

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



**TESIS DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

**LAS POLÍTICAS DE CONTROL INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE
COMERCIALIZACIÓN Y LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA
AGROINDUSTRIAL LIMACHE AGROLIMACHE S.A. DE LA CIUDAD DE
AMBATO EN EL AÑO 2013.**

AUTOR:

JUAN CARLOS CEVALLOS PAGUAY

TUTORA:

DRA. JASMINA SALAZAR

AMBATO – ECUADOR

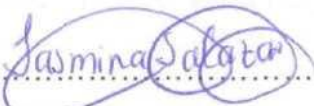
2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

El suscrito Profesor Tutor, una vez revisado, aprueba el Trabajo de Grado, sobre el tema: **“LAS POLÍTICAS DE CONTROL INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN Y LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAL LIMACHE AGROLIMACHE S.A.”** del estudiante Cevallos Paguay Juan Carlos, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 22 de Abril de 2015

Para constancia firma,


Dra. Jasmina Salazar
PROFESOR TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

Yo, Juan Carlos Cevallos Paguay, con C.C. 060482982-0 tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el trabajo de grado con tema:

“LAS POLÍTICAS DE CONTROL INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN Y LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAL LIMACHE AGROLIMACHE S.A.”, como también los contenidos presentados, ideas, análisis y síntesis son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este Trabajo de Grado.

Ambato, 22 de Abril de 2015

AUTOR




Juan Carlos Cevallos Paguay

APROBACIÓN DE JURADO EXAMINADOR

El Tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Graduación, sobre el tema:
**“LAS POLÍTICAS DE CONTROL INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE
COMERCIALIZACIÓN Y LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA
AGROINDUSTRIAL LIMACHE AGROLIMACHE S.A.”**, elaborado por el
señor, Cevallos Paguay Juan Carlos, estudiante de la Carrera de
Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, de la Facultad de Contabilidad y
Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, mayo 2015

Para constancia firma:



Dr. Guido Tobar
MIEMBRO DEL TRIBUNAL
CALIFICADOR



Dr. Esteban Caiza
MIEMBRO DEL TRIBUNAL
CALIFICADOR



Eco. Diego Proaño Mg.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo se lo dedico a Dios, mis padres, mis hermanos y personas cercanas, que de una manera u otra han sido mi apoyo incondicional.

Autor

V

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme la vida y sabiduría para culminar este proceso tan importante en mi vida.

Agradezco a mis padres y hermanos por su apoyo y comprensión.

Agradezco a mi tutora Dra. Jasmina Salazar, por la constancia y paciencia para culminar este proyecto.

Agradezco a mis amigos y compañeros que estuvieron ahí cuando los necesitaba.

Autor

Índice General

CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
1.1. TEMA.....	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2.1. Contextualización.....	1
Contextualización Macro.....	1
Contextualización Meso.....	3
Contextualización Micro.....	7
1.2.2. Análisis Crítico.....	9
1.2.2.1. Árbol de Problemas.....	9
1.2.3. Relación Causa-Efecto.....	10
1.2.4. Prognosis.....	10
1.2.5. Formulación del Problema.....	11
1.2.6. Interrogantes.....	11
1.2.7. Delimitación del objeto de Investigación.....	11
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	12
1.4. OBJETIVOS.....	13
1.4.1. Objetivo General.....	13
1.4.2. Objetivos Específicos.....	13
CAPÍTULO II.....	14
MARCO TEÓRICO.....	14
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	14
2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	16

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	19
2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	25
2.4.1. Visión dialéctica de conceptualizaciones que sustentan las variables del problema	25
2.4.1.1. Marco conceptual variable independiente	25
2.4.1.2. Marco conceptual variable dependiente	31
2.4.2. Gráficos de inclusión interrelacionados.....	38
2.4.2.1. Superordinación conceptual	38
2.4.2.1. Subordinación conceptual	39
2.5. HIPÓTESIS.....	40
2.6. SEÑALAMIENTO VARIABLES DE LA HIPÓTESIS.....	40
CAPÍTULO III.....	41
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	41
3.1. ENFOQUE	41
3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN	42
3.2.1. Investigación de campo.....	42
3.2.2. Investigación bibliográfica-documental.....	42
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	43
3.3.1. Investigación Exploratoria	43
3.3.2. Investigación Descriptiva.....	44
3.3.3. Investigación Asociación de Variables (Correlacional).....	44
3.3.4. Investigación Explicativa	45
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	46
3.4.1. Población	46
3.4.2. Muestra	47
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	47

3.5.1. Operacionalización de la variable independiente	49
3.5.2. Operacionalización de la variable dependiente	50
3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	51
3.6.1. Plan para la recolección de información.....	51
3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	53
3.7.1. Plan de procesamiento de información	53
3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados	54
CAPITULO IV.....	55
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN	55
4.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS	55
4.2. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	55
4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	88
CAPÍTULO V.....	92
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	92
5.1. CONCLUSIONES	92
5.2. RECOMENDACIONES.....	93
CAPÍTULO VI.....	94
PROPUESTA	94
6.1. Datos Informativos.....	94
6.1.1. Título	94
6.1.2. Institución Ejecutora.....	94
6.1.3. Beneficiarios.....	94
6.1.4. Ubicación	94
6.1.5. Tiempo Estimado Para la ejecución	95
6.1.6. Equipo Técnico Responsable.....	95
6.1.7. Costo Estimado.....	96

6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	97
6.3. JUSTIFICACIÓN.....	97
6.4. OBJETIVOS.....	99
6.4.1. Objetivo General	99
6.4.2. Objetivos Específicos	99
6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	99
6.5.1. Factibilidad Legal	100
6.5.2. Factibilidad Organizacional	100
6.5.3. Factibilidad Económico-Financiero.....	100
6.6. Fundamentación	101
6.6.1. Definición Sistema de Control Interno	101
6.6.2. Clasificación del Control Interno.....	101
6.6.3. Medidas para lograr un buen Control Interno.....	102
6.6.4. Los Componentes o elementos de control interno	103
6.6.5. Qué se puede lograr con el control interno	103
6.6.6. Factores que suponen un freno a la implementación de un sistema de control interno en la gestión empresarial.	104
6.6.7. Quienes deben utilizar el manual de control interno (procedimientos)	104
6.6.8. Responsabilidad De Los Jefes De Las Áreas Frente Al Manual De Control Interno	105
6.6.9. Objetivos del Levantamiento de Procedimientos	105
6.7. MODELO OPERATIVO	106
FASE 1. Determinación de puntos de control del proceso de comercialización.....	107

FASE 2. Establecimiento de mecanismos y políticas que se constituyan en actividades de control en el proceso de comercialización.....	112
II Paso. Establecer convenios documentados entre la empresa y sus Clientes, se puede sugerir el siguiente formato:.....	113
III Paso. Manual de Procedimientos.....	120
IV Paso. Emisión de Presupuesto Cobranza.....	121
FASE 3. Análisis de la liquidez actual de la empresa.	124
FASE 4. Determinación de indicadores que permitan medir el cumplimiento de las políticas de control interno.	127
Indicadores de cumplimiento.....	128
6.8. ADMINISTRACIÓN.....	131
6.9. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN.....	131
Bibliografía.....	132
ANEXOS.....	135
ANEXO N: 1 ESTADO DE RESULTADOS	135
ANEXO N: 2 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	136
ANEXO N: 3 R.U.C.	138
ANEXO N: 4 CUESTIONARIO	139

ÍNDICE DE TABLAS

Principales Países Exportadores	2
Principales Países Importadores de Flores	2
Principales Países Compradores de Flores Ecuatorianas	7
Paradigmas de Investigación: según diferentes dimensiones	18
Nómina Oficial de los Servidores de la Empresa Agrolimache S.A.	46
Operacionalización de la variable Independiente.....	49
Operacionalización de la variable dependiente	50
Procedimiento de recolección de información	52
Estudio de Resultados	56
Resultados de Encuestas	56-86
Frecuencias observadas.....	89
Frecuencias Esperadas	89
Chi Cuadrado.....	90
Detalle de Cotos	96
Matriz de Hallazgos	109-110

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Evolución de Exportaciones Sector Flores	5
Mapa Florícola Nacional	6
Árbol de Problema	9
Proceso de Comercialización.....	30
Superordinación Conceptual.....	38
Subordinación Conceptual	39
Diseño de tabulación de la Investigación de Campo-Encuesta	56-86
Representación Gráfica del Chi cuadrado	90
Análisis del proceso de Ventas	108

RESUMEN EJECUTIVO

El análisis que se proporciona en el presente documento está basado en los hechos e información prevaecientes, proporcionados por **Agroindustrial Limache Agrolimache S.A.** del periodo 2013, en el mismo que se han encontrado aspectos que están afectando al funcionamiento normal de la empresa.

La empresa tiene como objeto social la explotación agrícola para la producción de rosas específicamente, contando con cierto número de hectáreas de cultivo, creando fuentes de trabajo, y ofertando variedad productos para el mercado internacional.

El alcance de este estudio se limita a identificar, cuantificar y medir los efectos que conlleva el inadecuado uso de políticas de control interno dentro del departamento de comercialización y ventas, sobre la liquidez de la empresa.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal estudiar el Control Interno del departamento de Comercialización y Ventas de la empresa **Agroindustrial Limache Agrolimache S.A.** y su influencia en la Liquidez de la organización durante el periodo 2013.

Los instrumentos utilizados para indagar en dicha investigación fueron en base a encuestas dirigidas al personal administrativo, además se asentó la investigación también en libros, informes así como documentos físicos y virtuales que aportaron con información del tema de estudio.

Entre las conclusiones que se obtuvieron con la investigación se puede mencionar; Que la Empresa mantiene un sistema de control interno del departamento de comercialización inadecuado, lo que trasciende a ejecutar procesos inoportunos, en lo que respecta a la concesión de créditos a clientes, recuperación de cartera e información financiera oportuna. Entonces esto conlleva a mantener altos valores en exigibles, y quedando la empresa con una liquidez limitada.

Otra de las conclusiones importantes fue que: Una amenaza que se presenta en la empresa es, que al no contar con la liquidez necesaria para cubrir sus costos y gastos deba necesitar de financiamiento externo, lo que conduce a incurrir en gastos adicionales de financiamiento, sin descartar la posibilidad de llegar en algún momento al sobreendeudamiento.

Estas son las principales razones para que **Agroindustrial Limache Agrolimache S.A.** deba aplicar una adopción de un conjunto de políticas idóneas al proceso de comercialización, que conlleven al mejoramiento de dicho proceso y del manejo de las finanzas de la empresa.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. TEMA

LAS POLÍTICAS DE CONTROL INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN Y LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAL LIMACHE AGROLIMACHE S.A. DE LA CIUDAD DE AMBATO EN EL AÑO 2013.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Contextualización

Contextualización Macro

El sector florícola se ha visto envuelto en un destacado crecimiento a nivel mundial en los últimos tiempos, este incremento se puede apreciar en la magnitud de la producción, desarrollo de nuevas variedades y en la dimensión de la demanda, así también no podemos dejar a un lado el ingreso de nuevos competidores al mercado que han visto en la floricultura una oportunidad de inversión.

Como indica **PRO ECUADOR Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones**(2013):

Entre los mayores competidores del sector flores ecuatoriano se encuentran Países Bajos (Holanda) y Colombia, en donde Países Bajos ocupa un importante lugar de la producción y venta mundial de flores llegando a un 50.02% de participación del total de las exportaciones dirigidas mayoritariamente a Alemania, reino Unido y Francia. La producción neerlandesa de flores se desarrolla en parte por actividad productiva en invernadero y en parte por cultivo en superficie hortícola. En cambio en Colombia, la producción de flores bordea las 6,800 hectáreas,

concentradas mayoritariamente en la Sabana de Bogotá (76%) y Antioquia (19%). los tipos de flores que se producen son rosas (33%), claveles (12%), mini crisantemos (8%) y otros (32%).

Esto se puede evidenciar a continuación en las siguientes gráficas:

PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES							
Miles USD							
Exportadores	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA 2008-2012	Partic. 2012
Países Bajos (Holanda)	4,179,795	3,620,270	3,692,294	4,972,920	4,602,077	2.44%	50.02%
Colombia	1,094,475	1,049,225	1,240,481	1,251,326	1,270,007	3.79%	13.80%
Ecuador	557,458	546,698	607,761	679,902	718,961	6.57%	7.81%
Kenya	445,996	421,484	396,239	606,081	589,826	7.24%	6.41%
Etiopía	104,740	131,518	143,817	168,946	526,338	49.72%	5.72%
Bélgica	103,868	167,716	248,628	260,178	251,314	24.72%	2.73%
Malasia	62,937	70,857	96,855	100,632	121,019	17.76%	1.32%
China	42,625	54,021	57,014	71,482	90,146	20.59%	0.98%
Italia	104,543	82,285	88,955	89,090	83,764	-5.39%	0.91%
Israel	67,341	97,497	156,987	93,382	78,667	3.96%	0.86%
Demás países	942,828	1,119,688	867,044	952,708	868,497	-2.03%	9.44%
Mundo*	7,706,606	7,361,259	7,596,075	9,246,647	9,200,616	4.53%	100%

Tabla N 1: Principales Países Exportadores

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercio e Inversión, PRO ECUADOR

PRINCIPALES IMPORTADORES DE FLORES							
Miles USD							
País	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA 2008-2012	PART. NP 2012
Estados Unidos de América	1,021,196	960,405	1,043,818	1,081,167	1,167,532	3.40%	14.98%
Alemania	1,194,639	1,042,551	1,087,733	1,207,645	1,115,445	-1.70%	14.32%
Reino Unido	1,056,847	877,690	935,360	1,006,189	954,084	-2.52%	12.24%
Federación de Rusia	555,026	500,408	561,386	701,117	746,331	7.68%	9.58%
Países Bajos (Holanda)	821,100	711,073	634,123	750,498	735,438	-2.72%	9.44%
Japón	281,778	303,416	369,977	391,143	439,823	11.77%	5.64%
Francia	588,871	544,030	514,270	482,007	432,240	-7.44%	5.55%
Bélgica	192,270	233,679	284,422	349,812	289,634	10.79%	3.72%
Italia	248,799	212,465	236,700	246,085	206,443	-4.56%	2.65%
Suiza	184,329	167,390	176,098	194,238	186,895	0.35%	2.40%
Canadá	119,762	112,174	119,198	126,312	141,929	4.34%	1.82%
Austria	150,039	141,701	139,899	144,751	121,228	-5.19%	1.56%
Dinamarca	123,489	101,297	97,717	102,780	90,854	-7.39%	1.17%
Noruega	70,599	66,925	70,788	85,547	89,891	6.23%	1.15%
España	113,683	96,700	97,358	96,220	84,856	-7.05%	1.09%
Demás países	952,069	831,029	869,780	1,793,602	989,494	0.97%	12.70%
TOTAL	7,674,496	6,902,933	7,238,627	8,759,113	7,792,117	3.40%	100.00%

Tabla N 2: Principales Importadores de Flores

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercio e Inversión, PRO ECUADOR

Cabe también destacar que dicha actividad promueve al desarrollo de la economía del entorno donde lleva a cabo sus actividades, generando empleo y aportando al crecimiento de varios sectores que puedan ofrecer

productos y servicios que tengan relación con el giro normal de este negocio, de esta manera se cubre la necesidad de sus requerimientos de materias primas, materiales y mano de obra a grandes escalas.

Contextualización Meso

Se conoce que a finales de la década de los ochenta fue cuando se dio inicio a la floricultura en Ecuador con apoyo gubernamental y orientación internacional, la atracción de este negocio era que bastaban dos años para recuperar la inversión. Estos antecedentes sirvieron la obtención de créditos con facilidades para poner en marcha una florícola por parte de la Corporación Financiera Nacional (CFN). No pasó mucho tiempo para dar a conocer que las flores que se dan dentro de nuestro territorio son de excelente calidad, siendo el producto con mayor aceptación las rosas.

A finales de la década de los noventa, en las poblaciones donde se ubicaban las plantaciones se empezó a evidenciar cambios en su estructura pasando de una imagen de campo tradicional a urbes con amplio dinamismo económico, ante todo se sentía mayormente la transformación en temporadas cuando la demanda de las flores llegan a los puntos más altos, donde había mayor fluidez de personas que laboraban incansablemente para cumplir con las exigencias del mercado en fechas especiales como por ejemplo día de la madre, día del Amor y la Amistad.

Asimismo no podemos olvidar los inconvenientes que atravesó el país a finales de los noventa e inicio del dos mil a causa de la crisis mundial donde afecto mayormente al Ecuador tomando la dura decisión de adoptar al dólar como su moneda oficial, este proceso económico afectó de manera directa a la floricultura subiendo el costo de producción de manera brusca, reduciendo su rentabilidad al perder los beneficios por el mecanismo cambiario, de vender en dólares y pagar sus insumos y mano de obra en sucres.

Para ello las empresas emprendieron la búsqueda de métodos para ser competitivos, brevemente se empezó a indagar en mecanismos estratégicos para hacer atractiva la comercialización, tomando en cuenta que no se podía bajar los precios de venta, entonces se optó por otorgar facilidades de pago, es decir ofrecer mercaderías a crédito, que beneficiarían tanto a los demandantes como los ofertantes yendo a la par con el ambiente económico por el cual se atravesaba en dicho momento. Se debe aclarar también que este mecanismo de mercadeo se mantiene hasta hoy en día, pero en ciertas compañías necesitan adoptar conjunto de normas idóneas para conceder créditos a sus clientes, que no afecte al desarrollo normal de sus actividades y se cuente con los recursos necesarios para llevar a cabo sus actividades.

Dentro de nuestro país actualmente los productores de flores cuentan con 2.500 hectáreas cultivadas, lo que se entiende que estamos en capacidad para exportar permanentemente, al mismo tiempo que gozan del amparo de una asociación, que es la encargada de representar a sus agremiados en temas de exportación y producción. La Asociación de Productores y/o Exportadores de Flores del Ecuador (EXPOFLORES) organización que cuenta con un importante número de empresas productoras, comercializadoras y demandantes, dando oportunidades para mantener a flote la industria florícola.

Como afirma **PRO ECUADOR Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones**(2013):

En el sector florícola ecuatoriano, los productos de exportación son: rosas, gypsophilas, flores de verano, flores tropicales, orquídeas, claveles, miniclaveles y otras. Las más cotizadas son las rosas por su excelente calidad, sus características las obtiene por los espacios geográficos donde se las cultiva puesto que se encuentran ubicadas en una zona montañosa sobre el nivel del mar, la cual se nutre de tierra volcánica y agua de glaciares. En promedio las flores de corte son las más

exportadas, Ecuador exporta alrededor de 60 variedades de rosas, entre las más importantes que se cultivan: “First Red”, “Classi”, “Dallas”, “Mahalia”, “Madame Del Bar” y “Royal Velvet” (rosas rojas); “Allsmer Gold” y la “Skyline” (rosas amarillas); “Anna Nubia” (rosa de pimpollo); “Ravel” y “Gretta” (rosas púrpura).

