46) expresa:
>
> Esta investigación describe, analiza, registra e interpreta los procesos de manera natural. Donde todas las conclusiones arbitrarias dirigen a una persona o un grupo a las consecuencias de la misma, y se trabaje sobre hecho que interpreten la correcta información para el beneficio de la empresa.

Se está presentando como objeto de estudio la descripción del comportamiento del control interno dentro de la empresa, que se tomara las mejores medidas de

corrección, es decir se confirma o desmiente si los procesos de comercialización en la empresa se aplican con seguridad y de forma eficiente, con el fin de aumentar la rentabilidad y que existan metas futuras a ser cumplidas por la misma.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

> Para Lerma D., en su texto Población y Muestra (2010, pág. 73) nos dice:
>
> Es un acumulado de todos los componentes que se presentan para determinar una característica que corresponde a una definición a ser estudiada y sus relaciones. Es precisada por el investigador y debe contar de personas o unidades de diferentes maneras y métodos para su aplicación.

En este proyecto nuestra población está basada en el Departamento Administrativo, Financiero y de Comercialización de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.

Cargo	N° de Empleados
Gerente General	1
Presidenta	1
Contador	1
Auxiliar Contable	1
Jefe del Departamento de Ventas y Comercialización	2
Jefe de Cobranza y Crédito	1
Vendedor	1
Bodeguero	2
Total	10

Tabla 4: Personal de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.
Fuente: Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.
Elaborado por: López Eduardo (2016)

3.4.1. MUESTRA

Según Anderson en su investigación Muestra Poblacional (2008, pág. 55) dice:

"Consiste en un Subconjunto de la población total, es la parte que representa y contiene las características de un universo".

Nuestra población es inferior a 100 personas, por tal motivo no necesario calcular la muestra, y se aplica la encuesta a las personas que tiene nuestra población en estudio.

3.5.OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

CONCEPTO	CATEGORIA O DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEM´S	TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS
Control Interno: Es un proceso que efectúa la empresa para mantener la razonable eficacia y eficiencia de los procesos, con el fin de que la información financiera cumplo con los	Control Contable	Registro del Efectivo. Observaciones Contables.	¿Cómo se controla la rentabilidad de la empresa? ¿Qué herramienta utiliza para el control interno de las operaciones de venta?	Técnicas: Encuestas, Entrevistas Instrumento:
	Control Administrativo	Cumplimento de Objetivos. Delegaciones de empleados. Comunicación interna y externa.	¿Qué instrumento de control interno utiliza para evaluar el departamento de comercialización? ¿Qué actividad de control interno es utilizada en el departamento de comercialización?	

requisitos dispuestos.	Políticas internas y externas	Indicadores financieros. Control de Documentación. Políticas y Procedimientos.	¿El personal que labora en la empresa es el necesario para cumplir con las actividades?	Cuestionario.

Tabla 5: Variable Independiente: Control Interno.
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

CONCEPTO	CATEGORIA O DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEM´S	TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS
Rentabilidad: Es conocida como la relación entre la inversión y la utilidad necesaria, efectivizada por la gerencia para que este se vea reflejado en la empresa, con los resultados que se obtienen de las ventas y el control de los ejercicios económicos dentro de la empresa.	Indicadores Financieros	Rentabilidad sobre el Activo ROA= (Utilidad Neta) (Activo Total) x 100	¿La empresa tiene establecido indicadores de rentabilidad para la puesta en marcha? ¿Cómo incrementaría la rentabilidad la empresa?	Técnicas: Entrevistas Instrumento: Cuestionario.
		Rentabilidad sobre el Patrimonio ROE= (Utilidad Neta) (Patrimonio) x 100		
		Margen Bruto MB= (Utilidad Neta) (Ventas) x 100	¿Cómo se establece el margen de utilidad en la empresa?	

Tabla 6: Variable Dependiente: Rentabilidad
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

3.6. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS.

3.6.1. FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA.

Para Herrera Luis en su libro Metodología de la información (2010, pág. 22) manifiesta:

"Es el fundamento de la información que se distingue en dos fases: plan de recolección de información y plan de procesamiento de la información".

3.6.1.1. PLAN PARA LA RECOLECCION DE INFORMACIÓN.

En la presente investigación se obtiene y recoge los datos que son considera importantes como los siguientes:

PREGUNTAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué?	Para conseguir los objetivos de la investigación propuesta.
¿A quiénes?	Al personal del Departamento Administrativo, Financiero y de Comercialización en la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.
¿Sobre qué tema?	El control interno en el proceso de comercialización y la rentabilidad.
¿Quién?	López Garzón Wiley Eduardo.
¿Cuándo?	En el año 2014.
¿Dónde?	En Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.
¿Técnica de recolección?	Encuesta.
¿Qué instrumento?	Cuestionario previamente estructurado.

Tabla 7: Recolección de la información
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

3.6.1.2. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

> Según Bernal en su investigación Procesamiento de la información (2010, pág. 181) dice:
>
> La metodología de la investigación es un proceso que precisa en procesar datos dispersos, desordenados e individuales, que son obtenidos de la población durante el estudio, con el fin de dar resultados a los objetivos luego de un previo análisis y resolver todas las preguntas de la investigación dentro de una empresa.

Encuesta: Técnica de obtención válida para recolectar información, que sus datos son predestinados a la resolución de factores inversos que mantienen a la empresa dentro de sus procesos.

Se basa en un cuestionario preestablecido el que contiene preguntas escritas y este se entrega al informante con el propósito de que conteste y nos brinde la información que el investigador necesita para la resolución de los problemas que aqueja la empresa.

Entrevista: Técnica de investigación que presenta preguntas que se relacionan verbalmente con él o las personas que laboran en la empresa. Su principal presentación es en una cedula de entrevista, el mismo que recolecta la información que se proporciona en la empresa.

TECNICAS	PROCEDIMIENTOS
Encuesta	**Como:** Método analítico – sintético
	A quien: Al departamento administrativo, financiero y de comercialización.
	Dónde: En la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.
	Cuando: Junio, 2016
Entrevista	**Como:** Método analítico - verbal
	A quien: Al departamento administrativo, financiero y de comercialización.
	Dónde: En la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.
	Cuando: Junio, 2016

Tabla 8: Plan de procesamiento de información.
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)



Gráfico 10: Plan de información procesada
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

3.6.1.3. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

La información recolectada será revisada, ordenada y procesada mediante diagramas de pastel que son expresados en forma gráfica donde se verificara los resultados y la interpretación de los resultados.

Para el análisis de la información se aplica lo siguiente:

- Observación critica de la información recolectada; es decir realizar un barrido de fallas, contradicciones, preguntas incompletas y entre otras.

- Tabulación y cuadros que verifiquen las variables de la hipótesis en estudio.

- Conjuntamente el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos.

ITEM´S	ESCALA	FRECUENCIA	%
	Total		

Tabla 9: Cuantificación de Resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

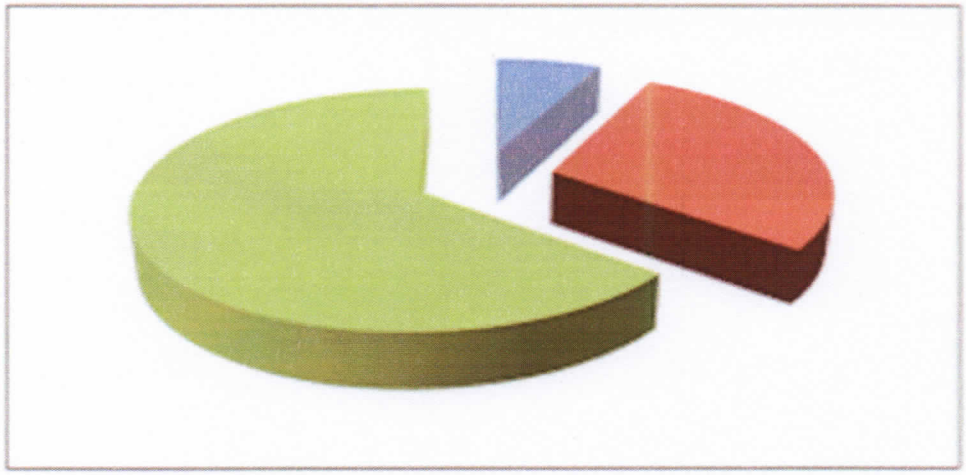


Gráfico 11: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

3.6.2. FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS

De acuerdo a Martínez Valverde en su tema Información Detallada (1998, pág. 94) expresa:

Se detalla aquella información que se desarrolla específicamente con un propósito de utilizar al máximo los recursos y por ende los sistemas que son entregados en la empresa como información permanente de varios tipos como: observación, entrevistas o desarrollo de técnicas y encuestas.

La información fue recolectada en el Departamento administrativo, financiero y de comercialización.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. PRINCIPALES RESULTADOS

Este capítulo tiene como propósito el análisis de los datos presentados en la encuesta al personal del departamento administrativo, financiero y de comercialización de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.

Se utilizó la encuesta por medio del uso del cuestionario antes estructurado para la recolección de la información interna que se presenta en la empresa.

4.1.1. INTERPRETACIÓN DE DATOS

La encuesta presenta 15 preguntas, dentro de una población de 10 empleados. Los resultados encuestados son obtenidos en la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., para su mejor comprensión e interpretación se detalla a continuación.