Esta gama de variedades se pueden obtener gracias a la diversidad de climas y tipos de suelos que tenemos en nuestro país, además cabe mencionar que estas características brindan a las flores rasgos que sobresalen de sus similares producidas en otras naciones como:

- Mayor grosor del tallo
- Mayor largo de los tallos
- Botones grandes
- Colores más intensos

Particulares que son muy apreciados en el mercado, además de ofrecer un aspecto en particular, la flor ecuatoriana tiene un lapso de vida prolongado después del corte, es decir vive mayor cantidad de tiempo en un florero, estos aspectos han incurrido para agigantar nuestras exportaciones tal como lo podemos demostrar en el siguiente gráfico:

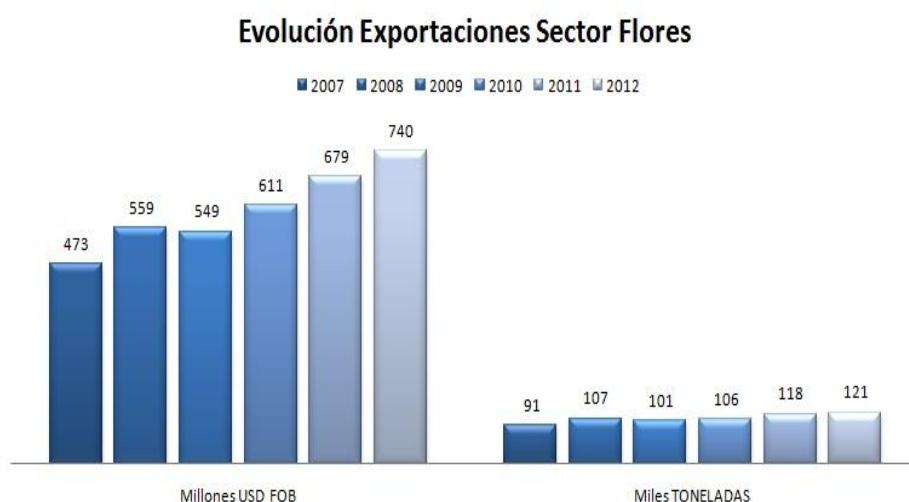


Grafico N 1: Evolución de Exportaciones Sector Flores
Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercio e Inversión, PRO ECUADOR

Además por el favorable ambiente natural que se presenta en las provincias de Cotopaxi y Pichincha las han convertido en las provincias con mayor concentración de florícolas a nivel nacional, además de la ubicación geográfica estratégica, cerca de importantes centros de comercio como son los aeropuertos, que facilitan la exportación de las flores. El siguiente grafico refleja lo expuesto:

MAPA FLORICOLA NACIONAL

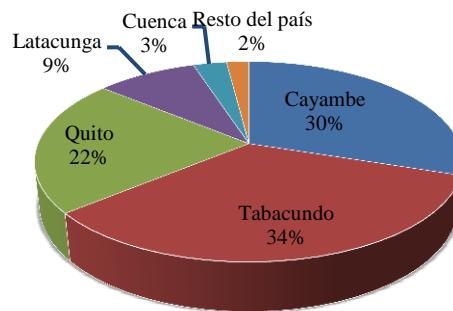


Grafico N 2: Mapa Florícola Nacional
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos

Cabe comentar de la misma forma que las empresas mantiene negociaciones con clientes nacionales, pero sus productos son mayormente comercializados en el mercado internacional en países como: Estados Unidos, Rusia, Canadá y países europeos, siendo el país norteamericano el comprador más importante con un 39,59% de participación durante el año 2012, esto se puede observar en la siguiente tabla informativa:

PRINCIPALES PAISES COMPRADORES DE FLORES ECUATORIANAS								
Valor FOB/ Miles USD								
PAIS	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	TCPA 2008-2012	%Part. 2012
ESTADOS UNIDOS	398,867	227,043	253,212	275,951	303,354	89,698	-6.61%	39.59%
RUSIA	55,234	111,457	129,316	155,245	190,399	60,007	36.26%	24.85%
HOLANDA(PAISES BAJOS)	37,614	77,306	58,239	64,783	70,373	20,140	16.95%	9.18%
ITALIA	7,404	21,166	24,234	26,797	30,134	7,236	42.04%	3.93%
CANADA	6,543	15,822	21,570	25,049	24,709	7,118	39.40%	3.22%
UCRANIA	2,390	7,460	15,594	19,020	23,157	10,833	76.43%	3.02%
ESPAÑA	6,908	15,122	15,027	17,333	17,542	5,167	26.24%	2.29%
ALEMANIA	4,810	12,129	12,744	12,451	12,708	4,643	27.50%	1.66%
CHILE	4,228	6,288	7,234	10,074	11,541	3,844	28.54%	1.51%
JAPON	4,336	5,948	7,187	8,181	10,564	2,642	24.93%	1.38%
KAZAJSTAN	291	1,598	3,957	5,556	7,890	5,166	128.21%	1.03%
FRANCIA	2,927	7,591	8,002	8,178	7,889	2,946	28.13%	1.03%
SUIZA	3,535	8,707	8,221	6,955	7,089	3,451	18.99%	0.93%
COLOMBIA	3,236	2,952	3,685	4,741	4,794	1,132	10.32%	0.63%
REINO UNIDO	2,745	2,825	2,407	2,614	4,251	2,040	11.55%	0.55%
BRASIL	85	279	1,247	2,852	4,000	1,191	162.10%	0.52%
ESLOVAQUIA	60	294	2,155	3,501	2,816	33	161.54%	0.37%
ARGENTINA	1,483	2,178	2,344	2,891	2,705	1,328	16.22%	0.35%
OTROS	16,872	22,541	33,396	25,513	32,403	31,507	17.72%	3.97%
TOTAL	559,568	548,708	609,771	677,686	768,317	260,123	1.84%	100.00%

Tabla N 3: Principales Países Compradores de Flores Ecuatorianas
Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Pero esto se verá notablemente afectado por la renuncia unilateral las preferencias arancelarias por parte de Ecuador con Estados Unidos, hecho que se llevó a cabo en el mes de junio de dos mil trece. Perjudicando directamente a las exportaciones, por los aranceles que se tienen que gravar a sus productos. Con este hecho los exportadores deben pensar en estrategias para continuar inmersos en el mercado Estadounidense.

Contextualización Micro

La empresa “AGROINDUSTRIAL LIMACHE AGROLIMACHE S.A.” constituida y domiciliada en la ciudad de Ambato a los quince días de enero del dos mil ocho, fundada por tres capitalistas de la misma ciudad, quienes son: María Elena Miño Sevilla, Galo Hernando Miño Sevilla y Pedro Fernando Miño Sevilla, este último es representante legal hasta la fecha, con el fin de cultivar y comerciar flores, exclusivamente rosas para el mercado nacional e internacional, de la mejor calidad. Todo esto lo

hace posible en su finca ubicada en la parroquia Mulaló del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi.

La finca proporciona una pluralidad de variedades de rosas y estas con características que cumplen con los parámetros de exportación como ejemplo se puede mencionar que se producen capullos de colores variados, botón de gran tamaño y tallos que van de los 30cm a los 110 cm.

Asimismo se debe aludir a la contrariedad que se mantiene actualmente, AGROLIMACHE S.A. presenta inconvenientes con su liquidez, debido a que se mantiene en cartera pendiente de cobro montos significativos y con plazos muy extensos en algunos casos, perjudicando de cierta manera a no cumplir satisfactoriamente sus obligaciones; patronales, financieras y legales, esto impulsa simplemente a utilizar el financiamiento por parte de entidades financieras y proveedores para mantener el circulante e insumos necesarios para continuar con la actividad.

1.2.2. Análisis Crítico

1.2.2.1. Árbol de Problemas

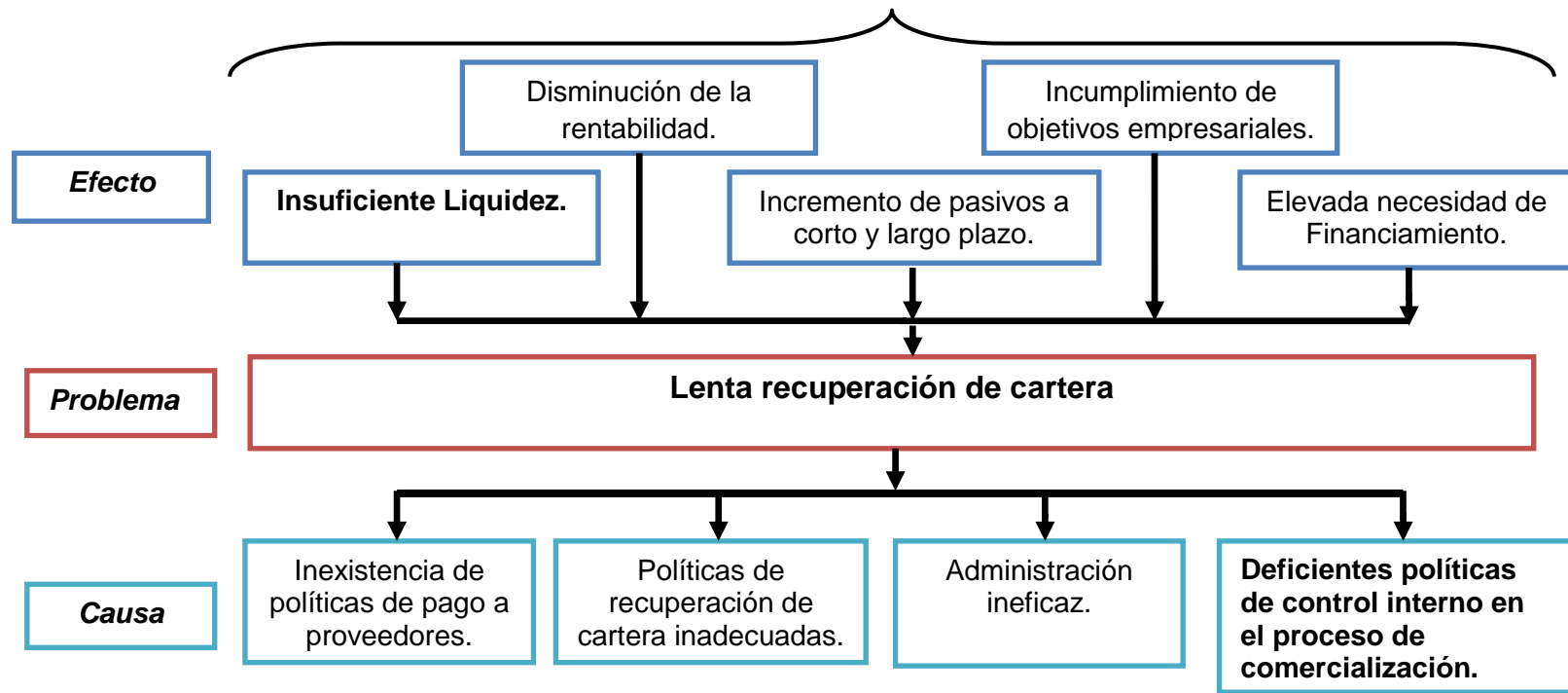


Grafico 3: Árbol de Problema
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos

1.2.3. Relación Causa-Efecto

En AGROINDUSTRIAL LIMACHE AGROLIMACHE S.A. se mantienen deficientes políticas de control interno en el proceso de comercialización, misma que han conducido a mantener una lenta recuperación de cartera, afectado directamente a la liquidez de la empresa, influyendo en todo su entorno empresarial llevándole a afrontar serios problemas con el personal y sus proveedores, incrementando su necesidad de endeudamiento a corto y largo plazo.

Al mismo tiempo se puede considerar que la administración es ineficaz debido a que no proporciona al departamento de comercialización y ventas un conjunto de lineamientos que vaya de acuerdo a las los objetivos de la empresa.

Otra causa es la inexistencia de políticas de pago a proveedores, siendo un factor muy importante debido a que se debe mantener un cronograma de pago que tenga relación con la liquidez de la empresa con el fin de evitar incurrir en el pago innecesario de multas e intereses, o tener que incidir en la obtención de financiamiento externo.

1.2.4. Prognosis

La actual investigación debe ser realizada a la brevedad posible, pues caso contrario se seguirán manteniendo en la empresa AGROINDUSTRIAL LIMACHE AGROLIMACHE S.A. bajos niveles de liquidez, reincidiendo en la necesidad de financiamiento a corto y largo plazo para satisfacer su obligaciones, acarreando a un peligroso sobreendeudamiento, además de la suspensión de cuentas corrientes o/y de ahorros, en síntesis se verá envuelta en serias contrariedades, sin descartar la posible liquidación o cierre del negocio.

1.2.5. Formulación del Problema

Constituyen las deficientes políticas de control interno del proceso de comercialización la principal causa para que exista una lenta recuperación de cartera y esto conlleve a la iliquidez de la empresa Agroindustrial Limache Agrolimache S.A. durante el año 2013.

Variable Independiente: Políticas de control interno en el proceso de comercialización.

Variable Dependiente: Liquidez.

1.2.6. Interrogantes

- ¿Cómo influye inexistencia de políticas de pago a proveedores a la elevada necesidad de Financiamiento?
- ¿Cómo afecta las inadecuadas políticas de control interno en el desempeño del departamento de comercialización?
- ¿Cuán importante es determinar la liquidez de la empresa periódicamente?
- ¿Cómo es posible mejorar la liquidez de la empresa a través de la adopción de un conjunto de políticas de al departamento de comercialización?

1.2.7. Delimitación del objeto de Investigación

Campo: Auditoría

Área: Auditoría Administrativa

Aspecto: Control Interno

Espacial: La investigación se llevará a cabo en la empresa Agroindustrial Limache AGROLIMACHE S.A. de la ciudad de Ambato.

Temporal El periodo de Investigación se realizara en el periodo comprendido entre enero y diciembre del 2013

1.3. JUSTIFICACIÓN

Una organización en general sin importar su tamaño debe mantener un control confiable en todos sus departamentos que le encamine a la toma de decisiones correctas, sin la aplicación de esta herramienta llamada control interno se da paso a irregularidades o fraudes, por no formalizar procedimientos correctos.

En Agroindustrial Limache Agrolimache S.A. existen irregularidades relacionadas con control interno en el departamento de comercialización, que impiden el cumplimiento de sus objetivos efectivamente, pues se mantiene con altos montos de dinero en cartera pendiente de cobro, como consecuencia la empresa se maneja con bajos niveles de liquidez lo que conlleva a dificultar la adquisición de insumos necesarios y la retribución de mano de obra para la producción habitual.

La presente investigación tiene como propósito guiar a la empresa a seleccionar un conjunto de políticas adecuadas mejorando el control interno del departamento de comercialización a fin de que pueda salvaguardar los activos de la empresa, evitar recaer en lenta recuperación de cartera y mantener en sus cuentas el efectivo necesario para realizar sus funciones.

Al mismo tiempo se tendrá la oportunidad de tener acceso a información confiable para la toma de decisiones empresariales y un mayor control sobre sus finanzas, herramientas que contribuyen a la excelente administración y por consiguiente al crecimiento empresarial. Para finalizar este trabajo investigativo servirá de base o estímulo para futuros investigadores del tema de control interno del departamento de comercialización.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

- Conocer la influencia de las políticas de control interno en el proceso de comercialización en la liquidez de la empresa AGROINDUSTRIAL LIMACHE AGROLIMACHE S.A. de la ciudad de Ambato en el año 2013, para mejor control de sus recursos monetarios.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar las políticas de control interno del departamento de comercialización de la empresa para estructurar un sistema de control interno idóneo.
- Estimar el índice de liquidez de la empresa mediante cálculos matemáticos obtenidos durante el periodo 2013, para conocer la efectividad del manejo de la finanzas dentro de la empresa.
- Proponer la adopción de un sistema de control interno eficiente para el departamento de comercialización con el fin de mejorar la liquidez en la empresa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para realizar el presente estudio se ha tomado en cuenta los siguientes trabajos investigativos con el fin de establecer una línea base que encamine la exploración y se pueda continuar con la ejecución de la investigación:

Según **Carmen Isabel Guaman** (2011) en su investigación previa a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría denominada **“El control interno y su impacto en la gestión administrativa-financiera de mueblería Rila de la ciudad de Ambato en el primer semestre del 2011”**, mismo que llegó a las siguientes conclusiones:

- El personal tiene inconvenientes con los procesos, al no tener muy claro la forma de mejorar y simplificar los procesos internos para incrementar su eficiencia y orientar el trabajo al logro de los objetivos estratégicos u operacionales.
- Al implementar un sistema de control interno ayudará a controlar de mejor manera las actividades en cada departamento.
- en la empresa no se realiza un análisis de liquidez permanente en la empresa mientras tanto no tiene un parámetro de referencia para la toma de decisiones.

Asimismo se puede considerar el trabajo de **María Belén Panches** (2011) en el año 2011 que tiene por tema **“Diseño e implementación de un plan de evaluación de control interno basado en la administración de riesgos para los subprocesos aplicables al proceso de tesorería en Industrias Ales C.A. de la ciudad de Quito”**. Temática validada para obtención del título de Ingeniero en Contador y Auditoría, C.P.A. Donde se obtuvo como conclusiones lo siguiente:

- El control Interno es indispensable en toda organización porque le ayuda a través de procedimientos a salvaguardar sus activos, verificar la razonabilidad y confiabilidad de su información financiera, tal como se evidenció en los resultados del trabajo desarrollado en el departamento de tesorería de Industrias Ales C.A.
- “La empresa no cuenta con una política de términos de pago lo que ocasiona que se manipulen las fechas de pago para beneficiar a ciertos proveedores”.
- Existe incompatibilidad de la segregación de funciones dentro del departamento de tesorería ya que una misma persona está a cargo de la custodia y el registro de los cheques, lo mismo sucede con la persona que está a cargo del registro de cobranzas.

De la misma forma se ha considerado pertinente tomar en cuenta trabajos realizados en otras naciones, con el fin de resaltar la relevancia del tema que se está presentando, por lo cual se debe mencionar el trabajo de Briggith Paima y María Villalobos(2011) bajo el título **“Influencia del sistema de Control Interno del área de compras en la rentabilidad de la empresa AUTONORT TRUJILLO S.A. de la ciudad de Trujillo”**. Donde se obtuvo como conclusiones:

- Los procedimientos utilizados para diagnosticar el sistema de control interno operativo del área de compras en la empresa comercializadora de vehículos Autonort Trujillo S.A., son los mismos que estuvieron dentro del marco normativo para el control de los inventarios, lográndose identificar los puntos críticos de la unidad económica en estudio, para luego proponer mejoras en el sistema de control interno operativo, si fuese necesario, y aplicar medidas correctivas, de manera que las operaciones comerciales se desarrollen de acuerdo a normas, procedimientos y políticas de la empresa.