4.1.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1. ¿Qué instrumento de control interno utiliza para evaluar el departamento de comercialización?

ITEM	ESCALA	FRECUENCIA	%
1	Manual de Control Interno	3	30%
2	Informes de Auditoria	6	60%
3	Plan de Trabajo	1	10%
Total		10	100%

Tabla 10: Tipos de instrumentos de control
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

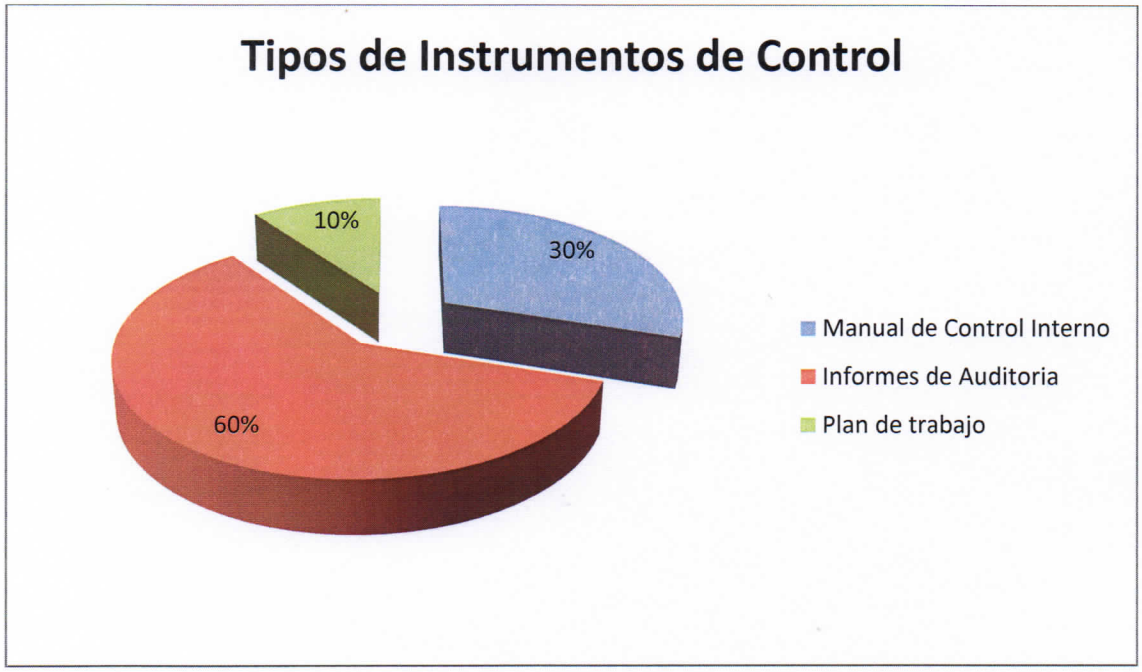


Gráfico 12: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Análisis

Respecto a la tabulación sobre los tipos de instrumentos de control se observa que de las 10 personas encuestadas en la empresa el 30% (3 personas) le corresponden al manual de control interno, el 60% (6 personas) le corresponde los informes de auditoría, y el 10% (1 persona) le corresponde el plan de trabajo.

Interpretación

Se interpreta que los empleados de la empresa se fundamentan o utilizan como tipos de control a los informes de auditoría que contienes sobre el manejo del control interno y mantiene los niveles de rentabilidad.

2. ¿Cómo se controla la rentabilidad en la empresa?

ITEM	ESCALA	FRECUENCIA	%
1	Mediante Resultados de ventas	7	70%
2	Clientes nuevos	2	20%
3	Estados Financieros	1	10%
Total		10	100%

Tabla 11: Control de la Rentabilidad
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

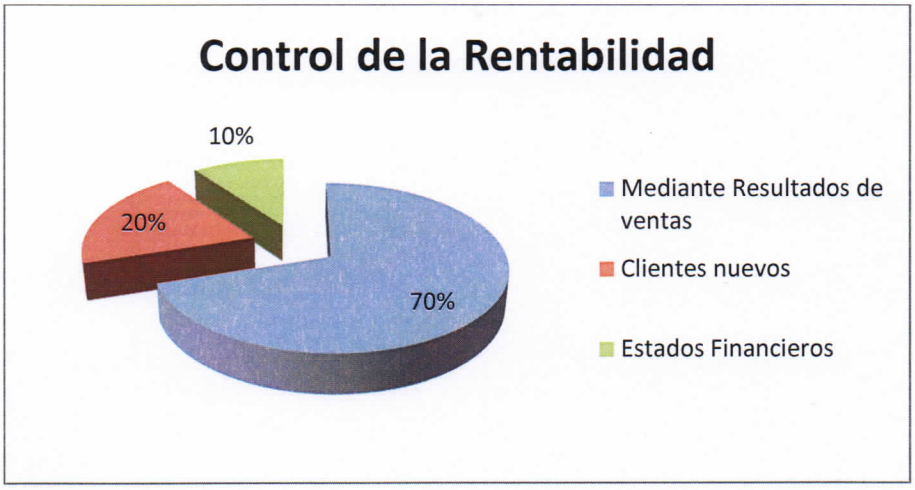


Gráfico 13: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Análisis

Con relación a la tabulación sobre el control interno se analiza que de las 10 personas encuestadas en la empresa el 70% (7 personas) le corresponden mediante resultados de ventas, el 20% (2 personas) le corresponde los clientes nuevos, y el 10% (1 persona) le corresponde los estados financieros.

Interpretación

Se interpreta que el mejor control de la rentabilidad es mediante los resultados de ventas, ya que se integran aspectos de incremento y mejoras continuas, sin dejar de tomar en cuenta a los nuevos clientes y siempre estar enfocados en los estados financieros.

3. ¿Qué actividad de control es utilizada en el departamento de comercialización?

ITEM	ESCALA	FRECUENCIA	%
1	Procesamiento de información	5	50%
2	Controles Físicos	3	30%
3	Segregación de responsabilidades	2	20%
Total		10	100%

Tabla 12: Actividades de Control
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

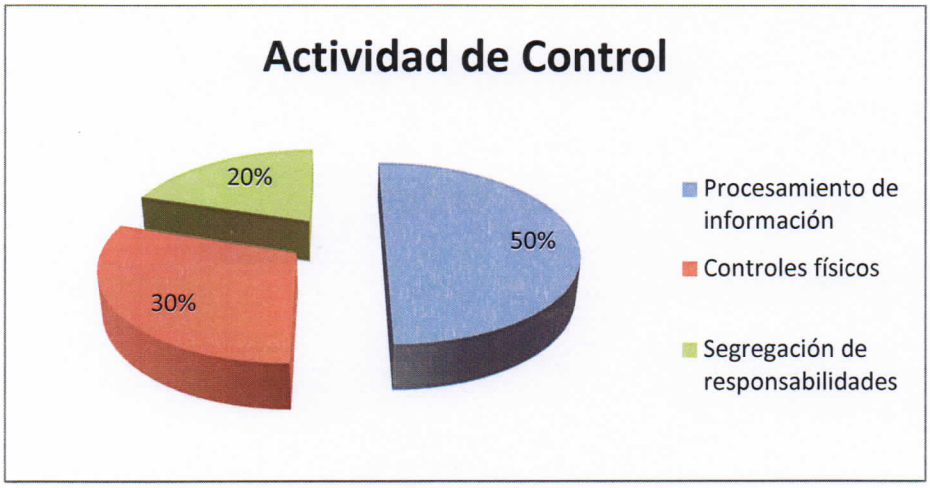


Gráfico 14: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Análisis

Respecto a la tabulación sobre las actividades de control se observa que de las 10 personas encuestadas en la empresa el 50% (5 personas) le corresponden el procesamiento de información, el 30% (3 personas) le corresponde los controles físicos, y el 20% (2 personas) le corresponde la segregación de responsabilidades.

Interpretación

Se interpreta que la empresa debe establecer el adecuado manejo de la información para el mejoramiento de su control interno y así no tener imprevistos que aquejen a la rentabilidad.

4. ¿Cree usted que la rentabilidad de la empresa depende de?

ITEM	ESCALA	FRECUENCIA	%
1	Un cobro efectivo del cliente	6	60%
2	Capital de Trabajo	3	30%
3	Tasas de interés nominal	1	10%
Total		10	100%

Tabla 13: Rentabilidad
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

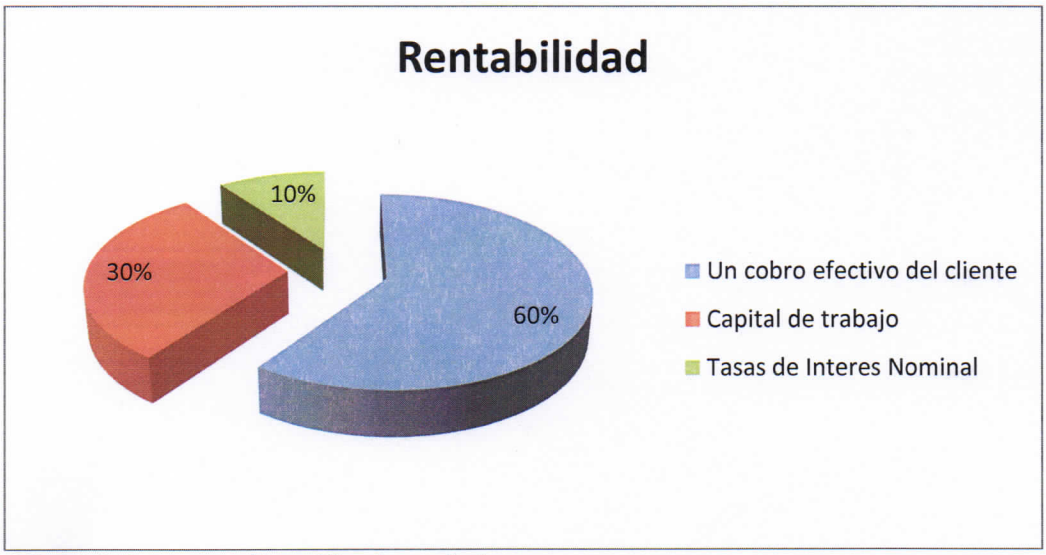


Gráfico 15: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Análisis

Entorno a la tabulación sobre la rentabilidad se analiza que de las 10 personas encuestadas en la empresa el 60% (6 personas) le corresponden un cobro efectivo del cliente, el 30% (3 personas) le corresponde el capital de trabajo, y el 10% (1 persona) le corresponde las tasas de interés nominal.

Interpretación

Se interpreta que para que se mejore el proceso de comercialización y por ende la rentabilidad de la misma, se deberá realizar un cobro efectivo a nuestros clientes para que no existan demoras ni contratiempos en el funcionamiento de la empresa.

5. ¿Al implementar un control interno este establecerá?

ITEM	ESCALA	FRECUENCIA	%
1	Riesgos internos y externos	7	70%
2	Fijación de responsabilidades	1	10%
3	Adecuada Administración	2	20%
Total		10	100%

Tabla 14: Tipos de Instrumentos de Rentabilidad
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

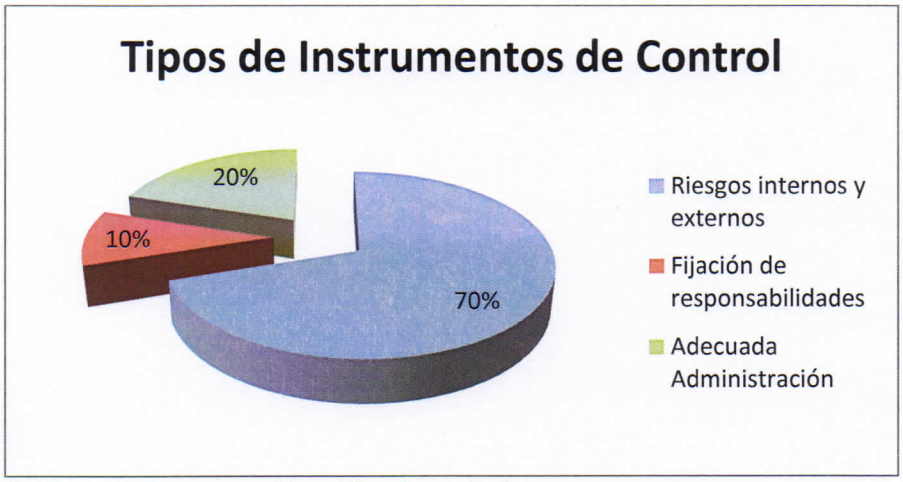


Gráfico 16: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Análisis

Se analiza que la tabulación sobre los tipos de instrumentos de control se enfoca que de las 10 personas encuestadas en la empresa el 70% (7 personas) le corresponden los riesgos internos y externos, el 10% (1 persona) le corresponde la fijación de responsabilidades, y el 20% (2 personas) le corresponde una adecuada administración.

Interpretación

Se interpreta que si la empresa no implementa adecuados controles internos conllevara a que existan riesgos internos y externos tanto para el funcionamiento como para las ventas de la empresa.

6. ¿Cree que el departamento de comercialización es el más importante de la empresa por qué?

ITEM	ESCALA	FRECUENCIA	%
1	Ejecuta la acción de ventas	4	40%
2	Es la razón de ser de la empresa	1	10%
3	Sin él no existe rentabilidad	5	50%
Total		10	100%

Tabla 15: Importancia del Departamento de Comercialización.
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

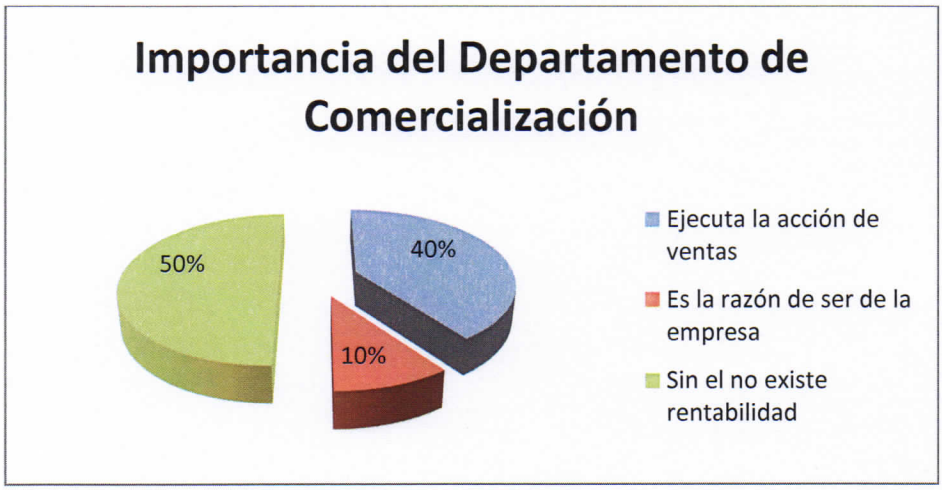


Gráfico 17: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Análisis

Con relación a la tabulación sobre la importancia del departamento de comercialización se analiza que de las 10 personas encuestadas en la empresa el 40% (4 personas) le corresponden que se ejecuta la acción de ventas, el 10% (1 persona) le corresponde que es la razón de ser de la empresa, y el 50% (5 personas) le corresponde sin él no existe rentabilidad.

Interpretación

Se interpreta que el departamento de comercialización es sin dudad la razón de ser de la empresa, debido a que ahí se enfoca en la obtención de recursos y la venta de los mismos para alcanzar la mayor rentabilidad.

7. ¿Cree usted que lo que necesita para evidenciar un eficiente control interno en el departamento de comercialización es?

ITEM	ESCALA	FRECUENCIA	%
1	Capacitación apropiada al personal	5	50%
2	Descripción de procesos y procedimientos	4	40%
3	Nuevas políticas de ventas	1	10%
Total		10	100%

Tabla 16: Tipos de Instrumentos de Control.
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

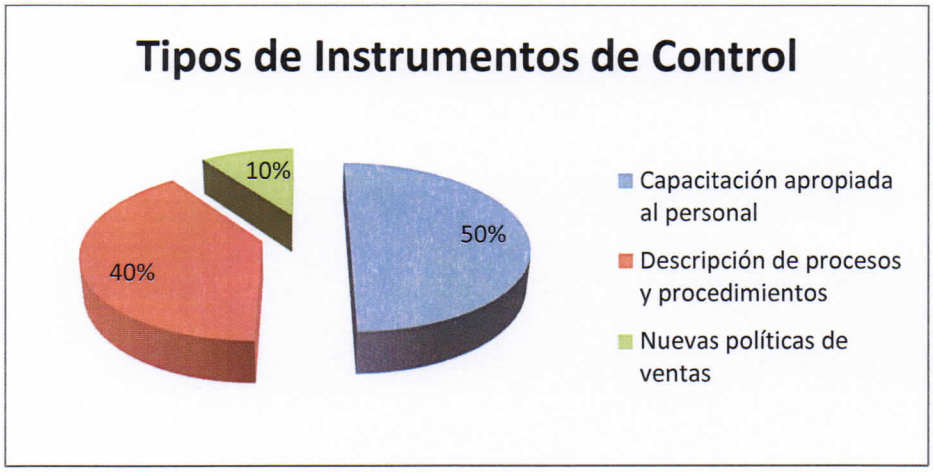


Gráfico 18: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Análisis

Con relación a la tabulación sobre los tipos de instrumentos de control se observa que de las 10 personas encuestadas en la empresa el 50% (5 personas) le corresponden la capacitación apropiada al personal, el 40% (4 personas) le corresponde la descripción de procesos y procedimientos, y el 10% (1 persona) le corresponde las nuevas políticas de ventas.

Interpretación

Se puede interpretar que el incorrecto proceso de comercialización está afectando a las empresas, por ende, debe ponerse más énfasis en la capacitación apropiada al personal para que se evidencia un eficiente y eficaz control interno y esto conlleve al aumento de la rentabilidad.

8. ¿Qué herramienta utiliza para el control interno de las operaciones de ventas?