- Al realizar el análisis de la gestión de las compras en el área de compras de la empresa comercializadora de vehículos Autonort Trujillo S.A., se tuvo en consideración los procedimientos empleados por los encargados del control y gestión de las compras en dicha área; considerando las condiciones de calidad y oportunidad, la provisión de bienes o servicios que se haga al mínimo costo con la máxima eficiencia y el mejor uso de los recursos económicos disponibles.
- Al proponer mejoras en el sistema de control interno operativo del área de compras de la empresa comercializadora de vehículos Autonort Trujillo S.A., se optó por proponer políticas que dinamicen la información administrativa y económica-financiera en forma oportuna, correcta y confiable, como apoyo a la administración en la toma de decisiones y rendición de cuentas de la gestión de cada responsable, y así cumplir con los objetivos de la empresa.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Se considera que para cimentar la actual investigación se debe tomar como base el paradigma crítico propositivo, debido a que es oportuno para formar un conocimiento relacionado con las ciencias contables, económicas y administrativas, además sus variables mantienen una relación causa-efecto; es crítico porque se observará el aspecto económico-contable y, propositivo debido a que se busca plantear una solución factible al problema.

En un breve resumen cabe aclarar lo que es un paradigma, para **KUHN**(2011):

Un paradigma es un modelo o patrón aceptado por los científicos de determinada época, que normalmente ha llegado a ser vigente tras imponerse a otros paradigmas rivales. Una determinada rama del saber

pasa a ser una disciplina científica precisamente cuando surge y triunfa un paradigma e incluye, la constelación de creencias, valores y técnicas que comparte una comunidad dada.

Dicho de otra forma paradigma es un método teórico destacado en la ciencia y este puede cambiar con la época donde se lo aplique, este paradigma se encarga de la dirección de una investigación, dejando el camino libre para el origen de hipótesis, sin olvidar que no es excluyente a la creación de otras, en resumen centra la atención del investigador a ciertas características del objeto que está siendo estudiado.

En la tabla que se muestra a continuación se puede contemplar las diferencias entre paradigmas:

En base a **Investigación Educativa**(2002):

Paradigmas de Investigación: positivista, interpretativo y crítico, según diferentes dimensiones.			
Dimensión	Positivista (Racionalista, Cuantitativo)	Interpretativo (Naturalista, Cualitativo)	Socio-Crítico (Naturalista, Cualitativo)
Explicación Casualidad	Causas reales, temporalmente procedentes o simultáneas.	Dialéctico, interpretativa, interactiva, prospectiva, retroalimentación.	Dialéctico-Crítica, prospectiva, Retro-alimentación.
Valores	Neutros, Investigador libre de valores, Método es garantía de objetividad.	Valores dados influyen en la selección del problema, teoría, método y análisis.	Compartidos, valores dados, crítica de ideología.
Teoría/Práctica	Desasociadas, constituyen entidades distintas, La teoría norma para la práctica.	Relacionadas, retroalimentación mutua.	Indisociables, relación dialéctica la práctica es teoría en acción.
Criterios de Calidad	Validez, fiabilidad, objetividad.	Credibilidad, confirmación, transferibilidad.	Inter-subjetividad, validez consensuada.
Técnicas, Instrumentos Estrategias	Cuantitativos, medición de test, cuestionarios, observación sistemática, experimentación.	Cualitativos, descriptivos Investigador principal instrumento de perspectiva de las y los participantes.	Estudio de casos Técnicas dialécticas.
Análisis de Datos	Cuantitativo, Estadística descriptiva e inferencial.	Cualitativo: Inducción analítica, triangulación.	Inter-subjetivo, dialéctico.
<p>Tabla N 4: Paradigmas de Investigación: positivista, interpretativo y crítico, según diferentes dimensiones. Fuente: Investigación Educativa, fundamentos y metodología, Barcelona</p>			

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, L.O.R.T.I. (2011)

Capítulo VI

CONTABILIDAD Y ESTADOS FINANCIEROS

Nota: Denominación de Título sustituida por Art. 79 de Decreto Legislativo No. 000, publicado en Registro Oficial Suplemento 242 de 29 de Diciembre del 2007

Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible”.

De la misma forma se debe citar lo que dice **Instituto de Investigaciones Contables del Ecuador IICE(2000), Norma Ecuatoriana de**

Contabilidad (NEC 3), ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO:

Alcance

1. Una empresa debe preparar un estado de flujos de efectivo de acuerdo con los requisitos de esta Norma y debe presentarlo como parte integral de sus estados financieros.

2. Los usuarios de los estados financieros de una empresa están interesados en cómo la empresa genera y utiliza el efectivo y sus equivalentes. Las empresas necesitan efectivo esencialmente para las mismas razones, a pesar de lo diversas que pueden ser sus principales actividades que producen ingresos. Necesitan efectivo para dirigir sus operaciones, pagar sus obligaciones, y proporcionar rendimientos a sus inversiones. Por consiguiente esta Norma requiere que todas las empresas presenten un estado de flujos de efectivo.

Beneficios de la Información de Flujos de Efectivo

3. Cuando se usa conjuntamente con los demás estados financieros, un estado de flujos de efectivo proporciona información que permite a los usuarios evaluar los cambios en los activos netos de una empresa, su estructura financiera (incluyendo su liquidez y solvencia) y su habilidad para generar efectivo y sus equivalentes.

También acrecienta la comparabilidad de los informes sobre la actuación operativa por diferentes empresas porque elimina los efectos de usar diferentes tratamientos contables para las mismas transacciones y eventos.

4. La información histórica de flujos de efectivo se usa con frecuencia como indicador del monto, oportunidad y certidumbre de los flujos futuros de efectivo. También es útil para verificar la exactitud de las proyecciones pasadas de flujos de efectivo y examinar la relación

entre las utilidades y el flujo de efectivo neto y el impacto de los precios cambiantes.

Así también se debe mencionar lo que indica la **NIIF 7: Instrumentos financieros: información a revelar** por el resumen de la norma mencionada por **Antonio Orrala Rosales, Cindy Raudias Landivar y demás autores (2013)**

Objetivo

Revelar información que permita a los usuarios de los estados financieros evaluar la importancia de los instrumentos financieros para una entidad, la naturaleza y alcance de sus riesgos y la forma en que la entidad gestiona dichos riesgos.

Resumen

La NIIF 7 requiere que las entidades revelen información acerca de la relevancia de los instrumentos financieros para la situación financiera y los resultados de una entidad. Esto incluye:

- Información sobre la situación financiera de la entidad, incluida la exposición de los activos y pasivos financieros por categoría, información específica cuando se utilice la opción del valor razonable, reclasificaciones, bajas, gravámenes sobre activos, derivados incorporados e incumplimientos de condiciones contractuales.
- Información sobre los resultados de la entidad en el período, que incluya datos acerca de los ingresos, gastos, ganancias y pérdidas, ingresos y gastos por intereses, ingresos derivados de honorarios y pérdidas por deterioro de valor que se hayan reconocido.
- Otras revelaciones, que incluyan información sobre las políticas contables, la contabilización de coberturas y los valores razonables de cada clase de activo y pasivo financiero.

La NIIF 7 exige la revelación de información acerca de la naturaleza y el alcance de los riesgos derivados de instrumentos financieros:

- Información cualitativa sobre la exposición a cada tipo de riesgo y la forma en que se gestionan dichos riesgos.
- Información cuantitativa sobre la exposición a cada tipo de riesgo, separando el riesgo de crédito, el riesgo de liquidez y el riesgo de mercado (incluyendo análisis de sensibilidad).

Otra Norma que se debe citar es la **NIC 41 Agricultura** tomando en cuenta un resumen de dicha norma de **Antonio Orrala Rosales, Cindy Raudias Landivar y demás autores**(2013) donde nos indica lo siguiente:

Objetivo

Establecer los criterios para la contabilización de la actividad agrícola, que comprende la gestión de la transformación de activos biológicos (plantas y animales) en productos agrícolas.

Resumen

Medición de todos los activos biológicos a valor razonable menos los costos estimados hasta el punto de venta a la fecha de balance, a menos que el valor razonable no pueda ser determinado de forma fiable.

Medición de los productos agrícolas a valor razonable en el punto de cosecha menos los costos estimados hasta el punto de venta. Dado que los productos agrícolas cosechados son mercancías comercializables, no hay excepciones para la determinación del valor razonable.

Las variaciones en el valor razonable de un activo biológico en un período se registran en resultados.

Excepción a la determinación del valor razonable de un activo biológico: cuando en el momento del reconocimiento inicial en los estados financieros no hay un mercado activo y no es determinable por otro método de medición fiable, el activo biológico específico se valorará de

acuerdo con el modelo del costo. Los activos biológicos deben ser contabilizados a su valor neto contable corregido por las pérdidas por deterioro del valor.

El precio de mercado cotizado en un mercado activo constituye generalmente la mejor estimación de valor razonable para un activo biológico o un producto agrícola. Si no existe mercado activo, la NIC 41 incluye pautas para seleccionar otros criterios de medición.

Las modificaciones de mayo de 2011 permiten tomar en consideración la transformación biológica adicional a la hora de calcular el valor razonable de los activos biológicos utilizando flujos de efectivo descontados.

La medición a valor razonable se aplica hasta el momento de la cosecha. La NIC 2, sería de aplicación a partir del momento de la cosecha.

Se debe también mencionar **La Ley de Compañías** expedida por **H Congreso Nacional** (1999).

SECCIÓN VI

DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA

CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los

cualesse determina la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente.

DE LA CAPACIDAD

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere la capacidad civil para contratar.

Las personas jurídicas nacionales pueden ser fundadoras o accionistas en general de las compañías anónimas, pero las compañías extranjeras solamente podrán serlo si sus capitales estuvieren representados únicamente por acciones, participaciones o partes sociales nominativas, es decir, expedidas o emitidas a favor o a nombre de sus socios, miembros o accionistas, y de ninguna manera al portador.

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

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

2.4.1.1. Marco conceptual variable independiente

Control Interno:

Según la Autora **María Alejandra Marín de Guerrero**(2009)en su obra **Nuevos Conceptos De Control InternoInforme C.O.S.O.**quien conceptualiza al Control interno de la siguiente forma:

Es un conjunto de acciones estructuradas y coordinadas dirigidas a la consecución de un fin, no es un fin en sí mismo. Los procesos de negocios que se llevan a cabo dentro de las unidades y funciones de la organización o entre las mismas, se coordinan en función de los procesos de gestión básicos de planificación, ejecución y supervisión. El control interno es parte de dichos procesos y está integrado a los mismos, permitiendo su funcionamiento adecuado y supervisando su comportamiento y aplicabilidad en cada momento. Constituye una herramienta útil para la gestión, pero no es un sustituto de ésta.

Responsabilidad

Para cumplir con el control interno, se deben aplicar todos los procedimientos que se indican en él, y, es de responsabilidad de cada uno de los colaboradores de la empresa hacerlos cumplir, además se debe tener en cuenta que no es suficiente poseer manuales de políticas impresos, sino cada una de las personas, en cada nivel de la organización, tienen la responsabilidad de aplicarlo, he ahí el éxito de dicho conjunto de normas.

El Consejo de Administración y la dirección de la entidad son los responsables de la implementación y seguimiento, de los procedimientos que realizan los miembros de una organización, Son

ellos quienes establecen si se están cumpliendo con los objetivos de la entidad e implantan los mecanismos de control y estrategias para alcanzarlos.

El control interno sólo puede aportar un grado razonable de seguridad, no la seguridad total a la dirección de una empresa, debido a que existen limitaciones que son inherentes a todos los sistemas de control interno.

Estas limitaciones se deben a que las opiniones sobre las que se basan el control pueden ser erróneas o a su vez los empleados encargados del establecimiento de controles tienen que analizar la relación coste/beneficio de los mismos, así como pueden producirse problemas en el funcionamiento del sistema como consecuencia de fallos humanos, aunque se trate de simples errores o equivocaciones.

Objetivos del Control Interno

El control interno puede ayudar a que una organización:

- Consiga sus objetivos de rentabilidad y rendimiento
- Pueda prevenir pérdidas de recursos
- Obtenga información contable confiable
- Refuerce la confianza en que la empresa cumple las leyes y normas aplicables

En resumen ayuda a que una entidad cumpla con su objetivo sobrepasando las dificultades con que se puede encontrar en ese camino.

Los Métodos de Estudio y Evaluación del Control Interno Puerres(2011)son:

- a. Descripción.
- b. Cuestionarios.
- c. Gráficos.

Y para la evaluación se usará una etapa "informativa" otra" comprobatoria. La etapa informativa comprende entrevistas a las personas de administración, aplicación de cuestionarios de control de interno, el estudio de manuales e instructivos generales demás informes históricos. La etapa comprobatoria permite evaluar si la información suministrada corresponde ella realidad, revisando las operaciones normales, los informes reales Llegados colaborados y los comprobantes y demás registros de las operaciones del negocio.

Informe COSO (Committee of Sponsoring Organizations of Treadway Commission, National Commission on Fraudulent Financial Reporting)

Los Componentes o elementos de control interno según **María Alejandra Marín de Guerrero**, (2009):

El control interno consta de cinco componentes relacionados entre sí. Derivan del estilo gerencial y están integrados en el proceso de dirección. Estos componentes, que se presentan con independencia del tamaño o naturaleza de la organización, son:

- Entorno de control.
- Evaluación de riesgos.
- Actividades de control.
- Información y comunicación.
- Supervisión.

Estos elementos generan una sinergia y forman un sistema integrado que responde de una manera dinámica a las circunstancias cambiantes del entorno.

Entorno de Control

El entorno o ambiente de control es el conjunto de circunstancias y conductas que enmarcan el accionar de una entidad desde la perspectiva del Control Interno. Es, fundamentalmente, consecuencia de la actitud asumida por la alta dirección, la gerencia, y por carácter reflejo el resto de los empleados, con relación a la importancia del Control Interno y su incidencia sobre las actividades y resultados.

Evaluación de Riesgos

Todas las organizaciones independientemente de su tamaño, naturaleza o estructura, enfrentan riesgos. Los riesgos afectan la posibilidad de la organización de sobrevivir, de competir con éxito para mantener su poder financiero y la calidad de sus productos o servicios. El riesgo es inherente a los negocios. No existe forma práctica de reducir el riesgo a cero. La dirección debe tratar de determinar cuál es nivel de riesgo que se considera aceptable y mantenerlo dentro de los límites marcados.

Actividades de Control

Las actividades de control son políticas (qué debe hacerse) y procedimientos (mecanismos de control) que tienden a asegurar que se cumplan las instrucciones emanadas de la Dirección Superior, orientadas primordialmente hacia la prevención y neutralización de los riesgos.

Según **Del Toro C; Fonteboa A; Armada E & Santos M**(2005):

Información y Comunicación

Hay que identificar, recopilar y comunicar información pertinente en forma y plazo que permitan cumplir a cada trabajador con sus responsabilidades. Los sistemas informáticos producen informes que contienen información operativa, financiera y datos sobre el cumplimiento de las normas que permiten dirigir y controlar la entidad de forma adecuada. Dichos sistemas no sólo manejan datos generados internamente, sino también información sobre acontecimientos externos, actividades y condiciones relevantes para la toma de decisiones de gestión, así como para la presentación de informes a terceros.

Supervisión y Monitoreo

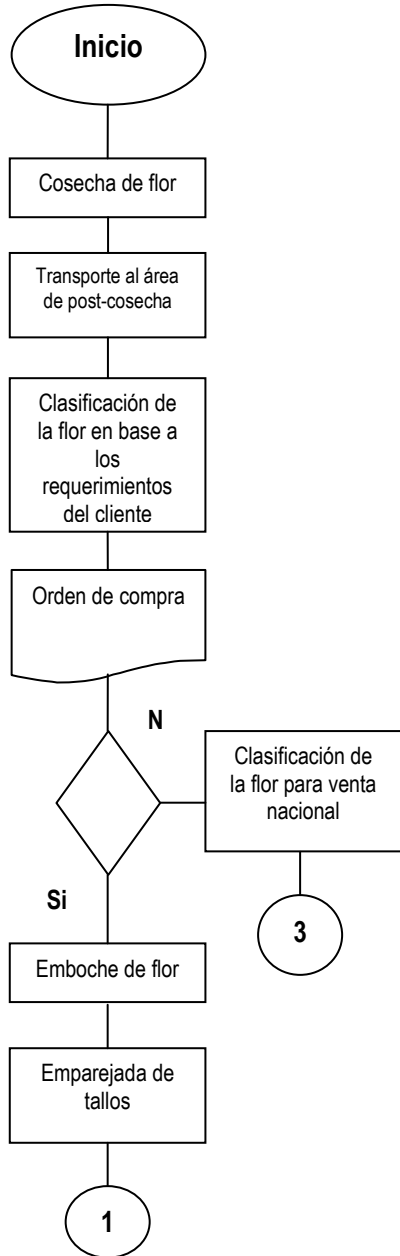
El monitoreo permanente incluye actividades de supervisión realizadas de forma constante, directamente por las distintas estructuras de dirección, o mediante un equipo de auditores internos, así como por el propio Comité de Control que debe llevar sus funciones a la prevención de hechos que generen pérdidas o incidentes costosos a la entidad desde el punto de vista financiero y humano.

Las evaluaciones separadas o individuales son actividades de monitoreo que se realizan en forma no rutinaria, como las auditorías periódicas efectuadas por los auditores internos.

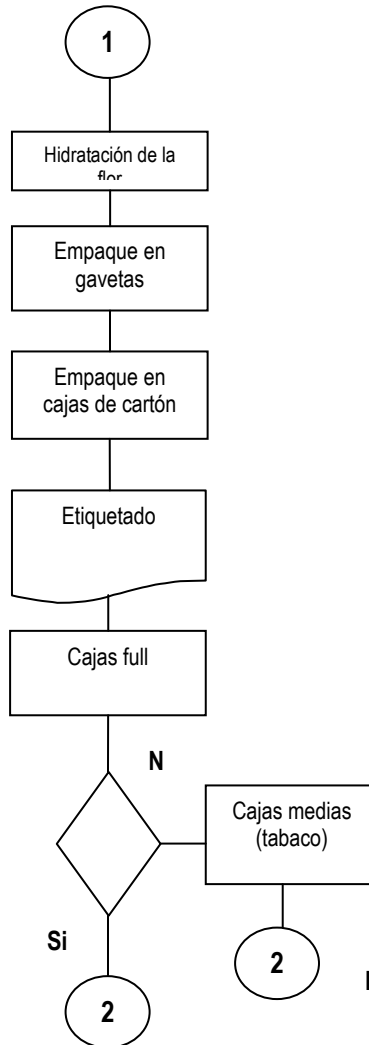
El objetivo de esta norma es asegurar que el Control Interno funcione adecuadamente, a través de dos modalidades de supervisión: actividades continuas o evaluaciones puntuales.