ITEM	ESCALA	FRECUENCIA	%
1	Facturación	6	60%
2	Reporte de Ventas	2	20%
3	Indicadores financieros	2	20%
Total		10	100%

Tabla 17: Herramientas de Control
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

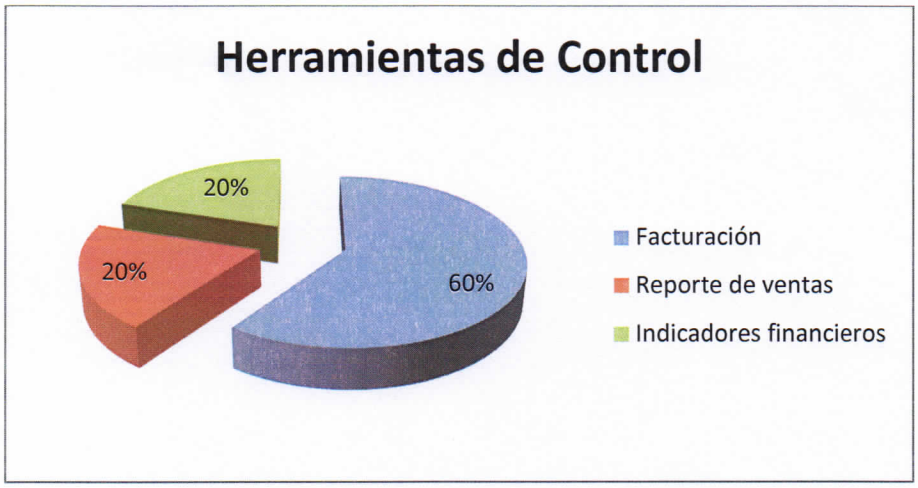


Gráfico 19: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Análisis

Entorno a la tabulación sobre las herramientas de control se analiza que de las 10 personas encuestadas en la empresa el 60% (6 personas) le corresponden la facturación, el 20% (2 personas) le corresponde el reporte de ventas, y el 20% (2 personas) le corresponde los indicadores financieros.

Interpretación

Se interpreta que la mejor herramienta de control de pose la empresa para el mejoramiento del control interno es la facturación, lo que provee a la empresa un reporte de las operaciones de ventas de forma oportuna.

9. ¿Qué categoría pose la empresa como diseño para proveer una razonable seguridad de los objetivos?

ITEM	ESCALA	FRECUANCIA	%
1	Eficacia y eficiencia operacional	2	20%
2	Confiabilidad de la información financiera	5	50%
3	Cumplimiento de normas legales	3	30%
Total		10	100%

Tabla 18: Diseño de Seguridad
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

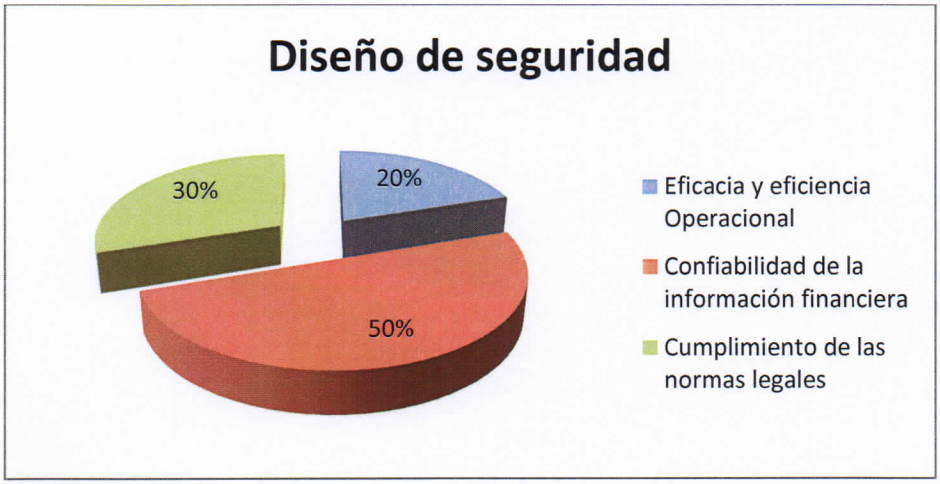


Gráfico 20: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Análisis

Con la tabulación sobre el diseño de seguridad se analiza que de las 10 personas encuestadas en la empresa el 20% (2 personas) le corresponden una eficacia y eficiencia operacional, el 50% (5 personas) le corresponde la confiabilidad de la información financiera, y el 30% (3 personas) le corresponde el cumplimiento de normas legales.

Interpretación

Se interpreta que la razonable seguridad para el alcance de los objetivos de la empresa es la confiabilidad en la información financiera, que mediante esto se podrá cumplir con estándares de calidad en la comercialización de nuestros productos.

10. ¿La información que presenta la empresa es evaluada mediante?

ITEM	ESCALA	FRECUENCIA	%
1	Métodos integrados a la estructura	1	10%
2	Métodos integrados a las operaciones	2	20%
3	Calidad de la información	7	70%
Total		10	100%

Tabla 19: Información y comunicación
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

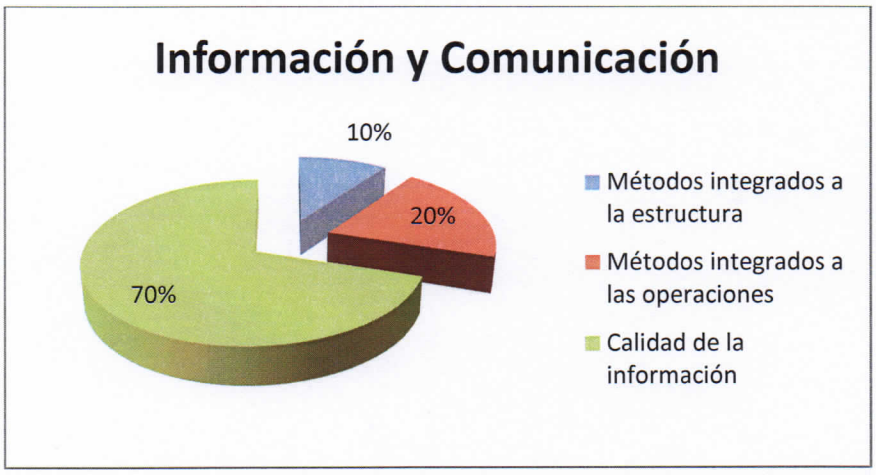


Gráfico 21: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Análisis

Con afinidad a la tabulación sobre la información y comunicación se analiza que de las 10 personas encuestadas en la empresa el 10% (1 persona) le corresponden los métodos integrados a la estructura, el 20% (2 personas) le corresponde los métodos integrados a las operaciones, y el 70% (7 personas) le corresponde la calidad de la información.

Interpretación

Se interpreta que para el adecuado manejo del control interno la empresa debe destacar la correcta evaluación de su personal en cómo se está llevando la información y la comunicación tanto interna como externa en la empresa para el mejoramiento de todos los procesos.

11. ¿La competitividad del producto o servicio frente a los competidores se evalúa mediante?

ITEM	ESCALA	FRECUENCIA	%
1	Precio	4	40%
2	Tiempo de entrega	3	30%
3	Proceso de venta	3	30%
Total		10	100%

Tabla 20: Competitividad
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

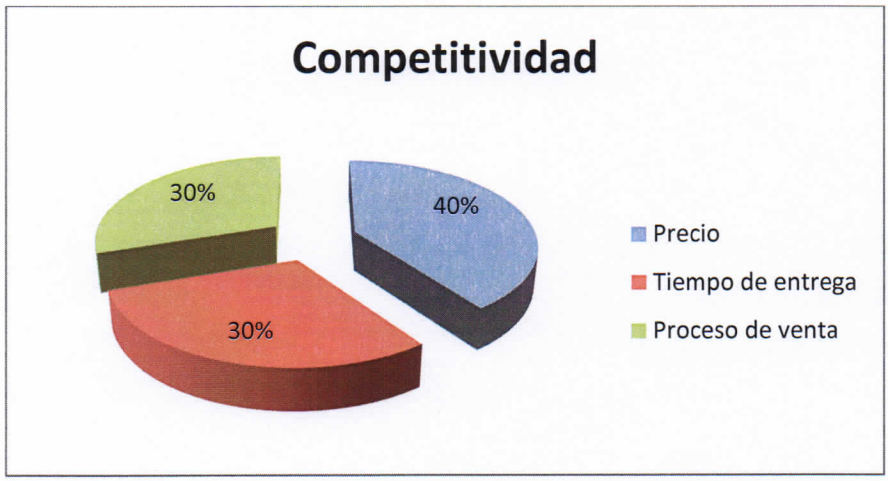


Gráfico 22: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Análisis

Se analiza que la tabulación sobre la competitividad se enfoca que de las 10 personas encuestadas en la empresa el 40% (4 personas) le corresponden los precios, el 30% (3 personas) le corresponde el tiempo de entrega, y el 30% (3 personas) le corresponde el proceso de venta.

Interpretación

Se interpreta que la mejor competitividad que tiene la empresa con sus clientes actuales y futuros es el precio sobre sus neumáticos, los mismos que contribuyen a la confianza y a la credibilidad de la empresa.

12. ¿Cómo incrementaría la rentabilidad la empresa?

ITEM	ESCALA	FRECUANCIA	%
1	Reducción de importes	4	40%
2	Mayor nivel de precio	0	0%
3	Satisfacción de los clientes	6	60%
Total		10	100%

Tabla 21: Incremento de Rentabilidad
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

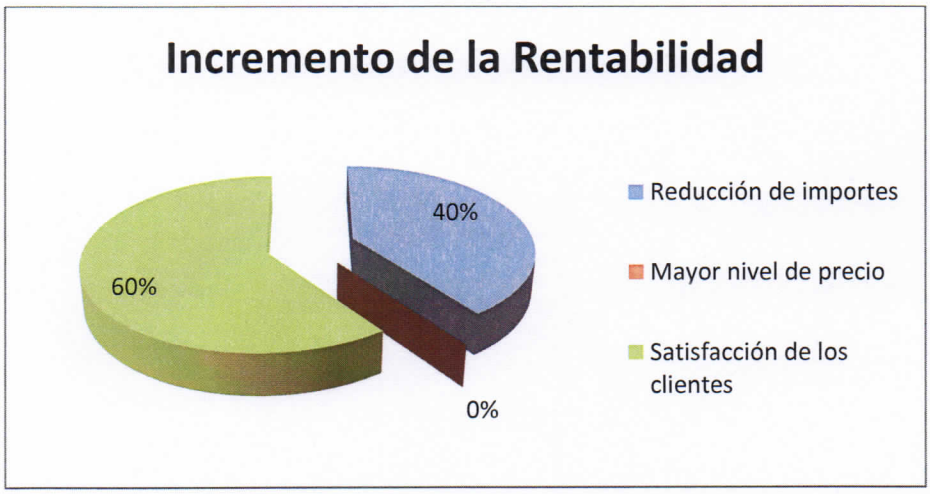


Gráfico 23: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Análisis

Se analiza que la tabulación sobre el incremento de la rentabilidad se enfoca que de las 10 personas encuestadas en la empresa el 40% (4 personas) le corresponden la reducción de importes, el 0% (0 personas) le corresponde el mayor nivel de precio, y el 60% (6 personas) le corresponde una satisfacción de los clientes.

Interpretación

Se interpreta que el incremento de la rentabilidad por parte de la empresa es debido a la satisfacción de los clientes al momento de brindar sus neumáticos y la calidad en los servicios que son brindados.

13. ¿El personal que labora en la empresa es el necesario para cumplir con las actividades?

ITEM	ESCALA	FRECUANCIA	%
1	Comercialización	5	50%
2	Atención al cliente	4	40%
3	Mejora continua	1	10%
Total		10	100%

Tabla 22: Personal
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

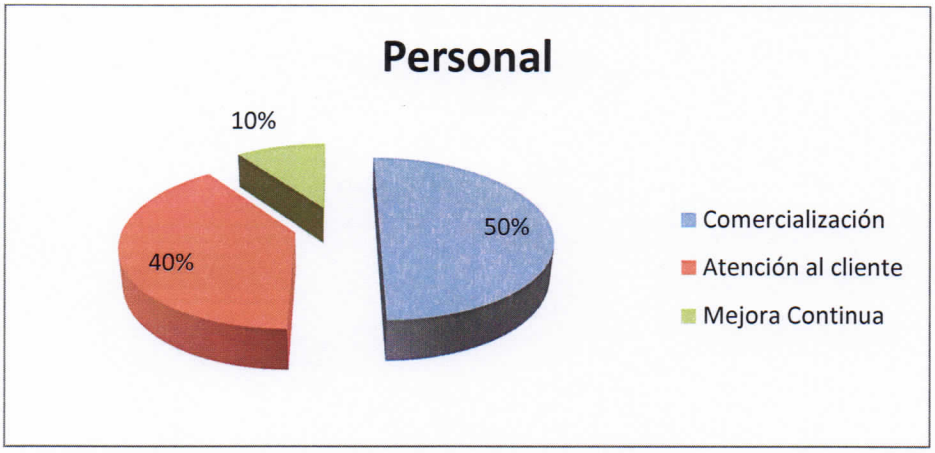


Gráfico 24: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Análisis

Respecto a la tabulación sobre el personal se observa que de las 10 personas encuestadas en la empresa el 50% (5 personas) le corresponden la comercialización, el 40% (4 personas) le corresponde la atención al cliente, y el 10% (1 persona) le corresponde la mejora continua.

Interpretación

Se interpreta que el personal es el principal y fundamental requerimiento de la empresa para la comercialización y el adecuado para la satisfacción oportuna de las necesidades de los clientes.

14. La empresa tiene que tipo de indicadores establecidos para la puesta en marcha.

ITEM	ESCALA	FRECUENCIA	%
1	Indicadores financieros	6	60%
2	Indicadores de control	2	20%
3	Indicadores administrativos	2	20%
Total		10	100%

Tabla 23: Indicadores
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

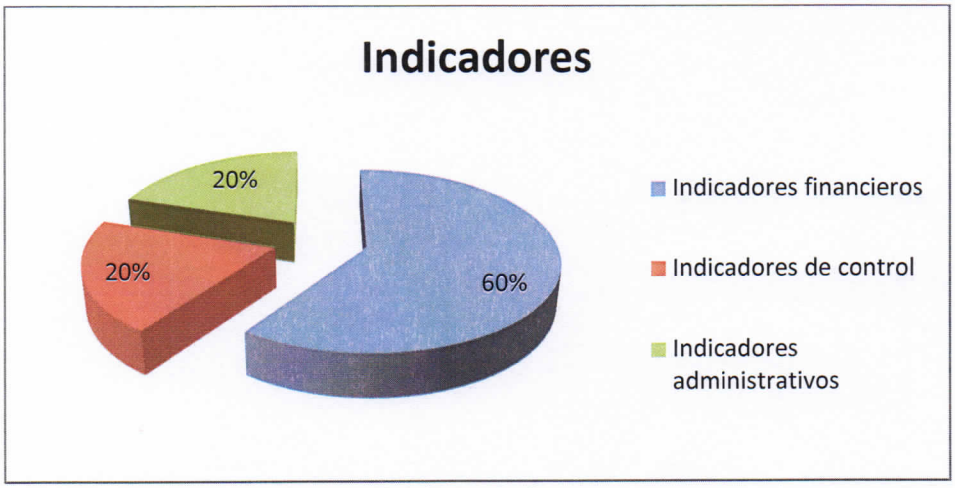


Gráfico 25: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Análisis

Según la tabulación sobre los indicadores se observa que de las 10 personas encuestadas en la empresa el 60% (6 personas) le corresponden los indicadores financieros, el 20% (2 personas) le corresponde a los indicadores de control, y el 20% (2 personas) le corresponde los indicadores administrativos.

Interpretación

Se interpreta que la empresa debe definir específicamente los indicadores financieros para conocer el avance de la empresa para la adecuada toma de decisiones por parte de la gerencia de la empresa.

15. ¿Cómo se establece el margen de utilidad en la empresa?

ITEM	ESCALA	FRECUENCIA	%
1	A través de productos vendidos	5	50%
2	A través de gastos generados	2	20%
3	A través de ingresos ganados	3	30%
Total		10	100%

Tabla 24: Margen de Utilidad
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

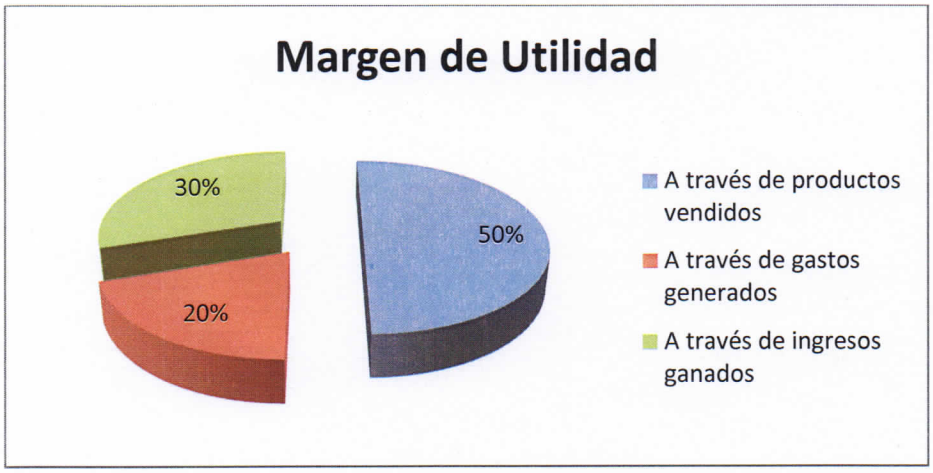


Gráfico 26: Representación gráfica de resultados
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Análisis

Con relación a la tabulación sobre el margen de utilidad se observa que de las 10 personas encuestadas en la empresa el 50% (5 personas) le corresponden a través de productos vendidos, el 20% (2 personas) le corresponde a través de gastos generados, y el 30% (3 personas) le corresponde a través de ingresos ganados.

Interpretación

Se interpreta que el margen de utilidad de la empresa depende de los productos que son vendidos por parte de la misma, para el mejoramiento financiero y administrativo de la empresa.

4.2.VERIFICACIÓN DE LA HIPOTESIS

El método que se utilizará para la verificación de la hipótesis es el "t Student", el mismo que permite conocer los valores de frecuencia observados y esperados de forma libre, permitiendo compararlos con un grupo global de frecuencias y la verificación de la hipótesis del problema identificado.

4.2.1. Simbología

H_0= Hipótesis Nula.

H_1= Hipótesis Alternativa.

CI= Control Interno.

R= Rentabilidad.

gl= Grados de Libertad.

a= Margen de Error.

4.2.2. Modelo Lógico

H_0= El Control Interno **no** afecta a la Rentabilidad en el Departamento de comercialización de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., en la ciudad de Ambato.