Proceso de Comercialización

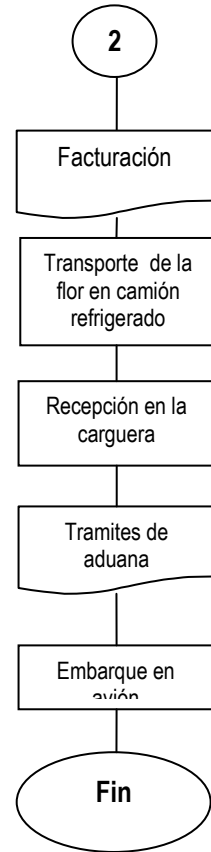
Proceso de Producción



Proceso de Bodegaje



Proceso de Despacho



Proceso de Venta Nacional

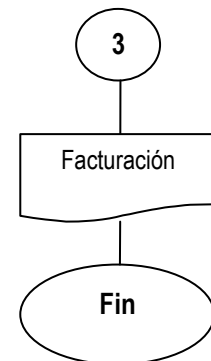


Gráfico 4: Proceso de Comercialización
 Elaborado por: Juan Carlos Cevallos

2.4.1.2. Marco conceptual variable dependiente

Gestión Financiera (Liquidez)

De acuerdo con **Paulo Nunes**(2012) en su artículo Gestión Financiera expone lo siguiente;

La gestión financiera es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, hallada en cualquier organización, compitiéndole los análisis, decisiones y acciones relacionadas con los medios financieros necesarios a la actividad de dicha organización. Así, la función financiera integra todas las tareas relacionadas con el logro, utilización y control de recursos financieros.

Es decir, la función financiera integra:

- La determinación de las necesidades de recursos financieros (planteamiento de las necesidades, descripción de los recursos disponibles, previsión de los recursos liberados y cálculo las necesidades de financiación externa);
- La consecución de financiación según su forma más beneficiosa (teniendo en cuenta los costes, plazos y otras condiciones contractuales, las condiciones fiscales y la estructura financiera de la empresa);
- La aplicación juiciosa de los recursos financieros, incluyendo los excedentes de tesorería (de manera a obtener una estructura financiera equilibrada y adecuados niveles de eficiencia y rentabilidad);
- El análisis financiero (incluyendo bien la recolección, bien el estudio de información de manera a obtener respuestas seguras sobre la situación financiera de la empresa);
- El análisis con respecto a la viabilidad económica y financiera de las inversiones.

Análisis Financiero

De acuerdo con las palabras del Ing. **José Luis Hernández Cabrera**(2005) en su publicación denominada Análisis financiero dice:

El análisis financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos. Por lo tanto, el primer paso en un proceso de ésta naturaleza es definir los objetivos para poder formular, a continuación, los interrogantes y criterios que van a ser satisfechos con los resultados del análisis —que es el tercer paso— a través de diversas técnicas.

Las herramientas de análisis financiero pueden circunscribirse a las siguientes:

- a) Análisis comparativo,
- b) Análisis de tendencias;
- c) Estados financieros proporcionales;
- d) Indicadores financieros y
- e) Análisis especializados, entre los cuales sobresalen el estado de cambios en la situación financiera y el estado de flujos de efectivo.

Los indicadores financieros agrupan una serie de formulaciones y relaciones que permiten estandarizar e interpretar adecuadamente el comportamiento operativo de una empresa, de acuerdo a diferentes circunstancias. Así, se puede analizar la liquidez a corto plazo, su estructura de capital y solvencia, la eficiencia en la actividad y la rentabilidad producida con los recursos disponibles.

En consecuencia los indicadores se clasifican de la siguiente forma:

Razones de liquidez

- 1) Razón corriente
- 2) Prueba ácida
- 3) Capital de trabajo
- 4) Intervalo básico defensivo

Estructura de capital

- 5) Nivel de endeudamiento
- 6) Número de veces que se gana el interés

Razones de actividad

- 7) Rotación de cartera
- 8) Período de cobranza de la cartera
- 9) Rotación de inventarios
- 10) Días de inventario
- 11) Rotación de proveedores
- 12) Días de compra en cuentas por pagar
- 13) Ciclo neto de comercialización
- 14) Rotación de activos
 - a) Ventas a efectivo
 - b) Ventas a cartera
 - c) Ventas a inventarios
 - d) Ventas a activos fijos

Razones de rentabilidad

- 15) Rendimiento sobre la inversión
- 16) Margen de ganancias
- 17) Rendimiento del patrimonio

Una vez calculados los indicadores seleccionados para responder los interrogantes planteados se procede a su interpretación que es, quizá, la parte más delicada en un proceso de análisis financiero, porque involucra ya no una parte cuantitativa, sino una gran carga de subjetividad y de limitaciones inherentes al manejo de información que pudo, entre otras cosas, haber sido manipulada o simplemente mal

presentada. Además existen una serie de factores externos que inciden en los resultados obtenidos, principalmente por efecto de la inflación.

Por tal motivo, todas las operaciones realizadas por una empresa, en un período dado de tiempo, deben ser sometidas a un proceso de ajustes por inflación, con el propósito de que las cifras arrojadas, por dichas operaciones, se expresen en pesos constantes o del mismo poder adquisitivo. Además, para fines comparativos, los estados financieros deben ser actualizados de un año a otro, después de haber sido ajustados por inflación.

Esta situación hace que ciertas razones financieras no puedan ser calculadas con las cifras emitidas en los estados financieros, sino que deban ser sometidas a una depuración o "corrección" adicional, que proponga porque la interpretación de tales resultados no esté distorsionada y conduzca a juicios erróneos y a la toma de decisiones equivocadas.

CLASIFICACIÓN DE LAS RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras han sido clasificadas, para una mejor interpretación y análisis, de múltiples maneras. Algunos autores prefieren otorgar mayor importancia a la rentabilidad de la empresa e inician su estudio por los componentes que conforman ésta variable continuando, por ejemplo, con la explicación de los indicadores de solvencia, liquidez y eficiencia. Otros textos plantean en primer lugar la solvencia y después la rentabilidad y estabilidad, definiendo ésta última en la misma categoría de la eficiencia. De la misma manera, existen cientos de razones o índices que pueden calcularse con base en los estados financieros de un ente económico, pero no todos son importantes a la hora de diagnosticar una situación o evaluar un resultado.

Por tales motivos, en éste texto los diversos indicadores se han clasificado en cuatro grupos y sólo se explicarán aquellos de uso más

corriente y que posean una real importancia para los fines previstos en la obra y sus usuarios. Dichos grupos son:

1. **Razones de liquidez**, que evalúan la capacidad de la empresa para satisfacer sus obligaciones a corto plazo. Implica, por tanto, la habilidad para convertir activos en efectivo.
2. **Razones de estructura de capital y solvencia**, que miden el grado en el cual la empresa ha sido financiada mediante deudas.
3. **Razones de actividad**, que establecen la efectividad con la que se están usando los recursos de la empresa.
4. **Razones de rentabilidad**, que miden la eficiencia de la administración a través de los rendimientos generados sobre las ventas y sobre la inversión.

A su vez, cada uno de estos grupos incorpora una serie de razones o índices que serán estudiados de manera independiente. Sin embargo, antes de entrar en el estudio propuesto de los indicadores financieros, debe llamarse la atención sobre un hecho que, extrañamente, pasa desapercibido en la mayoría de los textos sobre análisis de estados financieros publicados para estudiantes de nuestro país. Tal hecho se refiere a la inflación que es recurrente en nuestro medio y que, además, de manera obligatoria debe ser calculado y contabilizado su efecto. Estas circunstancias (inflación y registro contable) conducen a una nueva forma de interpretación de los resultados obtenidos, por cuanto la presencia del fenómeno inflacionario en las cifras financieras puede producir graves distorsiones frente a los estándares hasta ahora utilizados como medida de evaluación y comportamiento.

Liquidez

Acogiendo el concepto que mantienen **Torres T, Riu R & Ortiz A** (2011), en su libro **Gestión de la Liquidez** señalan a la liquidez como:

Liquidez es posesión de la empresa de efectivo necesario en el momento oportuno que nos permita hacer el pago de los compromisos anteriormente contraídos.

En cuanto sea más fácil convertir los recursos del activo que posea la empresa en dinero, gozará de mayor capacidad de pago para hacer frente a sus deudas y compromisos.

Sin embargo, debe aclararse que la liquidez depende de dos factores:

1. El tiempo requerido para convertir los activos en dinero.
2. La incertidumbre en el tiempo y del valor de realización de los activos en dinero.

Así mismo indican **Medidas básicas de liquidez:**

1. El capital neto de trabajo: El Capital de Trabajo no es más que la inversión de una empresa en activos a corto plazo (efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventarios). Siempre que los activos superen a los pasivos, la empresa dispondrá de Capital Neto de Trabajo. Casi todas las compañías actúan con un monto de esta naturaleza, el cual depende, en gran medida, del tipo de industria a la que pertenezca.

Las empresas con flujo de efectivo predecibles, como por ejemplo los servicios eléctricos, pueden operar con un Capital Neto de Trabajo negativo, si bien la mayoría de las empresas deben mantener niveles positivos del mismo. La administración del Capital de Trabajo es sumamente importante, pues los activos circulantes de una empresa típica industrial representan más de la mitad de sus activos totales. En

el caso de una empresa distribuidora, estos activos representan aún más.

2. El Índice o razón de Liquidez: Los índices de liquidez lo ayudan a determinar la capacidad de su firma para pagar las deudas. El índice corriente es importante pues proporciona una indicación de su capacidad para pagar sus cuentas inmediatas. El capital de trabajo es la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente. Es una cifra importante pues representa la suma disponible para pagar los salarios o el material o bienes nuevos. Manteniendo un índice apropiado para su movimiento de efectivo podrá aprovecharse de los descuentos por pronto pago. Su deuda total no debe exceder el 80% de su capital contable y sus deudas a largo plazo no deben exceder el 50% del mismo.

3. Razón de prueba rápida (Prueba de ácido): Es similar al índice de solvencia con la excepción de que el inventario es excluido, el cual suele ser activo circulante menos líquido. Se calcula restándole al activo circulante los inventarios y dividiendo el resultado obtenido entre el pasivo a corto plazo. Esto se debe a que del total de los activos de una empresa, los inventarios suelen ser el renglón menos líquido, además de que pueden producir pérdidas con mayor facilidad. Por lo tanto, esta medida de capacidad para cubrir deudas a corto plazo sin tener que recurrir a la venta de los inventarios es importante.

2.4.2. Gráficos de inclusión interrelacionados

2.4.2.1. Superordinación conceptual

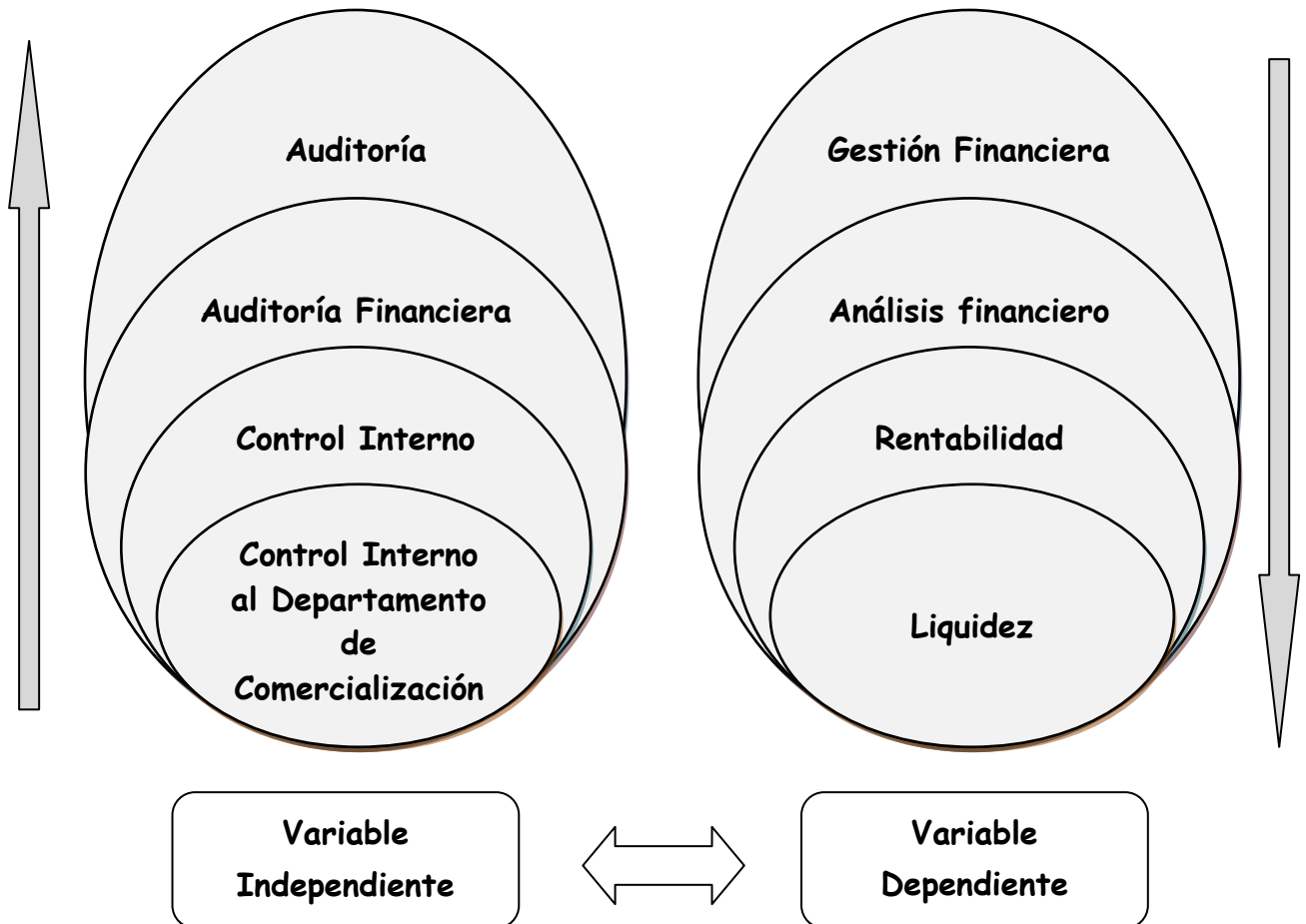


Gráfico 5: Superordinación Conceptual
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos

2.4.2.1. Subordinación conceptual

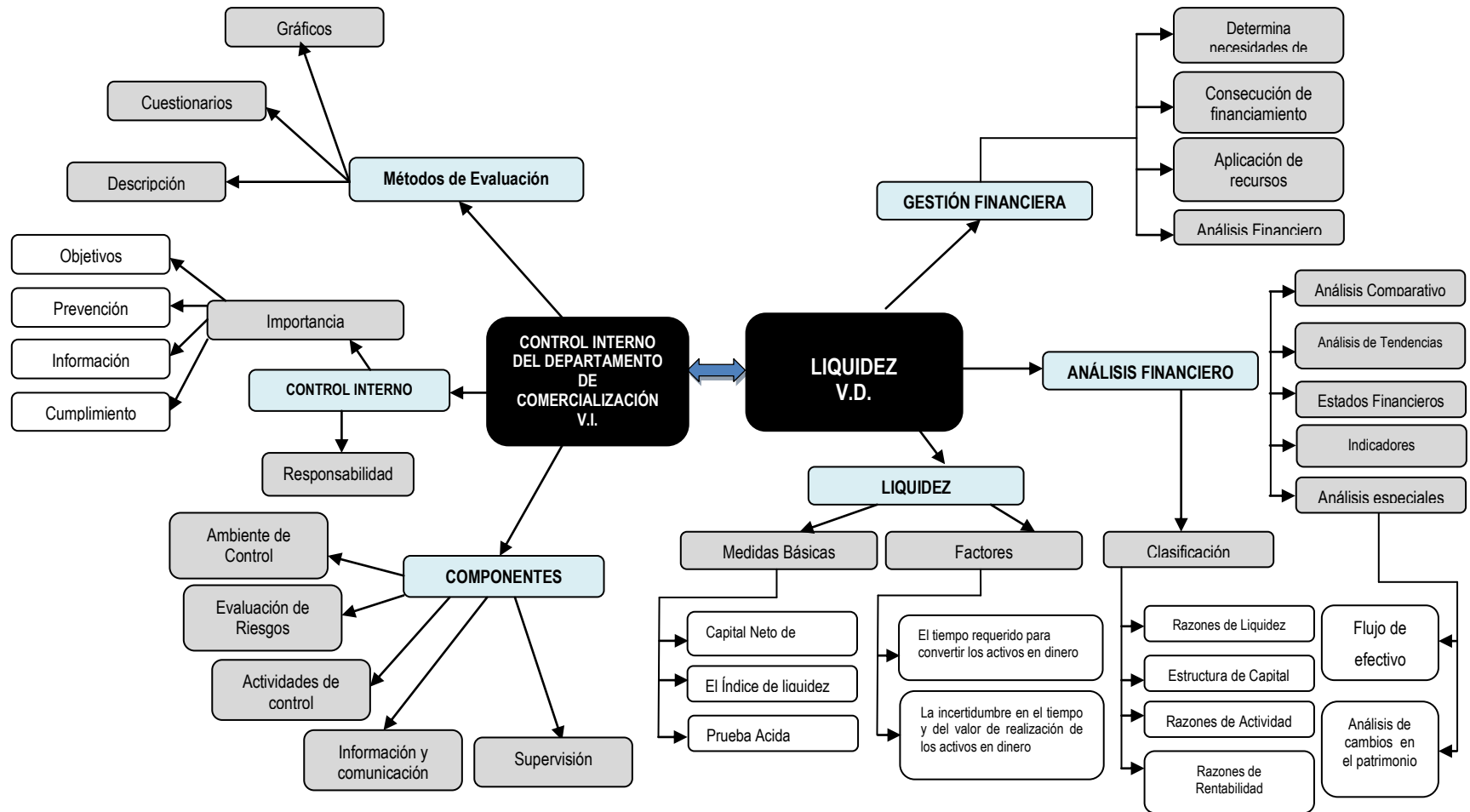


Gráfico 6: Subordinación Conceptual.
Autor: Juan Carlos Cevallos

2.5. HIPÓTESIS

Las inadecuadas políticas de control interno en el departamento de comercialización influyen en la liquidez de la empresa Agroindustrial Limache Agrolimache S.A. de la ciudad de Ambato durante el periodo 2013.