H_1= El Control Interno **si** afecta a la Rentabilidad en el Departamento de comercialización de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., en la ciudad de Ambato.

4.2.3. Modelo Matemático

H_0= CI = R

H_1= CI ≠ R

4.2.4. Nivel de Significatividad

Como en el presente proyecto de investigación se está aplicando la distribución "t Student", su nivel de confianza de 95% es decir el 2.262 de la tabla y dividido a cada lado es 1.065, asimismo se cuenta con un margen de error del 5%, el mismo que se divide para dos y se obtiene 0.025 a cada lado.

Nivel de significatividad

a/2 = 0.05/2 = 0.025

4.2.5. Proporcionar el Estadístico de Prueba

La Fórmula de la distribución "t Student", ya que no se conoce la desviación estándar y sabemos que la población es menor 30. Su fórmula es:

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

4.2.6. Grados de Libertad

Para establecer los grados de libertad se utiliza la fórmula:

gl = N - 1

Entonces,

gl = 10 -1

gl = 9

Se concluye que los grados de libertad es de 2.262, y estos se encuentran dentro de la curva normal.

4.2.7. Preguntas Seleccionadas para la verificación de la Hipótesis

Preguntas: Control Interno

¿Al implementar un control interno este establecerá?

ITEM	ESCALA	FRECUENCIA	%
1	Riesgos internos y externos	7	70%
2	Fijación de responsabilidades	1	10%
3	Adecuada Administración	2	20%
Total		10	100%

Tabla 14: Tipos de Instrumentos de Rentabilidad
Fuente: Encuesta a Comercial Cisneros Importadora Kumho. Cía. Ltda.
Elaborado por: López Eduardo (2016)

¿Qué instrumento de control interno utiliza para evaluar el departamento de comercialización?

ITEM	ESCALA	FRECUENCIA	%
1	Manual de Control Interno	3	30%
2	Informes de Auditoria	6	60%
3	Plan de Trabajo	1	10%
Total		10	100%

Tabla 25: Tipos de instrumentos de control
Fuente: Encuesta a Comercial Cisneros Importadora Kumho. Cía. Ltda.
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Preguntas: Rentabilidad

¿Cree usted que la rentabilidad de la empresa depende de?

ITEM	ESCALA	FRECUENCIA	%
1	Un cobro efectivo del cliente	6	60%
2	Capital de Trabajo	3	30%
3	Tasas de interés nominal	1	10%
Total		10	100%

Tabla 26: Rentabilidad
Fuente: Encuesta a Comercial Cisneros Importadora Kumho. Cía. Ltda.
Elaborado por: López Eduardo (2016)

¿Cómo incrementaría la rentabilidad la empresa?

ITEM	ESCALA	FRECUANCIA	%
1	Reducción de importes	4	40%
2	Mayor nivel de precio	0	0%
3	Satisfacción de los clientes	6	60%
Total		10	100%

Tabla 27: Incremento de Rentabilidad
Fuente: Encuesta a Comercial Cisneros Importadora Kumho. Cía. Ltda.
Elaborado por: López Eduardo (2016)

4.2.8. Fórmulas

Para la demostración de la hipótesis se realiza los cálculos pertinentes que nos acepte o rechace la hipótesis.

4.2.9. Media Aritmética

$$\bar{x} = \frac{\Sigma f \circ}{\text{numero de preguntas}}$$

$$\bar{x} = \frac{40}{4}$$

$$\bar{x} = 10$$

4.2.10. Desviación típica de la muestra

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

$$S = 10 * \sqrt{\frac{10}{10-1}}$$

$$S = 10 * 1.0540925534$$

$$S = 10.54$$

4.2.11. "t Student"

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

$$t = \frac{(10 - 10)}{\frac{10.54}{\sqrt{10}}}$$

$$t = 0$$

4.2.12. Condición

"t student" calculado < "t student" tabulado

$$0 < 2.262$$

Si la "t student" calculado < "t student" tabulado, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1), con un nivel de confianza de 95%, margen de error del 5%, 2.5% a cada lado.

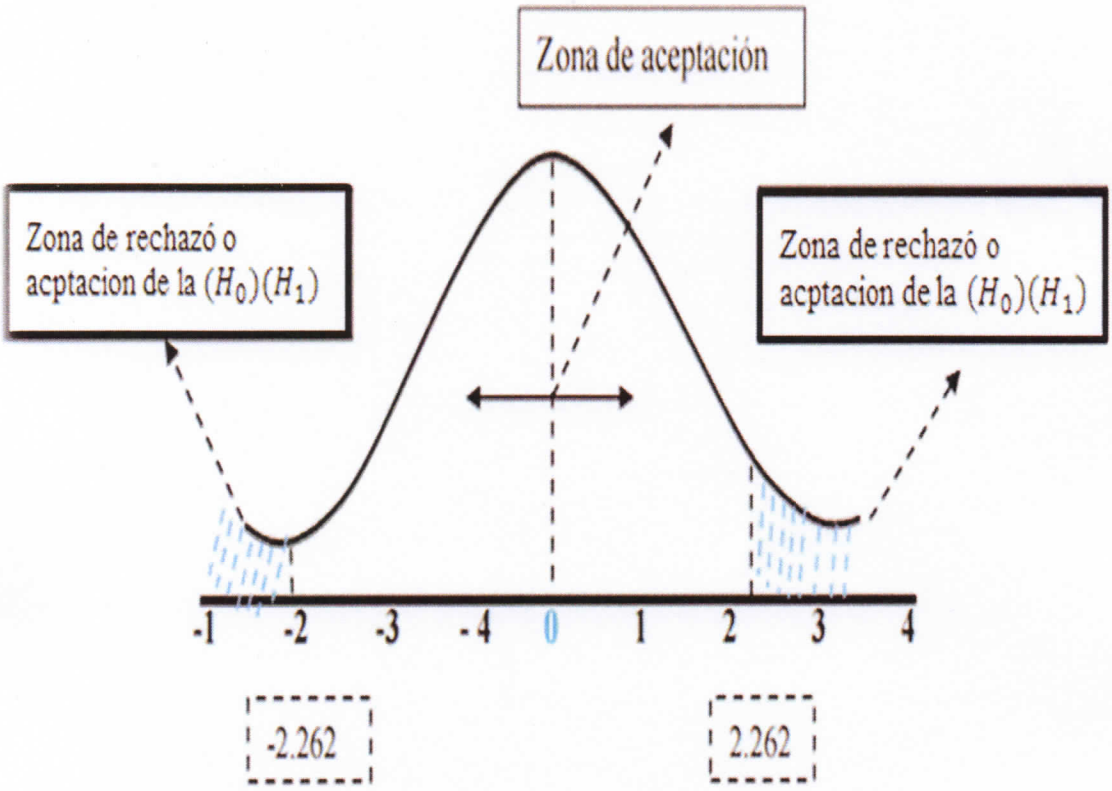


Gráfico 27: Representación gráfica de la distribución "t Student"
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016)

4.2.13. Conclusión

Después del cálculo de la distribución "t Student" podemos conocer que: Como 0 < 2.262, se acepta la hipótesis alternativa (H_1), y se rechaza la hipótesis nula (H_0),

podemos decir que la encuesta realizada al personal de la empresa sobre nuestra hipótesis de investigación: "El Control Interno incurre en la rentabilidad de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.",lo que se afirma que se debe comprobar el adecuado control interno y asi se mejorara la rentabilidad de la misma, y estes es indispensable en el desarrollo del tema tartado.

4.3. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Se obtuvo como limitacion en este proyecto de investigacion las siguientes:

Una de las limitaciones se basa en la poca actualización del personal de cada departamento, esto debido a que no se toma y registra los porcesos establecidos previamente en la empresa.

Otro limitancte es el factor tiempo, ya que muchas veces la invetigacion requiere de muchas horas de estudio y al tener otras actividades por parte del investigador no se destina el tiempo necesario para el presente proyecto.

Un limitante más es la poca apertura hacia las documentacion financieros que se requiere para la resolución de los problemas que afectan a la empresa tanto interno como externos.

4.4. CONCLUSIONES

- Hoy en día la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., no pose un control interno apropiado y definido así que los procesos se las realiza de forma rutinaria en base a la costumbre del personal, tal motivo incentiva a la empresa a que sus rentabilidad baje y no se efectue un control interno necesario dentro de la empresa.

- Es indispensable demostrar la relación que existe entre el control interno y la rentabilidad, mediante la utilización de indicadores financieros que manifiesta los cambios significativos de la rentabilidad entre los años del 2014 y 2015, esto

simboliza la disminución de ingresos para la entidad, esto se debe a que las ventas disminuyeron y la eficiencia de un control interno en el proceso de comercialización no es la adecuada.

- La empresa debe solicitar un control interno apropiado que le permita optimizar los procesos de comercialización, para que de esta manera mejore su situación financiera y por ende su rentabilidad mejoren.

4.5. RECOMENDACIONES

- La recomendación que se realiza en el presente proyecto de investigación está basado en el control interno, el cual debe ser evaluado por la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., donde debe adecuar sus procedimientos para el área de comercialización, lo que favorecerá al logro de objetivos y eficacia de metas.

- Se recomienda que se analicen los estados financieros de manera habitual o constante, con el objetivo de fomentar mejoras continuas y al crecimiento de la rentabilidad.

- Últimamente se recomienda aplicar un control interno oportuno, que sea la clave permanente de los empleados que desempeñan procedimientos cómo venta, facturación y comercialización, de tal manera que la información y directrices que se entregue al cliente externo sea clara, objetiva y responda a las necesidades de rentabilidad de la empresa.

PROPUESTA

TEMA:

Proceso de comercialización de neumáticos

OBJETIVO GENERAL:

Proponer un Control interno para la empresa que le permita cuantificar, registrar y verificar el proceso de comercialización de neumáticos.

OBJETIVO ESPECÍFICOS:

- Diagnosticar la situación actual del departamento de comercialización para identificar sus factores claves de éxito.
- Diseñar un Manual de Control Interno para mejorar la rentabilidad en el proceso de comercialización.
- Evaluar el grado de rentabilidad, para la determinación la situación financiera actual de la empresa.
- Dar seguimiento al sistema de control interno diseñado en la empresa para poder comprobar la eficacia del mismo.

METODOLOGÍA:

FASES	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
1	Diagnosticar la situación actual de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., para identificar sus	Análisis externo de factores económicos, políticos, culturales y tecnológicos, para determinar oportunidades y amenazas a las que se enfrente la empresa en el entorno. Análisis interno de la empresa para determinar	Eduardo López

	factores claves de éxito.	fortalezas y debilidades. Análisis financiero de la situación de la empresa.	
2	Diseñar un Manual de Control Interno para mejorar la rentabilidad en el proceso de comercialización.	Definir el ambiente de control que debe adoptar los colaboradores. Establecer políticas y procedimientos en los departamentos de comercialización de neumáticos. Planes de capacitación y difusión, dónde se explique al personal de comercialización y ventas. Informes periódicos de avance y resultados.	Eduardo López
3	Evaluar el grado de rentabilidad, para la determinación la situación financiera actual de la empresa.	Aplicación de indicadores de rentabilidad. Aplicar instrumentos para la evaluación de los riesgos. Describir los procesos que lleva a cabo el departamento de comercialización actualmente sobre la rentabilidad obtenida.	Eduardo López

4	Dar seguimiento al sistema de control interno diseñado en la empresa para poder comprobar la eficacia del mismo.	Predefinir las funciones del personal en base al organigrama estructural.	Eduardo López

BIBLIOGRAFÍA

Anderson. (2008). *Muestra Poblacional.*

Bernal. (2010). *Procesamiento de la Información.*

Coopers & Lybrand. (2010). *Auditoria de Riesgos.*

Coral & Gudiño. (2008). *Indicadores Financieros.*

Don & Mower. (1996). *Clasificación de la Rentabilidad.*

Escobar & Cuartas. (2006). *La Rentabilidad.*

Esteo. (1998). *Rentabilidad Financiera.*

Hernández , P. (2010). *Niveles de Investigación.*

Herrera E., L. (2010). *Metodología de la Información.*

Herrera, E., Medina, F., & Naranjo , L. (2004). *Paradigmas.*

Lerma, D. (2010). *Población y Muestra.*

Madariaga. (2004). *Auditoria externa.*

Maldonado, M. K. (2010). *Auditoria de Gestión.*

Mantilla Blanco, S. (2005). *Auditoria de Control.*

Martínez Valverde. (1998). *Información Detallada.*

Medina, L., Herrera, A., & Naranjo, G. (2004). *Tutoría de la Investigación.*

Mejía Quijano, R. C. (2005). Autoevaluacion del Sistema de Control Interno. *AD-minister*, 82-95.

Morán & Alvarado. (2010). *Investigaciones de Campo.*

Morillo, M. (2001). Rentabilidad Financiera y Reduccion de Costos. *Actualidad Contable Faces*, 35-48.

Pastor, J. (2013). *Analisis Financiero.*

Rivas Márquez, G. (2011). Modelos contemporáneos de control interno. Fundamentos teóricos. *Observatorio Laboral*, 115-136.

Rodríguez , P. (2003). *Supervición y Comunicación.*

Rosas Inostrosa, H. (2014). *Estados Financieros* .

Sarmiento , J. (2007). *Sistemas de Control Interno.*

Schermerhorn, J. (2015). *Tipos de controles Internos.*

Sierra , G. (2001). *Procesos de Auditoria.*

Tamayo, M. (2004). *Tipos de Investigación.*

Vásquez, L. (2000). *Auditoria General.*

Viloria, N. (2005). Factores que inciden en el sistema de control interno de una organización. *Actualidades Contable Faces*, 87-92.

ANEXOS

ANEXO N° 4


KUMHO TIRES ECUADOR
KUMHO TIRE
READY FOR CHALLANGE
Kumho Tires Commercia...
DRIVE
Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.


KUMHO TIRES ECUADOR
AUTOS
CAMIONES
CAMIONES
COMPETENCIA
SUV
Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

ANEXO N° 5

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Facultad de Contabilidad y Auditoría

Carrera de Contabilidad y Auditoría

Cédula de Encuesta.

OBJETIVO: Determinar de qué forma se lleva a cabo el control interno en el área de comercialización de la Empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.

DESARROLLO

PREGUNTAS	INTERPRETACIÓN
1. ¿Qué instrumento de control interno utiliza para evaluar el departamento de comercialización?	a) Manual de Control Interno b) Informes de Auditoria c) Plan de trabajo
2. ¿Cómo se controla la rentabilidad en la empresa?	a) Mediante resultados de ventas b) Clientes nuevos c) Estados Financieros
3. ¿Qué actividad de control es utilizada en el departamento de comercialización?	a) Procesamiento de información b) Controles físicos c) Segregación de responsabilidades

4. ¿Cree usted que la rentabilidad de la empresa depende de?	a) Un cobro efectivo del cliente b) Capital de trabajo c) Tasas de interés nominal
5. ¿Al implementar un control interno este establecerá?	a) Riesgos internos y externos b) Fijación de responsabilidades c) Adecuada Administración
6. ¿Cree que el departamento de comercialización es el más importante de la empresa por qué?	a) Ejecuta la acción de ventas b) Es la razón de ser la empresa c) Sin él no existe rentabilidad
7. ¿Cree usted que lo que necesita para evidenciar un eficiente control interno en el departamento comercialización es?	a) Capacitación apropiada al personal b) Descripción de procesos y procedimientos d) Nuevas políticas de Ventas
8. ¿Qué herramienta utiliza para control interno de las operaciones de ventas?	a) Facturación b) Reporte de ventas c) Indicadores
9. ¿Qué categoría posee la empresa como diseño para proveer una razonable seguridad de los objetivos?	a) Eficacia y eficiencia Operacional b) Confiabilidad de la información financiera c) Cumplimiento de las normas legales

10. ¿La información que presenta la empresa es evaluada mediante?	a) Sistemas integrados a la estructura b) Sistemas integrados a las operaciones c) Calidad de la información
11. ¿La competitividad del producto o servicio frente a los competidores se evalúa?	a) Precio b) Tiempo de entrega c) Proceso de venta
12. ¿Cómo incrementaría la rentabilidad la empresa?	a) Reducción de importes b) Mayor nivel de precio c) Satisfacción de los clientes
13. ¿El personal que labora en la empresa es el necesario para cumplir con las actividades?	a) Comercialización b) Atención al cliente c) Mejora continua
14. La empresa tiene que tipo de indicadores establecidos para la puesta en marcha	a) Indicadores financieros b) Indicadores de Control c) Indicadores administrativos
15. Cómo se establece el margen de utilidad en la empresa	a) A través de productos vendidos b) A través de gastos incurridos c) A través de ingresos obtenidos

ENCUESTA
Fuente: Encuesta a Comercial Cisneros Importadora Kumho. Cía. Ltda.
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Gracias por su colaboración, la información que ha proporcionado será utilizada con extrema confidencialidad.

ANEXO N° 6

ESTADOS FINANCIEROS

COMERCIAL CISNEROS IMPORTADORA KUMHO CIA. LTDA.
Estados de Situación Financiera

Activos		Año terminado el 31 de diciembre de 2015		2014
Activos corrientes				
Efectivo y equivalentes de efectivo	USD $	438824,69	USD $	194615,32
Activos financieros		3496680,27		4339974,16
Inventarios		4224610,28		5610623,97
Activos por impuestos corrientes		151177,53		186328,16
Cuentas pagadas por anticipado		44867,30		49713,35
Otros activos no financieros corrientes		-		-
Total activos corrientes		8356160,07		10381255
Activos no corrientes				
Propiedades, Maquinarias y equipos		7165862,23		6915473,66
Activos por impuiestos diferidos		5955,53		5984,23
Total activos no corrientes		7171817,76		6921457,89
Total activos	USD $	15527977,83	USD $	17302712,85
Pasivos				
Pasivos corrientes				
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por p		3255188,22		1591787,26
Pasivos financieros corrientes		2455295,64		4988870,10
Otras obligaciones corrientes		526255,68		799182,90
Total pasivos corrientes	USD $	6236739,54	USD $	7379840,26
Pasivos no corrientes				
Provisiones por beneficios a empleados		113550,75		115020,14
Pasivos por impuesto diferido		-		20350,25
Total pasivos no corrientes		113550,75		135370,39
Total pasivos	USD $	6350290,29	USD $	7515210,65
Patrimonio neto				
Capital suscrito o asignado		7650000		7650000
Reservas		212976,31		212976,31
Resultado acumulado adopcion NIIF		492881,08		485802,06
Ganancia neta del periodo		505297,07		1135433,28
Otros resultados integrales				
Otros resultados integrales		5955,47		7287,06
Reservas por valuacion		310577,61		310577,61
Patrimonio neto	USD $	9177687,54	USD $	9787502,20
Total pasivo y patrimonio	USD $	15527977,83	USD $	17302712,85

COMERCIAL CISNEROS IMPORTADORA KUMHO CIA. LTDA.