2.6. SEÑALAMIENTO VARIABLES DE LA HIPÓTESIS

- **Variable independiente:** políticas de Control Interno del departamento de Comercialización.
- **Variable dependiente:** Liquidez.
- **Unidad de observación:** Empresa Agroindustrial Limache Agrolimache S.A.
- **Términos de relación:** Influencia

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ENFOQUE

Tomando como fundamento lo que indica **Roberto Hernandez CF, Pilar Baptista**(2003) en su trabajo **Metodología de la Investigación** hacen referencia a la clasificación de la investigación de acuerdo al nivel de medición.

Investigación Cualitativa:

La investigación cualitativa es un método de investigación empleado en muchas disciplinas académicas, tradicionalmente en las ciencias sociales, sino también en la investigación de mercados y contextos posteriores. Los investigadores cualitativos tienen por objeto reunir un conocimiento profundo del comportamiento humano y las razones que gobiernan tal comportamiento.

Investigación Cuantitativa:

La investigación cuantitativa se refiere a la investigación empírica sistemática de los fenómenos sociales a través de técnicas estadísticas, matemáticas o informáticas. El objetivo de la investigación cuantitativa es desarrollar y emplear modelos matemáticos, teorías y / o hipótesis relativas a los fenómenos.

En conclusión la investigación que se está desarrollando mantiene sus bases en un enfoque cualitativo, dado que el problema parte de condiciones reales y tiene por objeto transformar esa realidad para al mejoramiento de los grupos o individuos Implicados en ella.

3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. Investigación de campo

Para el autor **Ph. D. Víctor Hugo Abril Porras**(2008) en su libro **Elaboración y Evaluación de Proyectos de investigación** señala que la investigación de campo es:

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

Se aplicará esta modalidad de investigación a fin de que permita recolectar y registrar ordenada y directamente la información de la empresa donde se ha identificado el problema, de acuerdo con los objetivos del proyecto a investigar.

3.2.2. Investigación bibliográfica-documental

“La investigación documental-bibliográfica tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión autorizada, basándose en documentos (fuentes primarias), o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias).”

Acogiendo las palabras de **Luis Medina F, Arnaldo Herrera, y Galo Naranjo**(2004) en su libro denominado **Tutoría de la Investigación**.

En consecuencia se deberá tomar como guía diferentes documentos bibliográficos y/o documentales, relacionados con el tema de estudio tomando en cuenta criterios y obras de diferentes autores, que se encuentran dispersos y serán de gran utilidad para servir de referencia, dichas citas bibliográficas que ayudan a fortalecer el marco teórico y el desarrollo de la operacionalización de variables las fuentes que frecuentemente se utilizarán son: libros, normativas, artículos, revistas, e investigaciones disponibles en manera física o digital.

3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Investigación Exploratoria

En el libro **Proceso de Investigación** de **Sabino**(1992)se define a la investigación exploratoria como:

Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general y sólo aproximada de los objetos de estudio. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado, cuando no hay suficientes estudios previos y cuando aún, sobre él, es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. Suelen surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno que, precisamente por su novedad, no admite todavía una descripción sistemática, o cuando los recursos de que dispone el investigador resultan insuficientes como para emprender un trabajo más profundo. Tal es el caso de los estudios que, mediante sondas, se realizan sobre los planetas del sistema solar, o de las investigaciones que actualmente se efectúan sobre inteligencia artificial. No son investigaciones exploratorias, sin embargo, las que se enfocan sobre objetos de estudio que son bien conocidos para algunos científicos, pero que el investigador personalmente no conoce bien: en este caso se trata simplemente de que éste está familiarizándose con un tema, estudiándolo, explorándolo subjetivamente, pero no realizando una investigación que vaya a aportar conocimiento nuevo. Tampoco se consideran exploratorios los trabajos en que se aplican, para objetos nuevos, conocimientos ya suficientemente generalizados en una cierta disciplina. No es exploratoria, entonces, una indagación sobre la composición mineral del suelo de una región hasta entonces inaccesible, pues existen innumerables estudios que versan sobre dicho asunto, con una metodología bien establecida, para infinidad de otras regiones del planeta.

Este tipo de investigación se utilizará debido a que la temática de la investigación actual no ha sido analizada anteriormente dentro de la

empresa, y considerando la hipótesis planteada es una problemática de gran importancia, necesita ser evaluada con el fin de dar una solución.

3.3.2. Investigación Descriptiva

Tomando en consideración el enunciado de **Roberto Hernandez CF, Pilar Baptista**(2003) en su obra **Metodología de la Investigación** consideran a la Investigación descriptiva de esta forma:

“Permite predicciones rudimentarias de medición precisa que requiere de conocimientos suficiente para muchas investigaciones de este nivel tienen interés de acción social. Con la finalidad clasificar elementos y estructuras, modelos de comportamiento, según ciertos criterios”.

La investigación descriptiva en el presente estudio será de gran ayuda debido a que nos servirá para determinar los procesos de control interno que se utilizan en el departamento de comercialización de la entidad, de manera que se puedan analizar todos y cada uno de ellos, con el fin de establecer el grado de eficiencia y eficacia, y en caso de ser necesario sugerir cambios que beneficien al negocio.

3.3.3. Investigación Asociación de Variables (Correlacional)

Para **Fernández Collado, C. y G. L. Dankhe**(1989) en su escrito denominado **La comunicación Humana como Ciencia Social**

Una investigación es correlacional, o tiene un componente correlacional, cuando tiene como propósito medir el grado de correlación que existe entre dos o más conceptos o variables en un problema o situación. Por lo tanto se utiliza en problemas de mayor complejidad, es decir donde hay un número mayor de variables que hay que tener en cuenta así como el grado de relación entre ellas. Va más allá de la descriptiva, por cuanto su objetivo no es solo describir el problema o situación sino analizar sus causas teniendo en cuenta la relación entre las distintas variables. Esta investigación genera conocimiento nuevo, en cuanto establece relaciones no conocidas entre

variables en una situación o problema definido, que puede ser aplicado en situaciones o problemas similares.

Las variables que serán objeto de estudio son:

Variable Independiente: Políticas de control Interno en el Departamento de Comercialización.

Variable Dependiente: Liquidez.

3.3.4. Investigación Explicativa

Citando nuevamente la definición de **(Fernández Collado, C. y G. L. Dankhe(1989)**de su artículo denominado **La comunicación Humana como Ciencia Social** señala que:

Una investigación explicativa va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos, o del establecimiento de relaciones entre conceptos, pues está dirigida a indagar las causas de los problemas o situaciones objeto de estudio. Su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste, o por qué dos o más variables están relacionadas.

Para finalizar este tipo de investigación será empleada para dar una ilustración de la relación que existe entre las políticas de control interno en el departamento de comercialización y la liquidez que están generando conflictos en la organización, cabe también mencionar que no existe un antecedente de esta investigación llevada a cabo en la empresa por lo que será de gran utilidad para factorías que están inmersas en esta actividad.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

Tomando información de Luis Medina F, Arnaldo Herrera, y Galo Naranjo L(2004) en su libro “Tutoría de la Investigación” indica que

“la población es la totalidad de los elementos a investigar respecto a ciertas características. En muchos casos, no se puede investigar a toda la población, sea por razones económicas, por falta de auxiliares de investigación o porque no se dispone de tiempo necesario.”

La población o universo que será tomada en cuenta para el presente estudio son: todo el personal del departamento administrativo financiero de la Empresa Agrolimache S.A., conforme se detalla a continuación:

TABLA 1. Nómina Oficial de los Servidores de la Empresa Agrolimache S.A.

Nº	NOMBRES PROTEGIDOS	OBSERVACIÓN
1	P1	SISTEMAS
2	P2	VENDEDOR
3	P3	CONTADOR
4	P4	JEFE DE PRODUCCIÓN
5	P5	ASISTENTE DE FINCA
6	P6	JEFE DE VENTAS
7	P7	SECRETARIA
8	P8	VENDEDOR
9	P9	SOCIO
10	P10	SOCIO
11	P11	SOCIO
12	P12	JEFE DE FINCA
13	P13	ASESOR DE PRODUCCIÓN

Fuente: Investigación de Campo en los departamentos administrativos la empresa Agrolimache S.A.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos

3.4.2.Muestra

De acuerdo a lo que establece **Lamberto Vera** (2010) la muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población.

El muestreo es indispensable para el investigador ya que es imposible entrevistar a todos los miembros de una población debido a problemas de tiempo, recursos y esfuerzo.

Muestreo Regulado.- De acuerdo a lo establecido por **Luis Herrera y otros** (2004), el muestreo regulado es cuando forman parte de la muestra los elementos del universo en los cuales se hace presente el problema de investigación.

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo consideraremos este método de muestreo, pues no es necesario el cálculo de una muestra en ésta investigación, debido a que la población está conformada por todo el personal del departamento administrativo financiero de la Empresa Agrolimache S.A.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Según las palabras de **Sabino**(1992):

Para operacionalizar una variable es necesario partir primeramente de la definición teórica que ya se ha elaborado y, si se trata de una variable compleja, de las dimensiones en que ella puede descomponerse. Luego, revisando los datos ya disponibles y analizando los conceptos en profundidad, podremos encontrar cierto conjunto de indicadores que en principio expresen consistentemente el comportamiento de la variable mencionada. Se podrá decir entonces que la variable se define a partir de un conjunto concreto de indicadores y no ya solamente desde el punto de

vista teórico, con lo que habremos llegado a la **definición operacional** de la variable.

La operacionalización de variables nos dará una iniciativa, de cómo poder analizar cada uno de los aspectos que serán estudiados, en resumen se realizara un esquema de la recopilación de información de la variable dependiente e independiente detema de investigación.

3.5.1.Operacionalización de la variable independiente

TABLA 2. POLÍTICAS DE CONTROL INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN:

Conceptualización de la Variable	Categorías	Indicadores	Preguntas	Técnica o Instrumento
Es un conjunto de acciones estructuradas y coordinadas dirigidas a la consecución de un fin.	Objetivos	Cumplimiento de los fines empresariales	¿Conoce usted si la empresa mantiene objetivos de ventas estimados? ¿Cuál es la efectividad de cumplimiento de objetivos de ventas?	<i>Encuesta/ Cuestionario</i>
	Responsabilidad	Conocimiento y aplicación de las políticas de control Interno del departamento de comercialización	¿Para las Ventas a crédito se solicitan autorización a los administradores de la empresa? ¿Los plazos de recuperación de cartera están de acuerdo a las condiciones financieras de la empresa? ¿Se tiene en cuenta que para realizar cobro a clientes por cheques de plazas internacionales se debe esperar varios días para que se efectivice?	
	Métodos de evaluación.	Estudio de manuales e instructivos generales además de informes históricos	¿Se presenta oportunamente un presupuesto de recuperación de cartera periódico? ¿Para entregar mercaderías a crédito se utiliza algún contrato? ¿Los cobros son registrados inmediatamente? ¿Conoce si la empresa tiene altos índices de clientes en mora?	
<p>Fuente:Investigación de Campo. Elaborado por: Juan Carlos Cevallos</p>				

3.5.2. Operacionalización de la variable dependiente

TABLA 3. LIQUIDEZ:

Conceptualización de la Variable	Categorías	Indicadores	Preguntas	Técnica o Instrumento
Es posesión de la empresa de efectivo necesario en el momento oportuno que nos permita hacer el pago de los compromisos anteriormente contraídos.	Gestión Financiera	Recursos económicos	¿Piensa usted que la institución cumple con su plan de gestión administrativa-financiera? ¿La empresa cuenta con un programa óptimo para la cancelación de obligaciones?	<i>Encuesta/ Cuestionario</i>
	Análisis Financiero	Rentabilidad	¿Conoce usted si la empresa obtuvo utilidad el año anterior? ¿Sabe usted si la empresa realiza un análisis de liquidez permanentemente? ¿Considera usted que la empresa es rentable?	
		Flujo de efectivo	¿Conoce usted si la empresa realiza una proyección de ingresos y egresos para cada periodo contable? ¿Ha tenido la empresa retraso en el pago de sueldos por motivo de iliquidez?	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Juan Carlos Cevallos

3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

En el presente trabajo de investigación para obtener y recolectar los datos se considerará lo siguiente.

3.6.1. Plan para la recolección de información

En base a **Ph. D. Víctor Hugo Abril Porras**(2008), “este plan contiene estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque escogido, considerando los siguientes elementos”.

- **Definición de los sujetos: personas u objetos que van a ser investigados.**

Se considera importante la participación del personal de las siguientes áreas para llevar a cabo la investigación:

- Junta de Socios
- Secretaria
- Contabilidad
- Sistemas
- Ventas

- **Selección de las técnicas a emplear en el proceso de recolección de información.**

Se aplicara la encuesta, por las condiciones explicadas en la Operacionalización de Variables (ver Tabla 2 y 3 de este capítulo)

Encuestas para **Sabino**(1992) es:

El diseño encuesta es exclusivo de las ciencias sociales y parte de la premisa de que, si queremos conocer algo sobre el comportamiento de las personas, lo mejor, lo más directo y simple, es preguntárselo directamente a ellas. Se trata por tanto de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en

estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que se correspondan con los datos recogidos.

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

Por la técnica a utilizar se debe recurrir a al instrumento denominado cuestionario mismo que **Sabino**(1992)lo define como

Decíamos antes que el cuestionario, instrumento indispensable para llevar acabo entrevistas formalizadas, puede sin embargo usarse independientemente de éstas. En tal caso se entrega al respondiente un cuestionario para que éste, por escrito, consigne por sí mismo las respuestas. Por la similitud de los instrumentos empleados esta técnica puede considerarse como una derivación o forma muy particular de la entrevista, aunque es claro que no se trata de una entrevista, pues no existe allí elemento de interacción personal que la define.

- **Selección de recursos de apoyo.**

Únicamente se necesitara de un Investigador

- **Explicitación de procedimientos para la recolección de información**

TABLA 4. Procedimiento de recolección de información

TÉCNICAS	PROCEDIMIENTO
Encuesta	Cómo: Método Inductivo, analítico
	Dónde: Departamentos Administrativos
	Cuándo: 9 de Febrero 2015
Fuente: Investigación de Campo. Elaborado por: Juan Carlos Cevallos	

3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

3.7.1. Plan de procesamiento de información

Según **Ph. D. Víctor Hugo Abril Porras**(2008), el plan de procesamiento de información debe contener:

- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis: manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados.
- Representaciones gráficas.
- **Estudio de Resultados**

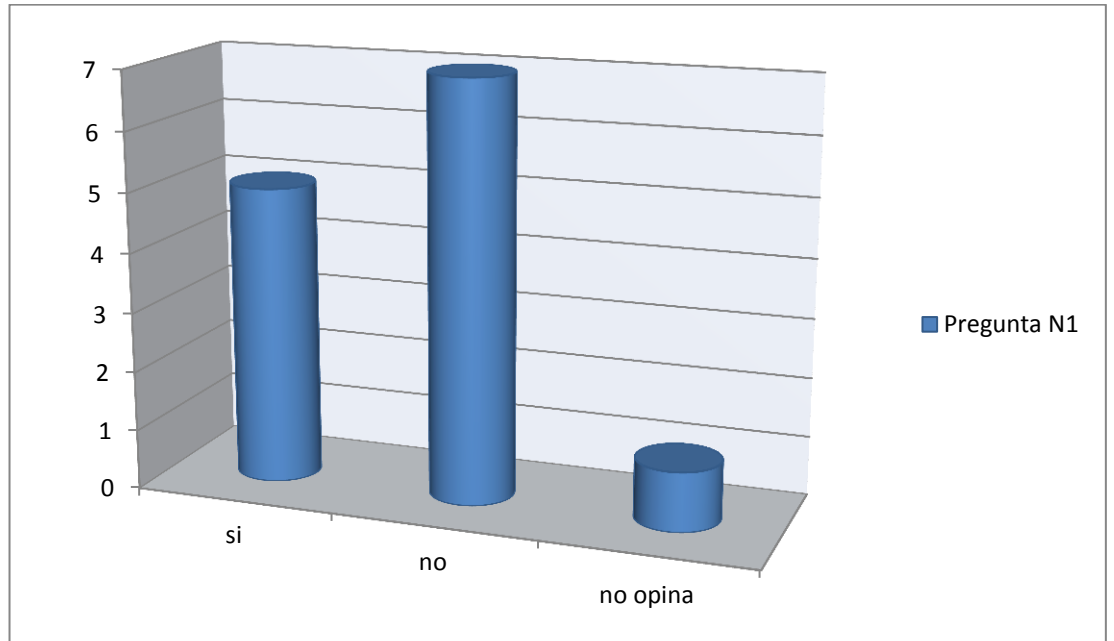
A continuación se realizara un ejemplo con cantidades ficticias con fines didácticos:

TABLA 5. Estudio de Resultados

OPCIONES	CANTIDAD	FRECUENCIA, %
Si	5	38
No	7	54
No opina	1	8
Total	13	100
Fuente: Investigación de Campo-Encuesta. Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015		

- **Representación Gráfica**

Gráfico N: 7 Ejemplo de Representación Gráfica



Fuente: Tabla N: 5.

Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados

- **Análisis de los resultados estadísticos.** Destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis (lectura de datos).
- **Interpretación de los resultados.** Con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- **Comprobación de hipótesis.**

Prueba CHI CUADRADO

Su fórmula es:

$$X^2 = \sum \frac{(f_e - f_o)^2}{f_e}$$

En donde:

x^2 = Chi cuadrado

Σ = Sumatoria

f_e = Frecuencias esperadas

f_o = Frecuencias observadas

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

4.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS

El presente capítulo tiene como propósito organizar, analizar los datos obtenidos en las encuestas realizadas al personal administrativo de la empresa Agrolimache S.A.

La técnica utilizada para la recopilación de información es la encuesta por medio del uso del cuestionario, estructurado para determinar la influencia de las políticas de control interno del departamento de comercialización en la liquidez.

4.2. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos han sido evaluados y a su vez concentrados en función de los objetivos de la Hipótesis. Y debido a la temática y la complejidad de las variables las encuestas se aplicaron al personal administrativo y de ventas, con el fin de proceder posteriormente con la comprobación estadística de la hipótesis programada que debe ser sujeta de solución en el capítulo VI.

Encuesta

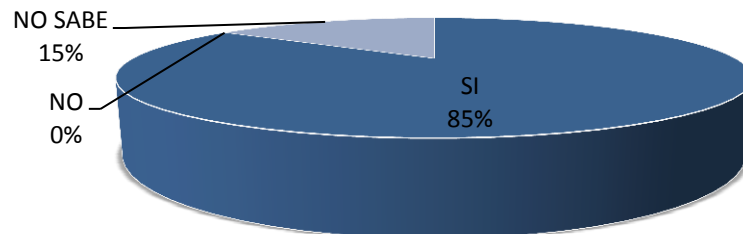
1. ¿La empresa dispone de un manual de procedimientos para el departamento de ventas?

TABLA N6: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	85%
NO	0	0%
NO SABE	2	15%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

GRAFICO N8: Tabulación

REPRESENTACIÓN GRÁFICA



Fuente: TABLA N6: Resultados de Encuestas.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

Se debe tomar en cuenta que solo el 85% de las personas encuestadas afirma que la empresa mantiene un manual de procedimientos para el departamento de ventas, y la diferencia desconoce si existe un manual de esta naturaleza.

Interpretación

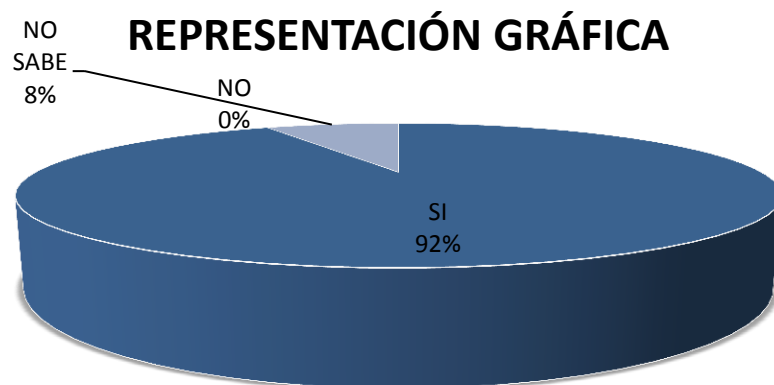
Una alternativa es difundir los manuales de procedimientos internos que se manejan dentro de la empresa, para que sea de conocimiento general.

2. ¿Conoce usted si se realizan análisis de riesgo de los clientes antes de conceder créditos?

TABLA N7: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	92%
NO	0	0%
NO SABE	1	8%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

GRAFICO N9: Tabulación



Fuente: TABLA N7: Resultados de Encuestas.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

El 92% de las personas encuestadas afirman que se realiza un análisis de riesgo de los clientes para conceder créditos pero un 8% desconoce de la ejecución de dicha verificación.

Interpretación

A excepción de una persona, de los trece encuestados se puede decir que conoce del procedimiento de análisis de riesgo para otorgar créditos. Aspecto que es muy importante para reducir el dilema al momento de entregar un crédito a clientes, debido a que de por sí el conceder créditos presenta un riesgo para la empresa.

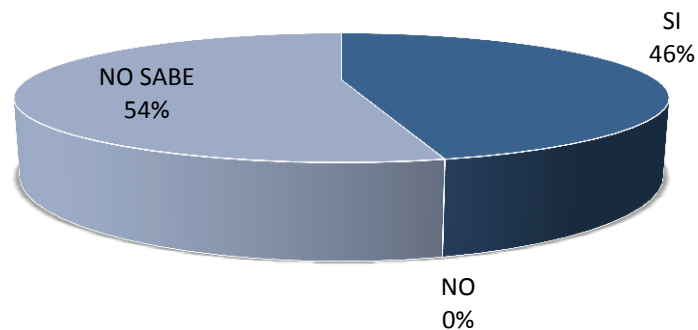
3. ¿Se realizan confirmaciones de saldos a los clientes?

TABLA N8: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	46%
NO	0	0%
NO SABE	7	54%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

GRAFICO N10: Tabulación

REPRESENTACIÓN GRÁFICA



Fuente: TABLA N8: Resultados de Encuestas.

Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

Del un total de 13 personas el 46% señala que se realiza confirmación de saldos con los clientes y el 54% indica que ignora, aquí se puede observar una falencia, dado que la empresa puede mantener registrada información no verídica de los saldos que mantienen sus clientes.

Interpretación

Las personas investigadas con sus respuestas han guiado a obtener como conclusión que no se mantiene un hábito de conciliar cuentas pendientes con sus adquirientes. En consecuencia se debe adoptar una norma que indique que se debe realizar una confirmación de saldos con los clientes cada cierto tiempo, a fin de contar con información veraz y oportuna.

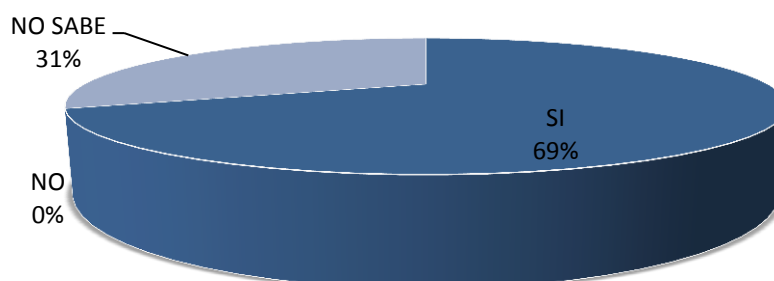
4. ¿Se confirman los datos de los clientes antes de conceder los créditos?

TABLA N9: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	69%
NO	0	0%
NO SABE	4	31%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

GRAFICO N11: Tabulación

REPRESENTACIÓN GRÁFICA



Fuente: TABLA N9: Resultados de Encuestas.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

El 69% de las personas que colaboraron con la encuesta dicen que si se confirma los datos de los clientes, frente a un 31% que no sabe. Pero se debe mencionar que los datos de los clientes son respaldados con las guías aéreas que se confirman al envío y recepción de la mercancía, en resumen en dichos documentos se halla un respaldo de los datos del cliente.

Interpretación

En base a la mayoría de aseveraciones se puede concluir que la empresa si confirma los datos de sus adquirientes, aspecto favorable para reducir riesgos de evasión de recuperación de cartera.

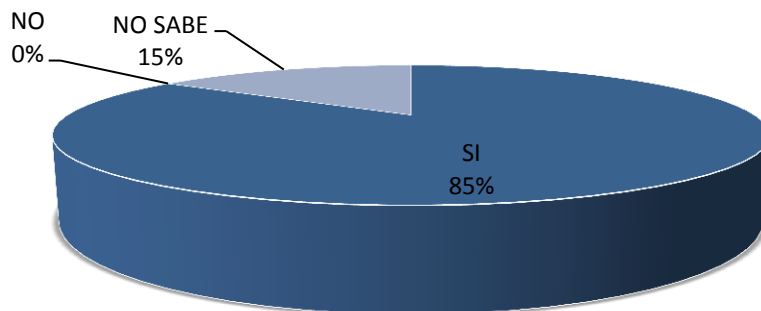
5. ¿Existen montos máximos de concesión de créditos?

TABLA N10: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	85%
NO	0	0%
NO SABE	2	15%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

GRAFICO N12: Tabulación

REPRESENTACIÓN GRÁFICA



Fuente: TABLA N10: Resultados de Encuestas.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

Se puede apreciar un 85% de encuestados que consideran que si se manejan montos máximos de crédito, pero el 15% asegura que desconoce, visto estos resultados se considera que la empresa tiene topes de crédito, pero se debería difundir de mejor manera este aspecto registrándolo en un manual de procedimientos.

Interpretación

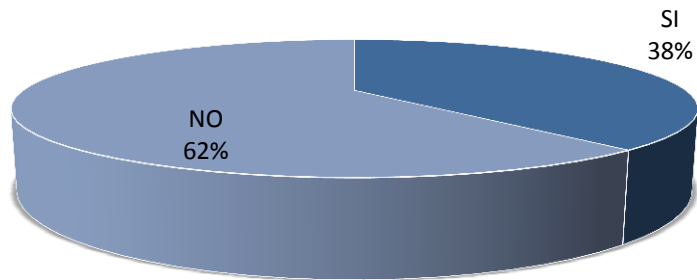
En las opiniones receptadas se puede ver que supera la opinión que afirma que si se definen montos máximos de crédito, pero a su vez dichos montos no pueden estar calculados en base a la capacidad financiera de la empresa.

6. ¿Considera usted si se realizan análisis de antigüedad de saldos?

TABLA N11: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	38%
NO	8	62%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

GRAFICO N13: Tabulación
REPRESENTACIÓN GRÁFICA



Fuente: TABLA N11: Resultados de Encuestas.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

En base a lo indagado se puede apreciar que en la empresa el 62% del departamento administrativo considera que no se realiza un análisis de la antigüedad de saldos, mismo que puede ocasionar problemas de información incierta, debido a que se no se conoce oportunamente de los clientes que se encuentran en mora.

Interpretación

Notablemente se observa una gran diferencia donde, mayormente se asegura que no se revisa la antigüedad de saldos, hecho que puedes incurrir en cuentas incobrables.

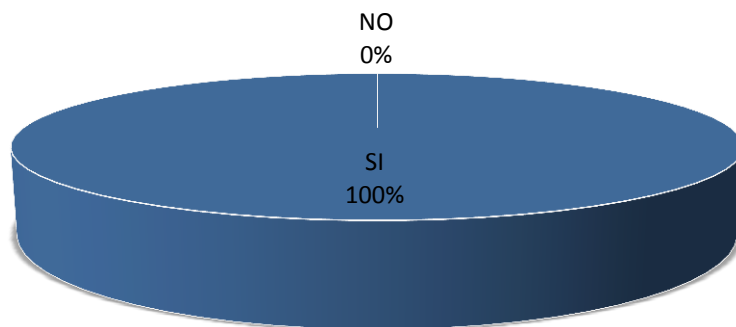
7. ¿Conoce usted si existe un responsable de aprobar los créditos a clientes?

TABLA N12: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	13	100%
NO SABE	0	0%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

GRAFICO N14: Tabulación

REPRESENTACIÓN GRÁFICA



Fuente: TABLA N12: Resultados de Encuestas.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

El 100% de las personas coinciden que existe una persona encargada de autorizar la concesión de créditos a los clientes de la organización. Se debe mencionar que es un aspecto positivo, pero cabe mencionar que dicha persona debe estar consciente que los créditos deben estar dentro de las posibilidades financieras de la empresa y esto debe ser considerado al momento de la negociación previa.

Interpretación

Por unanimidad coinciden en que existe una persona encargada en autorizar la concesión de créditos, hecho que debe ser acotado con un estudio más detallado, analizando varios factores necesarios para entregar créditos a clientes.

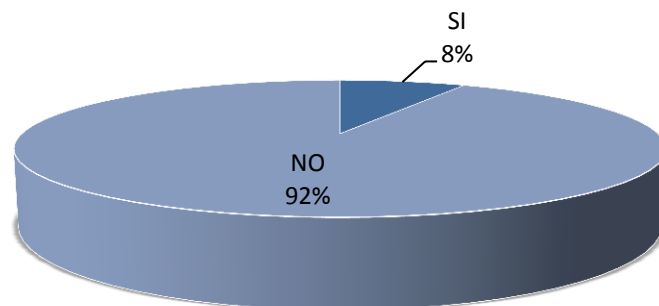
8. ¿Considera que los plazos de recuperación de cartera están de acuerdo a las condiciones financieras de la empresa?

TABLA N13: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	8%
NO	12	92%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

GRAFICO N15: Tabulación

REPRESENTACIÓN GRÁFICA



Fuente: TABLA N13: Resultados de Encuestas.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

Fundamentándose en los resultados conseguidos, se ha llegado a comprender que el 92% del personal de los departamentos administrativos consideran que los plazos de recuperación de cartera esta fuera de las posibilidades financieras de la empresa.

Interpretación

Los colaboradores de la empresa en su gran mayoría afirman que los plazos de recuperación de cartera no están debidamente analizados, por lo que se debe poner atención en la estimación de tiempos idóneos de espera para la recuperación de valores monetarios.

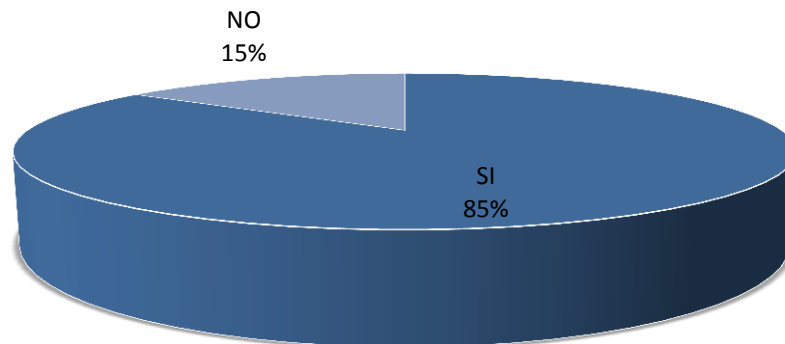
9. ¿Considera usted que se deba adoptar un nuevo conjunto de políticas de recuperación de valores para el departamento de comercialización?

TABLA N14: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	85%
NO	2	15%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

GRAFICO N16: Tabulación

REPRESENTACIÓN GRÁFICA



Fuente: TABLA N14: Resultados de Encuestas.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

El 85% del personal encuestado coinciden en que la empresa debe adoptar un nuevo mecanismo de políticas de control interno para el departamento de comercialización.

Interpretación

Las personas que laboran en la empresa suponen que se debe adoptar un nuevo conjunto de políticas de recuperación de cartera por parte del departamento de comercialización.

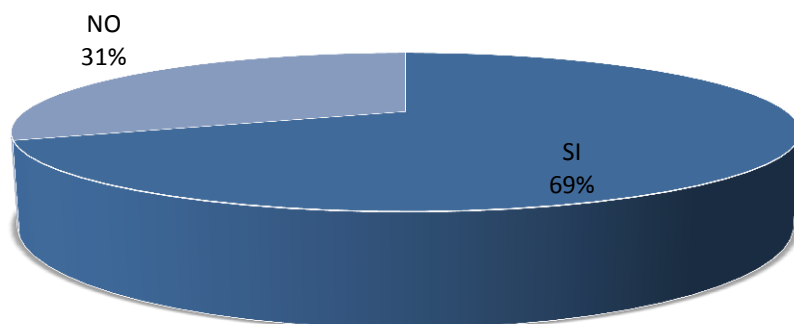
En dicho conjunto de políticas debe fijarse en la búsqueda de mecanismos que impulsen al crecimiento empresarial.

10. ¿Usted tiene en cuenta qué para realizar cobro a clientes por cheques de plazas internacionales se debe esperar varios días para que se efectivice?

TABLA N15: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	69%
NO	4	31%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

GRAFICO N17: Tabulación
REPRESENTACION GRAFICA



Fuente: TABLA N15: Resultados de Encuestas.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

Once de trece personas analizadas tienen conocimiento de la normativa para la efectivización de cheques internacionales que se manejan en el país.

Este es un punto muy importante debido a que un cheque de plaza internacional suele ser efectivizado en 15 días después de su depósito, dejando esos quince días en espera para contar con el dinero físico.

Interpretación

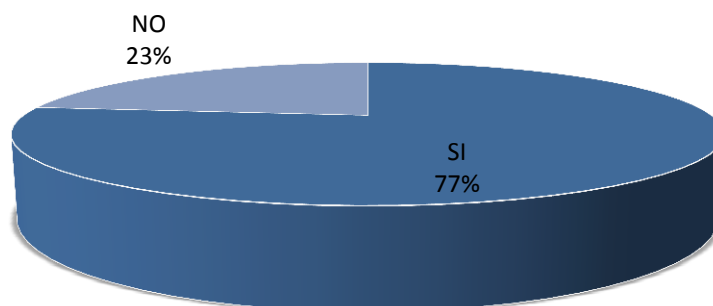
Con los resultados obtenidos, se puede afirmar que el personal conoce de la normativa, además la pregunta presente tiene consigo un aspecto muy importante, que se debe tomar con la seriedad posible debido a que se debe establecer dentro de los plazos de cobro los días que se demora en efectivizar un cheque de plazas internacionales, y no perjudicar la liquidez de la empresa días que pueden ser muy importantes para cumplir con sus obligaciones.

11. ¿Conoce usted si la empresa mantiene clientes en mora?

TABLA N16: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	77%
NO	3	23%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

**GRAFICO N18: Tabulación
REPRESENTACIÓN GRÁFICA**



Fuente: TABLA N16: Resultados de Encuestas.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

Un 77% de los comparecientes a la encuesta afirman que la empresa mantiene clientes en mora, cuestión muy seria por el riesgo que representa, además puede ser un indicador de deficiencia para el personal encargado de cobranza o a su vez que dichos clientes están atravesando por problemas financiero-económicos.

Interpretación

El personal administrativo conoce de la existencia de clientes en mora, es decir pueden ser varios clientes, los mismos que están causando problemas de liquidez inconscientemente, por la demora de sus pagos.

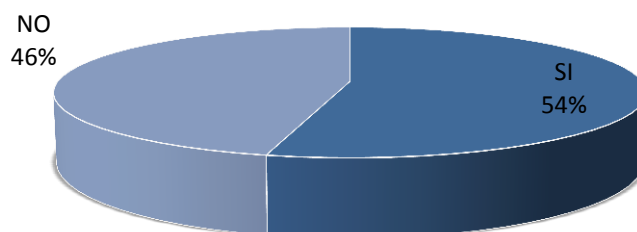
12. ¿Sabe usted si se maneja periódicamente un presupuesto de cobranza dentro de la organización?

TABLA N17: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	54%
NO	6	46%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

GRAFICO N19: Tabulación

REPRESENTACIÓN GRÁFICA



Fuente: TABLA N17: Resultados de Encuestas.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

Aquí en la interrogante planteada se puede apreciar una ligera variación de criterios de las personas encuestadas, de un 54% que dicen que sí y un 46% que dicen que no, lo que guía a comentar que la empresa no difunde oportunamente la información de los presupuestos de cobranza, lo que da a entender que no se tiene claro los objetivos institucionales.

Interpretación

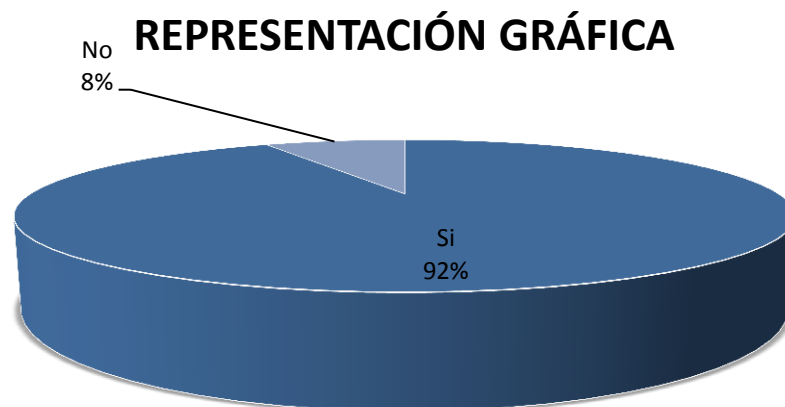
La empresa no lleva a cabo una integración total de sus colaboradores para dar a conocer de los presupuestos y objetivos que se planean alcanzar. Y el manejo de un presupuesto de cobranzas es una herramienta eficaz para el alcance de objetivos.