Estado de Resultados del Peridod y Otros Resultados Integrales

	Año terminado el 31 de diciembre de 2015		2014
Ingresos de actividades ordinarias	USD $ 14380393,19	USD $	18913820,37
Costo de Ventas	10924679,56		13359897,97
Utilidad bruta en ventas	3455713,63		5553922,40
Gastos			
Gasto de ventas	1824594,86		2151625,25
Gasto administrativo	990971,81		1273393,44
Gastos financieros	504965,15		588173,15
Otros ingresos	49229,52		15406,47
Otros gastos	194,13		540,62
Utilidad antes de impuesto a la renta	685117,20		1555696,41
Impuesto a la renta	183775,6		360503,48
Utilidad neta del periodo	499341,6		1195192,93
Otros resultados integrales	-		-
Partidas que no reclasifican al resultado del perio	3955,47		-
Resultado integral total del año	505297,07	USD $	1195192,93

Ver las notas que acompañan a los estados financieros

Gerente General

CPA. Nora Landa
Contador
Registro C.P.A. No. 31614

ANEXO N° 7

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Facultad de Contabilidad y Auditoria

Carrera de Contabilidad y Auditoria

Cédula de Entrevista

OBJETIVO: Determinar de qué forma se lleva a cabo el control interno en el área de comercialización de la Empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.

DIRIGIDO AL: Departamento Administrativo, Financiero y de Comercialización de la Empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.

1. **¿Piensa que la empresa cumple con los objetivos previstos en lo referente a la comercialización de neumáticos?**

La empresa Kumho Tire cumple con sus objetivos propuestos con respecto a la comercialización de neumáticos llevando un adecuado control y que los mismos beneficien a la misma.

2. **¿Cree usted que es necesario implementar un control interno en la empresa?**

Es importante para una empresa contar con un control interno adecuado, esta carencia indicaría que la empresa puede generar muchos inconvenientes en sus ventas y por ende en la rentabilidad.

3. **¿La información fluye en todos los niveles de la empresa?**

La empresa no tiene organizado un proceso de información que sea adecuado para evaluar y controlar sus departamentos.

4. **¿Cree que el actual control interno del proceso de comercialización con el que cuenta la empresa es el adecuado?**

No, debido a que este proceso de control interno es obsoleto y traerá consigo muchas dificultades e información imprecisa.

5. ¿Cree que es necesario reestructurar el control interno en el área de comercialización mejorar la rentabilidad?

Es importante porque a través de un control interno actualizado y reestructurado la empresa mejorara su rentabilidad de forma eficaz para el funcionamiento de la misma.

6. ¿Cree que debe existir un mejor control interno para mejorar los procesos de comercialización?

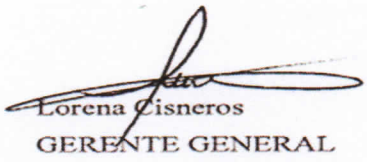
Si, ya que la empresa necesita un control interno que evalué de forma precisa las actividades a desarrollar en cada departamento de la empresa.

7. ¿Se aplica adecuados indicadores financieros dentro del proceso de comercialización?

No con análisis de indicadores financiero, sino con el estado financiero se verifica las utilidades con los que se establece que hubo rentabilidad o no dentro del proceso de comercialización.

8. ¿Existen procedimientos para anticipar situaciones que puedan afectar el normal desenvolvimiento en el área de comercialización?

Si puede llegar a afectar pero en forma mínima, se necesitaría evidenciar las áreas para mejorar el control.



Fuente: Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.
Elaborado por: López Eduardo (2016)

Como conclusión luego de haber aplicado la entrevista a la empresa específicamente al Departamento administrativo, financiero y de comercialización se dedujo que carece de un control interno que no está bien estructurado y por ende debe mejorarlo, para así obtener mejor rentabilidad y mejores decisiones a un futuro corto o de largo plazo.

ANEXO N° 8

INDICADORES DE RENTABILIDAD

La empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda., presenta el cálculo de los indicadores de rentabilidad los mismos que permitirán analizar y evaluar a la misma, con respecto a sus ventas y sus obligaciones contraídas.

A continuación se presenta los indicadores de rentabilidad que se aplicó en la empresa, los mismos que son evaluados y analizados.

INDICADORES DE RENTABILIDAD					
PERIODO	**CUENTAS**	**2014**	**2015**	**INTERPRETACIÓN 2014**	**INTERPRETACIÓN 2015**
RENTABILIDAD SOBRE EL ACTIVO (ROA)	UTILIDAD NETA	1195192,93	499341,69	La empresa tiene una rentabilidad del 6,91% con respecto a los activos que posee la empresa tiene una alta rentabilidad esto se da porque a partir del año 2014.	La empresa tiene una rentabilidad del 3,22% con respecto a los activos que posee la empresa tiene una baja rentabilidad esto se da porque a partir del año 2015 genero una utilidad baja.
	ACTIVO TOTAL	17302712,85	15527977,83		
	ROA=(Utilidad Neta) (Activo Total) x 100	6,91	3,22		
RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO (ROE)	UTILIDAD NETA	1195192,93	499341,69	La rentabilidad sobre el patrimonio nos da un porcentaje del 12,22% esto quiere decir que la empresa tiene una rentabilidad del 12,22% con respecto al patrimonio que posee la empresa.	La rentabilidad sobre el patrimonio nos da un porcentaje del 5,44% esto quiere decir que la empresa tiene una rentabilidad del 5,44% con respecto al patrimonio que posee la empresa.
	PATRIMONIO	9782502,28	9177687,54		
	ROE=(Utilidad Neta) (Patrimonio) x 100	12,22	5,44		
	UTILIDAD NETA	1195192,93	499341,69	Nos da una rentabilidad sobre ventas del 6,32% es	Nos da una rentabilidad sobre ventas del 3,36% es
	VENTAS NETAS	18913820,37	14880393,19		

MARGEN BRUTO	MB=(Utilidad Neta) (Ventas Netas) x 100	6,32	3,36	decir la empresa tiene una rentabilidad del 6,32% con respecto a sus ventas esto quiere decir que las utilidades representan el 6,32% del total de las ventas.	decir la empresa tiene una rentabilidad del 3,36% con respecto a sus ventas esto quiere decir que las utilidades representan el 3,36% del total de las ventas.

Tabla 28: Indicadores de Rentabilidad de la empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.
Fuente: Propia
Elaborado por: López Eduardo (2016).

Identificación de Procedimientos del Control Interno en la Empresa Comercial Cisneros Importadora Kumho Cía. Ltda.			
Antes	**SI**	**NO**	**Después**
Se cuenta con un organigrama general y particular de cada una de los departamentos establecidos		x	Existen flujo gramas funcionales y organigramas en la empresa
Tiene la empresa definida la descripción de puestos, delimitando sus funciones específicas, relaciones jerárquicas y restricciones		x	Las políticas son comunicadas a todo el personal de la empresa
El clima laboral dentro de la empresa está acorde a las necesidades de los trabajadores	x		Considera imprescindible que en la empresa existe una adecuada aplicación de las políticas de control laboral y Códigos de Ética
El personal cumple con las leyes y regulaciones establecidas por la empresa		x	Existen políticas respecto a la contratación de personal adecuado e idóneo
Existe una persona encargada de controlar la entrada y salida de la mercadería diariamente		x	Los procedimientos relacionados con el correcto manejo de la mercadería son los adecuados.
La empresa capacita al personal en el departamento de comercialización y ventas para un mejor desempeño de sus funciones	x		Al aplicar adecuados procedimientos de control interno estos ayudarán a mejorar el volumen de ventas en la entidad
La empresa controla individualmente los saldos de los inventarios mediante la constatación física		x	Se toman inventarios y arqueos físicos periódicos y sorpresivos
La empresa brinda descuentos o bonificaciones especiales a sus clientes en base al volumen de sus compras		x	Existen lineamientos que les ayuden a la administración a decidir sobre el presupuesto que debe ser asignado y brindar beneficios a sus clientes.
La empresa trabaja con índices de rentabilidad que permitan mejorar la toma de decisiones	x		Cuenta con políticas y procedimientos para el control de la rentabilidad bien definidos.
El gerente revisa los estados financieros para conocer si se obtuvo pérdidas o ganancias en relación a las actividades de comercialización y ventas		x	La rentabilidad obtenida en los últimos años ha generado utilidades para trabajadores y propietarios de la empresa

Se evalúan periódicamente los procesos de comercialización y ventas para asegurar que se están cumpliendo con los requerimientos de las mismas		x	El eficiente control de interno en el proceso de comercialización ayudará a establecer indicadores financieros reales en la entidad
Evalúan al personal para conocer de qué manera es atendido el cliente		x	La gerencia toma decisiones programadas con respecto a las adquisiciones de los clientes