13. ¿Conoce usted si la empresa ha atravesado por problemas de liquidez?

TABLA N18: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	92%
NO	1	8%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

GRAFICO N20: Tabulación



Fuente: TABLA N18: Resultados de Encuestas.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

El 92% asegura que la empresa ha tenido que afrontar problemas de liquidez, problemas que son muy relevantes dentro de cualquier organización, indistintamente de la actividad a la que se dedique.

Interpretación

Es notable la problemática presentada que la liquidez dentro de la empresa no está fluctuando normalmente, y como solución por lo general se toma el financiamiento externo, pero es una herramienta que al utilizarla frecuentemente puede llevar al sobreendeudamiento, además de los intereses que genera dicha actividad.

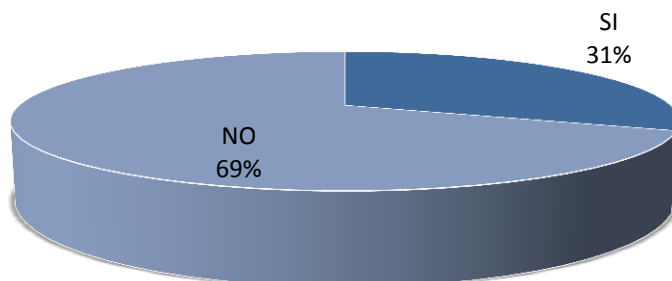
14. ¿Conoce usted si la empresa realiza un análisis de liquidez constantemente?

TABLA N19: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	31%
NO	9	69%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

GRAFICO N21: Tabulación

REPRESENTACIÓN GRÁFICA



Fuente: TABLA N19: Resultados de Encuestas.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

El 69% del personal administrativo considera que no se realiza un análisis de liquidez, análisis que de no ser realizado, deja a la empresa frente a un estado de incertidumbre antes de tomar una decisión.

Interpretación

Al observar los resultados que se han obtenido en la interrogante se puede decir que la empresa no realiza habitualmente un análisis de liquidez lo que le da un estado de incertidumbre al momento de tomar decisiones y no conocer la situación financiera de la empresa oportunamente.

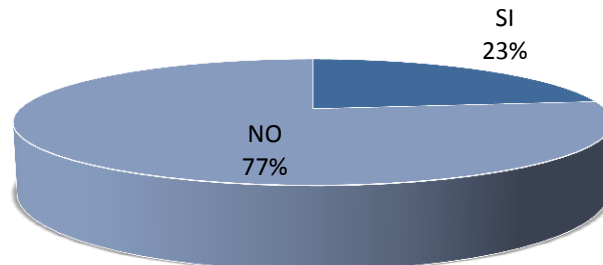
15. ¿Considera usted que los pagos y obligaciones que debe realizar la empresa se están realizando con normalidad?

TABLA N20: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	23%
NO	10	77%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

GRAFICO N22: Tabulación

REPRESENTACIÓN GRÁFICA



Fuente: TABLA N20: Resultados de Encuestas.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

Como análisis de la información proporcionada se puede decir que el 77% piensa que los pagos y obligaciones que mantiene la empresa o se están realizando con normalidad, esto puede ser a consecuencia de no mantener un adecuado nivel de liquidez en la empresa.

Interpretación

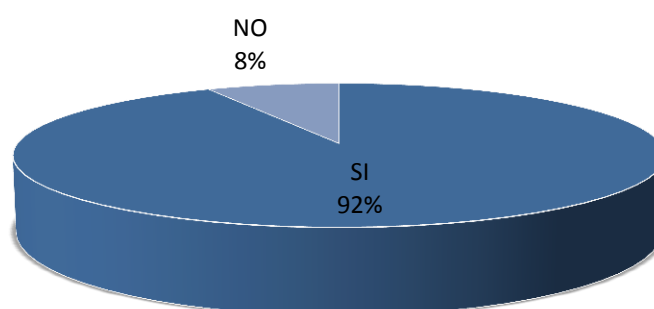
Se puede apreciar que los obligaciones que mantiene la empresa no se están cumpliendo satisfactoriamente, debido a que factores que se están estudiando en la presente investigación.

16. ¿Se necesita utilizar financiamiento para cubrir pagos y obligaciones habitualmente?

TABLA N21: Resultados de Encuestas		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	92%
NO	1	8%
TOTAL	13	100%

Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

**GRAFICO N23: Tabulación
REPRESENTACIÓN GRÁFICA**



Fuente: TABLA N21: Resultados de Encuestas.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

Análisis

El 92% de las personas encuestadas coinciden con el criterio de que la empresa necesita habitualmente de financiamiento, esto a consecuencia de no contar con la liquidez suficiente.

Interpretación

Finalmente se puede decir que la empresa está cayendo en un círculo vicioso que la está acarreado a un posible sobreendeudamiento. A consecuencia de los valores extras que se deben cancelar por el concepto de gastos financieros.

4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

De la encuesta aplicada al personal del área administrativa de la Empresa Agrolimache S.A., se tomó de referencia las interrogantes 9 y 13, para realizar la verificación de Hipótesis.

HIPÓTESIS

I. Determinación de la hipótesis

H1: Las deficientes políticas de control interno del departamento de comercialización influyen en la liquidez de la empresa Agroindustrial Limache Agrolimache S.A.

H0: Las deficientes políticas de control interno del departamento de comercialización no influyen en la liquidez de la empresa Agroindustrial Limache Agrolimache S.A.

II. Nivel de Significancia y Grados de libertad

En donde:

α = Nivel de significancia

El nivel de significancia sugerido para trabajar es del 5%

$\alpha = 0.05$

Grados de Libertad

$g.l = (c-1)(f-1)$

$g.l = (2-1)(2-1)$

$g.l = 1$

III. Cálculo de las frecuencias Observadas

TABLA N22: Frecuencias observadas			
VARIABLES	OPCIONES		TOTAL
	SI	NO	
POLÍTICAS DE CONTROL INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN	11	2	13
LIQUIDEZ	12	1	13
TOTAL	25	1	26
Fuente: Investigación de Campo-Encuesta. Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015			

IV. Cálculo de las Frecuencias Esperadas

TABLA N23: Frecuencias Esperadas			
VARIABLES	OPCIONES		TOTAL
	SI	NO	
POLÍTICAS DE CONTROL INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN	11,5	1,5	13
LIQUIDEZ	11,5	1,5	13
TOTAL	23	3	26
Fuente: Investigación de Campo-Encuesta. Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015			

V. Cálculo del Chi Cuadrado

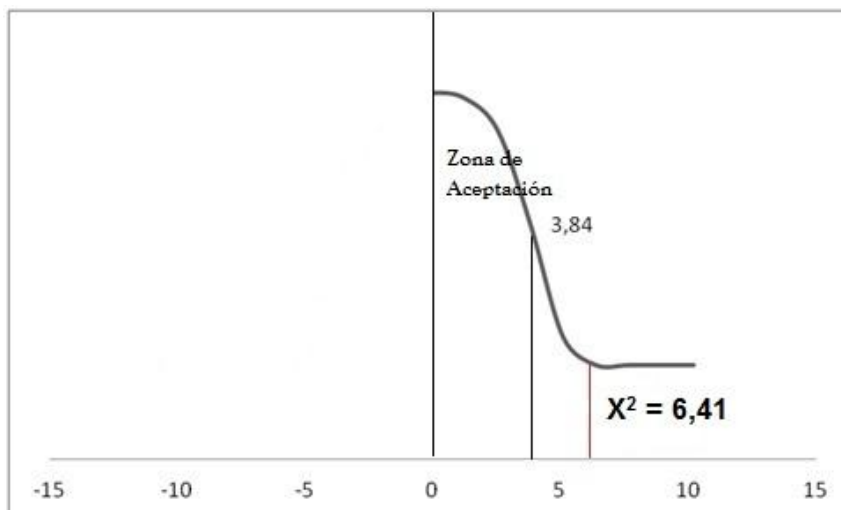
TABLA N24: Chi Cuadrado				
F.O.	F.E.	O-E	(O-E) ²	$\chi^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$
10	11,5	-1,5	2,25	0,20
3	1,5	1,5	2,25	1,50
9	11,5	-2,5	6,25	0,54
4	1,5	2,5	6,25	4,17
			$\chi^2 =$	6,41
Fuente: Investigación de Campo-Encuesta. Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015				

VI. Regla de Decisión

Tomando en cuenta el valor de χ^2 para el Nivel de Confianza de 95%, es igual a 3.84 con un grado de libertad igual a 1.

Pero como resultado del cálculo se ha obtenido un valor de 6,41 la interpretación es la siguiente.

GRAFICO N24: Representación grafica de Chi Cuadrado



Fuente: TABLA N24: Chi Cuadrado.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

VII. Conclusión

De acuerdo al valor alcanzado de χ^2 es mayor que 3.84 se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa.

Tomando en consideración la evidencia recopilada con un nivel de significancia del 5%, se confirma que existe relación entre la variable independiente y variable dependiente, en resumen “Las ineficientes políticas de control interno del departamento de comercialización influyen en la liquidez de la empresa Agrolimache S.A.”.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Como resultado del análisis efectuado se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- La Empresa mantiene un sistema de control interno del departamento de comercialización inadecuado, lo que trasciende a ejecutar procesos inoportunos, en lo que respecta a la concesión de créditos a clientes, recuperación de cartera e información financiera oportuna.
- La liquidez se ha visto afectada por diferentes razones entre ellas se puede mencionar la lenta recuperación de valores concedidos a los clientes en crédito, la carencia de un reporte donde se analice los movimientos de liquidez.
- La organización está expuesta a lo que en auditoria se denomina riesgo inherente y de control, dichos riesgos pueden ser disminuidos al aplicar los mecanismos expuestos en el método COSO, que es una importante contribución para mejorar la eficiencia y eficacia de los procesos internos de una empresa.
- Una amenaza que se presenta en la empresa es, que al no contar con la liquidez necesaria para cubrir sus costos y gastos deba necesitar de financiamiento externo, lo que conduce a incurrir en gastos adicionales de financiamiento, sin descartar la posibilidad de llegar en algún momento al sobreendeudamiento.

5.2. RECOMENDACIONES

Así también se debe emitir las siguientes recomendaciones:

- La relevancia del diseño de un sistema de control interno radica en la difusión y aplicación de sus mecanismos, de esta manera se tendrá claro los objetivos a alcanzar y las técnicas para alcanzarlos.
- Reestructurar el sistema de políticas de control interno del departamento de comercialización, a fin de que los procedimientos estén relacionados con las características de la empresa, y pueda de esta manera alcanzar sus objetivos empresariales.
- Adoptar políticas que colaboren a la recuperación ágil de cuentas por cobrar, con el fin de contar con los recursos económicos necesarios para llevar a cabo las actividades habituales de la empresa.
- Establecer intervalos de tiempo para presentar información financiera, con el fin de contar con una referencia sustancial en el tiempo adecuado, para la toma de decisiones correctas.
- Utilizar el sistema financiero solo cuando sea necesario, el financiamiento excesivo puede tener consecuencias catastróficas.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1. Datos Informativos

6.1.1. Título

Diseño del Sistema de Control Interno para el departamento de comercialización en base al Método Coso II para mejorar la Liquidez en la empresa Agroindustrial Limache Agrolimache S.A.

6.1.2. Institución Ejecutora

Empresa productora y exportadora de rosas **AGROINDUSTRIAL LIMACHE AGROLIMACHE S.A.**

6.1.3. Beneficiarios

- Empresa
- Junta de accionistas
- Empleados

La aplicación de un sistema de control interno adecuado en el proceso de comercialización, permitirá a la empresa Agrolimache S.A. mejorar la liquidez, recuperando de manera eficaz los recursos monetarios que se encuentran concedidos en crédito a clientes.

6.1.4. Ubicación

La empresa mantiene su domicilio en la siguiente dirección; Av. Valencia 01-101 y Zaragoza, sector ciudadela España del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

El área de producción se encuentra ubicada en la provincia de Cotopaxi, en la parroquia Mulaló.

6.1.5. Tiempo Estimado Para la ejecución

El tiempo estimado para la aplicación y adopción de dichos procedimientos es de un año aproximadamente.

6.1.6. Equipo Técnico Responsable

- Gerente general
- Socios
- Jefe y personal del departamento de Ventas
- Contador
- Investigador

6.1.7. Costo Estimado

Los costos en los que se debe incurrir para la aplicación de la propuesta son los siguientes:

TABLA N25: Detalle de Cotos			
Fase 1	Determinación de puntos de control del proceso de comercialización.	Suministros	\$ 10,00
		10 horas de asesoría	\$ 300,00
		Uso de equipos tecnológicos	\$ 100,00
		Total	\$ 410,00
Fase 2	Establecimiento de mecanismos y políticas que se constituyan en actividades de control en el proceso de comercialización.	Movilización	\$ 20,00
		Suministros	\$ 15,00
		20 horas de asesoría	\$ 600,00
		Imprevistos	\$ 25,00
		Total	\$ 660,00
Fase 3	Análisis de la liquidez actual de la Empresa.	10 horas de asesoría	\$ 300,00
		Utilización de equipos tecnológicos	\$ 25,00
		Imprevistos	\$ 25,00
		Total	\$ 350,00
Fase 4	Determinación de indicadores que permitan medir el cumplimiento de las políticas de Control Interno.	10 horas de asesoría	\$ 300,00
		Uso de equipos tecnológicos	\$ 25,00
		Total	\$ 325,00
		Total	\$ 1745,00
Fuente: Investigación de Campo-Encuesta.			
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015			

El costo de la propuesta alcanza el valor de **\$ 1745,00** (un mil setecientos cuarenta y cinco con ⁰⁰/₁₀₀); los mismos que deberán ser asumidos por Agrolimache S.A.

6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Agroindustrial Limache Agrolimache S.A. es una empresa dedicada a la producción y comercialización de rosas, para el mercado internacional principalmente, cuenta con una amplia gama de variedades que se distinguen por su color, tamaño y forma, sus principales adquirientes son empresas europeas y norteamericanas, que por lo general realizan sus compras bajo la modalidad de créditos.

Se debe recordar que en el transcurso de la investigación se ha confirmado que Agrolimache S.A. no mantiene políticas de control interno apropiados en el departamento de comercialización, lo que está repercutiendo en inconvenientes para la recuperación de cartera dejando a la entidad con liquidez limitada.

La liquidez factor importante dentro de cualquier entidad, debe ser tratada con la mayor seriedad posible, a fin de que se mantenga en los índices adecuados y se puedan llevar a cabo las actividades normales del negocio.

6.3. JUSTIFICACIÓN

En vista de la realidad presentada, es preciso tomar como punto de partida la determinación de los puntos de control, donde nos dará indicios de los procesos que se están realizando equivocadamente. Una vez identificado los puntos de control se deben diseñar un nuevo conjunto de reglas que ayuden a reducir el impacto de la problemática presentada y posteriormente analizar sus efectos.

Un sistema de políticas de control interno oportuno es trascendental para el adecuado manejo de una empresa, dicho conjunto de normas es una herramienta que facilita el control y organización, además da la posibilidad de atenuar riesgos en las áreas que se encuentran relacionadas.

Cabe también mencionar que una empresa de este tipo necesita de un flujo constante y considerable de liquidez en sus cuentas, para cumplir con sus obligaciones y requerimientos, caso contrario se ve en la

obligación de solicitar financiamiento externo, recayendo en gastos financieros innecesarios, ya que sus recursos monetarios se encuentran concedidos en crédito a sus clientes, al mismo tiempo que crecen sus pasivos, le impide a la empresa alcanzar sus objetivos empresariales, dejando a los socios en un ambiente de incertidumbre.

Agrolimache S.A. al implementar un nuevo sistema de políticas de Control Interno para el departamento de comercialización, será beneficiado, dado que la recuperación de cartera será en base a las capacidades de la empresa y los índices de liquidez mejorarán notablemente, abandonando la necesidad de financiamiento, sus socios y personal de ventas tendrán una perspectiva más clara de cómo realizar las negociaciones con los clientes, y cuáles son las condiciones a analizar.

6.4. OBJETIVOS

6.4.1. Objetivo General

- ✓ Diseñar un sistema de control interno e indicadores de cumplimiento para el departamento de comercialización en base al método Coso II para mejorar la liquidez de la empresa Agroindustrial Limache Agrolimache S.A.

6.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Determinar puntos de control del proceso de comercialización, con el fin de conocer donde es necesario poner énfasis con actividades de control.
- ✓ Establecer mecanismos y políticas que se constituyan en actividades de control para minimizar los riesgos de control el proceso de comercialización.
- ✓ Analizar la liquidez actual de la empresa para conocer la situación actual de la empresa.
- ✓ Determinar un indicador que permita medir el cumplimiento de las políticas de Control Interno para medir la eficacia en el cumplimiento de los objetivos institucionales.

6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

La propuesta se espera tenga un efecto inmediato, mejorando la liquidez empresarial, dado que se diseñará un conjunto de procedimientos y políticas al departamento de comercialización, que controlen el funcionamiento de las negociaciones con los clientes de la empresa, en lo que a plazos y medidas de control que se deben tomar en cuenta para otorgar créditos.

6.5.1. Factibilidad Legal

La reestructuración de un sistema de control interno no tiene ninguna restricción, en el derecho privado, más bien se considera un cambio positivo, que se deben realizar obligatoriamente para mantenerse a la par con un mundo globalizado que constantemente exige actualizaciones.

6.5.2. Factibilidad Organizacional

Cabe mencionar que la información financiera es de gran importancia dentro del ámbito empresarial, siendo un elemento de juicio que permite a la administración de la entidad la toma de decisiones acertadas en el momento exacto, definiendo con precisión las necesidades, y, que se pueda desarrollar todas sus actividades con firmeza, reduciendo el riesgo de control.

6.5.3. Factibilidad Económico-Financiero

La inversión que significa la adopción de un conjunto de políticas de control interno para el departamento de comercialización de la empresa Agroindustrial Limache S.A. es un poco inasequible, pero se debe tomar en cuenta que los efectos que se obtendrán compensaran de inmediato esa inversión, por la recuperación de recursos monetarios en tiempos más cortos, reducir los riesgos de recuperación de cartera, realizar las negociaciones de manera más efectiva, manteniendo la liquidez suficiente en sus cuentas corrientes y desarrollando así las funciones empresariales y cumpliendo con las obligaciones con sus proveedores.

6.6. Fundamentación

6.6.1. Definición Sistema de Control Interno

Según **William L.Chapman**(1965):

Por Control Interno se entiende: el programa de organización y el conjunto de métodos y procedimientos coordinados y adoptados por una empresa para salvaguardar sus bienes, comprobar la eficacia de sus datos contables y el grado de confianza que suscitan a efectos de promover la eficiencia de la administración y lograr el cumplimiento de la política administrativa establecida por la dirección de la empresa.

6.6.2. Clasificación del Control Interno.

De acuerdo con **Leidisara Martínez Calderin**(2001)Los controles internos pueden clasificarse:

- **Por Objetivos:**

Salvaguardia de activos, confiabilidad de los registros contables; preparación oportuna de la información financiera contable; beneficio y minimización de costos innecesarios, evitar expansión al riesgo no intencional, prevención o detención de errores e irregularidades; aseguramiento de que las responsabilidades delegadas han sido descargadas; descargo de responsabilidades legales.

- **Por jurisdicción:** control interno contable; control interno administrativo.

Control Interno Contable: Consiste en los métodos, procedimientos y plan de organización que se refieren sobre todo a la protección de los activos y asegurar que las cuentas y los informes financieros sean contables. Son las medidas que se relacionan directamente con la protección de los recursos, tanto materiales. Como financieros, autorizan las operaciones y

aseguran la exactitud de los registros y la confiabilidad de la información contable.

Control Interno Administrativo: Son procedimientos y métodos que se relacionan con las operaciones de una empresa y con las directivas, políticas e informes administrativos. Son las medidas diseñadas para mejorar la eficiencia operacional y que no tiene relación directa con la confiabilidad de los registros contables.

- **Por métodos:** controles preventivos; controles de detección.
- **Por naturaleza:** controles organizativos, controles de desarrollo de sistemas; controles de autorización e información, controles del sistema de contabilidad; controles adicionales de salvaguardia; controles de supervisión de la administración; controles documentales.

6.6.3. Medidas para lograr un buen Control Interno.

El sistema de control interno de cada empresa está diseñado para satisfacer las necesidades específicas de sus objetivos de organización, operación y dirección, pero existen aspectos generales que deben estar presentes en todos los sistemas, entre los cuales se encuentran los siguientes:

- a) Establecer líneas claras de responsabilidad.
- b) Establecer procedimientos de control para procesar cada tipo de transacción.
- c) Subdivisión de funciones.
- d) Realizar auditorías o comprobaciones internas.
- e) Diseño adecuado de documentos y registros.
- f) Las computadoras y el control interno.
- g) El costo del control.

En base a **María Alejandra Marín de Guerrero**(2009).

6.6.4. Los Componentes o elementos de control interno

El control interno consta de cinco componentes relacionados entre sí. Derivan del estilogerencial y están integrados en el proceso de dirección. Estos componentes, que se representan con independencia del tamaño o naturaleza de la organización, son:

- Entorno de control.
- Evaluación de riesgos.
- Actividades de control.
- Información y comunicación.
- Supervisión.

Estos elementos generan una sinergia y forman un sistema integrado que responde de una manera dinámica a las circunstancias cambiantes del entorno.

Existe una interrelación directa entre las tres categorías de objetivos, que es lo que una entidad se esfuerza por conseguir, y los componentes, que representan lo que se necesita para lograr dichos objetivos. Todos los componentes son relevantes para cada categoría de objetivo.

6.6.5. Qué se puede lograr con el control interno

El control interno puede ayudar a que una organización:

- Consiga sus objetivos de rentabilidad y rendimiento
- Pueda prevenir pérdidas de recursos
- Obtenga información contable confiable
- Refuerce la confianza en que la empresa cumple las leyes y normas aplicables

Resumen: ayuda a que una entidad cumpla con su objetivo evitando o midiendo las dificultades con que se puede encontrar en ese camino.

6.6.6. Factores que suponen un freno a la implementación de un sistema de control interno en la gestión empresarial.

- Resistencia natural que ofrecen los directivos debido a la visión que tienen del sistema de control interno como factor cuya única consecuencia es el incremento de la burocracia en la empresa.
- No desean alentar políticas de control que actúen sobre el ámbito de la gestión de los propios directivos.
- El elevado costo que la implantación de mecanismos de control interno suponen para la empresa.

6.6.7. Quienes deben utilizar el manual de control interno (procedimientos)

- Todos los funcionarios de la entidad deberán consultar este Manual para conocer sus actividades y responsabilidades, evaluando su resultado, ejerciendo apropiadamente el autocontrol; además de presentar sugerencias tendientes a mejorar los procedimientos.
- Los jefes de las diferentes dependencias porque podrán evaluar objetivamente el desempeño de sus subalternos y proponer medidas para la adecuación de procedimientos modernos que conlleven a cambios en el ambiente interno y externo de la empresa para analizar resultados en las distintas operaciones.
- Los organismos de control tanto a nivel interno como externo, que facilitan la medición del nivel de cumplimiento de los procedimientos y sus controles, que han sido establecidos para prevenir pérdidas o desvíos de bienes y recursos, determinando los niveles de eficiencia y eficacia en el logro de los objetivos institucionales; estableciendo bases sólidas para la evaluación de la gestión en cada una de sus áreas y operaciones.

6.6.8. Responsabilidad De Los Jefes De Las Áreas Frente Al Manual De Control Interno

Corresponderá a los Jefes de áreas funcionales, frente a los Manuales de Control Interno:

- Dirigir su diseño, establecimiento, aplicación y control.
- Propender por el cumplimiento y actualización de los Manuales establecidos.
- Detectar las necesidades de creación y actualización de procedimientos de acuerdo a nuevas normas y tecnologías, por medio de un seguimiento permanente.
- Proponer a las oficinas encargadas, los cambios necesarios que lleven a la reestructuración de las áreas y al cumplimiento de los objetivos.

6.6.9. Objetivos del Levantamiento de Procedimientos

Con el levantamiento de procedimientos por parte de los funcionarios se pretenden alcanzar los siguientes objetivos:

- Cumplir con el mandato constitucional y legal de implementar métodos y procedimientos de Control Interno.
- Identificar los trámites de cada operación.
- Identificar las funciones del personal en cada actividad, trámite, proceso, operación o transacción.
- Determinar el tiempo invertido en cada una de las actividades para establecer la duración total del procedimiento.
- Establecer controles para fomentar la descentralización y desconcentración de funciones por medio de una adecuada segregación y planeación de las cargas de trabajo.
- Fomentar la modernización y simplificación de los trámites, evitando demoras, pasos innecesarios y sobre todo costos injustificados.

- Establecer tiempos estándar o promedio para cada paso de un procedimiento, con el fin de detectar las dependencias que demoran los trámites sin justa causa.
- Sentar la base documental para la elaboración de los manuales de Control Interno (Procedimientos y Funciones).
- Estimular la innovación, el constante perfeccionamiento y actualización de los procedimientos.
- Establecer indicadores, estándares, índices o razones válidos para evaluar la gestión.

6.7. MODELO OPERATIVO

El presente trabajo se considera importante por la necesidad que mantiene la empresa Agroindustrial Limache Agrolimache S.A. debido a que el área de comercialización y ventas no disponen de un conjunto de políticas internas adecuado, que permita mejorar la liquidez empresarial.

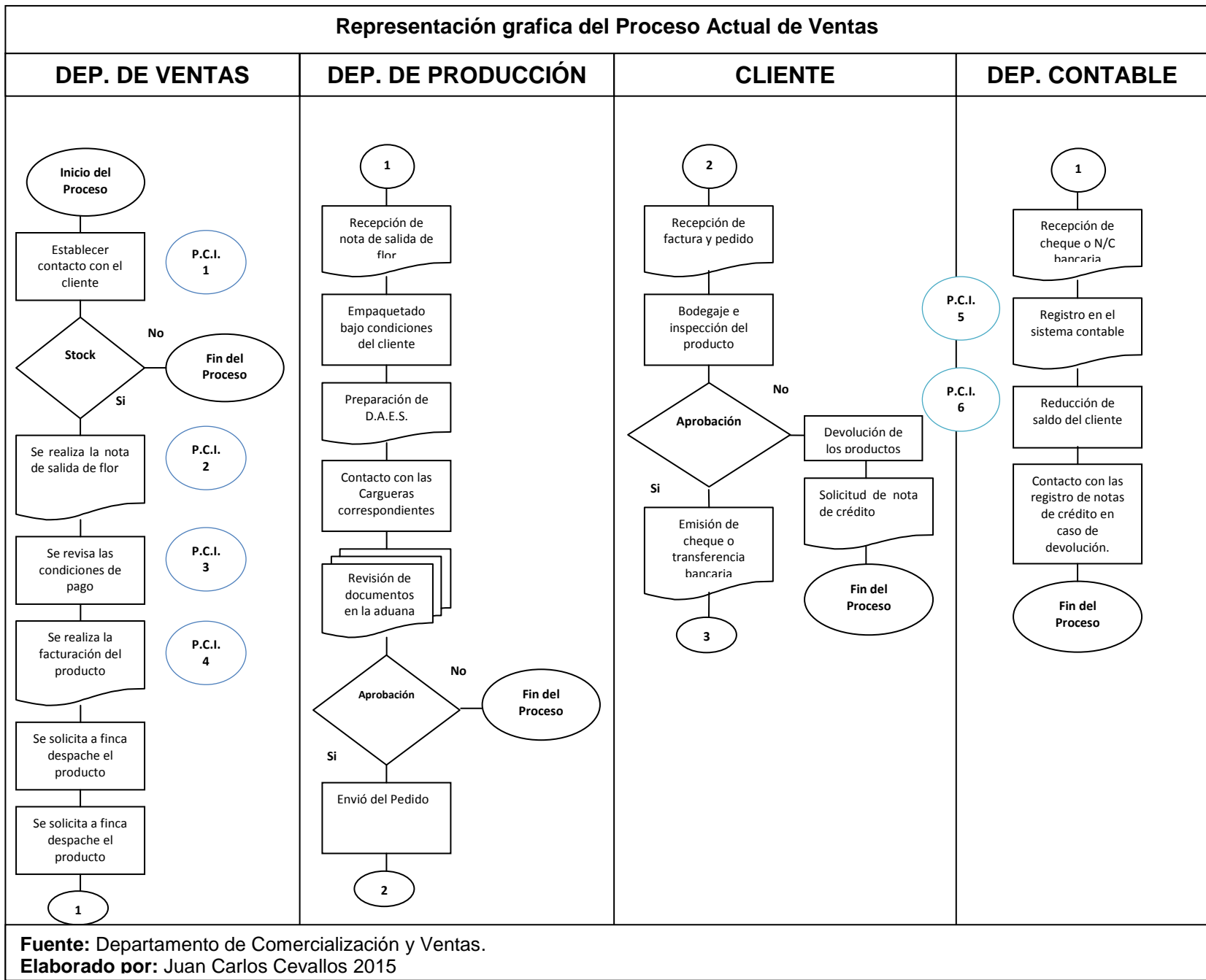
Cabe mencionar que la liquidez es de gran importancia dentro del ámbito empresarial, siendo un elemento de juicio que permite a la administración de la entidad la toma de decisiones acertadas en el momento exacto, definiendo con precisión las necesidades, y, que se pueda desarrollar todas sus actividades con firmeza, reduciendo la necesidad de financiamiento externo, y recaer en retrasos de pago a su personal y proveedores.

FASE 1. Determinación de puntos de control del proceso de comercialización.

En esta fase se observan los procedimientos en el departamento de comercialización, que son llevadas a cabo por la empresa.

El proceso de comercialización debe garantizar a la empresa un sustento suficiente, como para mantener el funcionamiento normal de la empresa, el alcance de objetivos, y el cumplimiento de las obligaciones institucionales.

Con el fin de identificar los puntos críticos que tiene el proceso de comercialización, vamos a partir de la descripción gráfica del procedimiento que se lleva a cabo para comercialización y ventas.



MATRIZ DE HALLAZGOS

DEPARTAMENTO DE VENTAS

CONDICIÓN	CRITERIO	CAUSA	EFECTO	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
P.C.I. 1. No se verifica si existe cartera vencida del cliente.	Inconsistencia en procedimiento de concesión de mercancías a crédito.	El personal del departamento de ventas no realiza adecuadamente la evaluación de la condición del cliente.	Necesidad de financiamiento externo y retraso en pagos futuros.	El personal de ventas, en ciertos casos no realiza una revisión de la cartera vencida de cada cliente.	Se debe capacitar al personal de ventas acerca de los procedimientos para conceder créditos.
P.C.I. 2. No se firma un documento donde garantice el cobro de los valores adeudados a la empresa por conceder mercancías a crédito.	Ausencia de convenios de crédito en algunos clientes.	Condiciones inciertas de pago, al no contar con documentos que garanticen un acuerdo entre las dos partes.	Retrasos en recuperación de cartera, elevado riesgo de recaer en cuentas incobrables.	El personal encargado de establecer contacto con los clientes, no sugiere la firma de convenios para conceder sus mercancías a crédito.	Se debe establecer un convenio entre el cliente y la empresa donde conste las obligaciones y derechos del cliente y la empresa

<p>P.C.I. 3. No se establecen fechas límite de pago</p>	<p>Incierto cronograma de cobro de cartera vencida.</p>	<p>Inadecuado conjunto de normas internas que consideren fechas límites de cobro a clientes.</p>	<p>La empresa no cuenta oportunamente con la liquidez necesaria para llevar a cabo sus actividades.</p>	<p>La empresa no cuenta con una política de ventas a crédito eficaz.</p>	<p>Se debe considerar, establecer una política de ventas a crédito efectiva, que se adapte a las necesidades de la empresa.</p>
<p>P.C.I. 4. En ciertos casos no se solicita autorización de ventas a crédito a gerencia</p>	<p>Ausencia de aprobación por parte de los representantes de la organización.</p>	<p>Los representantes deben tener claro y conocer de las ventas a crédito que se realizan oportunamente.</p>	<p>Desconocimiento por parte de la gerencia de los valores pendientes de cobro exactos.</p>	<p>Desconocimiento por parte de gerencia de ciertas ventas a crédito.</p>	<p>Gerencia debe analizar y tener conocimiento sobre la totalidad de las ventas y emitir su aceptación o rechazo.</p>
<p>P.C.I. 5. No se pactan las sanciones e intereses en caso de retraso de pago.</p>	<p>Ausencia de normas que tengan que aplicar en caso de retrasos en el pago de clientes.</p>	<p>La empresa debe establecer un conjunto de normas sancionatorias en caso de retraso en pagos.</p>	<p>La empresa no recibe una compensación por la demora en cobro a clientes.</p>	<p>La empresa no cuenta con un sistema de cobro de intereses por retraso en la recuperación de cartera.</p>	<p>La empresa debe establecer una sanción en caso de mora por parte de los clientes, aplicar intereses de acuerdo a lo permitido por la ley.</p>

<p>P.C.I. 6. No se entrega oportunamente un presupuesto de cobranza, y cartera vencida por parte del departamento de ventas.</p>	<p>Ineficacia en la entrega de presupuestos de cobranza por parte del departamento de ventas.</p>	<p>Los departamentos administrativos no cuentan con información oportuna.</p>	<p>Existe incertidumbre en los directivos para la toma de decisiones.</p>	<p>El departamento de ventas no emite a los directivos un presupuesto de cobranza a tiempo.</p>	<p>El jefe del departamento de ventas debe entregar oportunamente el presupuesto de cobranza, con el fin de reducir la incertidumbre en los directivos al momento de tomar decisiones.</p>
---	---	---	---	---	--

Tabla N 27: Matriz de Hallazgos.
Elaborado por: Juan Carlos Cevallos 2015

FASE 2. Establecimiento de mecanismos y políticas que se constituyan en actividades de control en el proceso de comercialización.

En la presente etapa vamos a identificar en primer lugar el objetivo del departamento de ventas:

Objetivo:

El departamento de comercialización y ventas es el encargado de comercializar los productos para obtener rendimientos y la máxima utilidad posible, colaborando directamente con el crecimiento institucional.

Actividades de Control para el departamento de Comercialización:

- Se debe capacitar al personal de ventas acerca de los procedimientos para conceder créditos.
- Se debe establecer un convenio entre el cliente y la empresa donde conste las obligaciones y derechos del cliente y la empresa.
- Se debe considerar, establecer una política de ventas a crédito efectiva, que se adapte a las necesidades de la empresa.
- Gerencia debe analizar y tener conocimiento sobre la totalidad de las ventas y emitir su aceptación o rechazo.
- La empresa debe establecer una sanción en caso de mora por parte de los clientes, aplicar intereses de acuerdo a lo permitido por la ley.
- El jefe del departamento de ventas debe entregar oportunamente un presupuesto de cobranza, con el fin de mantener informados a los directivos del movimiento de cartera y por consiguiente reducir la incertidumbre en los directivos al momento de tomar decisiones.

Para lo que se siguiere lo siguiente:

I Paso.Capacitar adecuadamente al personal en temas como:

- Técnicas de Negociación Efectiva.
- Gestión de Crédito y Cobranzas.
- Habilidades efectivas para Recuperación de Cartera.
- Tele cobranzas “Habilidades efectivas para la cobranza telefónica.
- Cobranza pre legal.
- Recaudadores eficientes y eficaces.
- Clínicas de Cobranza y Recuperación.
- Cobranza legal.

II Paso. Establecer convenios documentados entre la empresa y sus Clientes, se puede sugerir el siguiente formato:

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte:, empresa constituida bajo las leyes de la República, debidamente representada por su, con Documento de Identidad N°, domiciliado en su Oficina principal ubicado en, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte S.A., inscrito en la Partida N°..... Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N°, debidamente representado por su Gerente General don, identificado con DNI N° Y señalando domicilio el ubicado en Calle, N°, Urbanización, distrito de, provincia y departamento de

....., República del Perú, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

1.1. Las presentes Condiciones Generales se acuerdan en la medida de ser aplicadas conjuntamente como parte de un Contrato de Compraventa Internacional entre las dos partes aquí nominadas.

En caso de discrepancia entre las presentes Condiciones Generales y cualquier otra condición Específica que se acuerde por las partes en el futuro, prevalecerán las condiciones específicas.

1.2. Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por:

- a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles) y,
- b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.

1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.

1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará valida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: , y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con el artículo

.....

2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de periodo de..... Días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en (Fecha).

A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte o cualquier otro impuesto.

El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms FOB ("Free onBoard") si el envío se hará por vía marítima, o FCA ("Free Carrier", transportación principal sin pagar) si se hará con otra modalidad de transporte.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EI VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado equivalente al CINCUENTA PORCIENTO (50 %) de la

cantidad debitada precio al embarque de los productos, y el restante CINCUENTA PORCIENTO (50 %) después de 15 días de recibidos los productos por parte del comprador.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del Banco del Vendedor en su país de origen, y **EL COMPRADOR** considerara haber cumplido con sus obligaciones de pago cuando las sumas adecuadas hayan sido recibidas por el Banco de **EL VENDEDOR** y este tenga acceso inmediato a dichos fondos.

INTERÉS EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

Si una de las Partes no paga las sumas de dinero en la fecha acordada, la otra Parte tendrá derecho a intereses sobre la suma por el tiempo que debió ocurrir el pago y el tiempo en que efectivamente se pague, equivalente al UNO POR CIENTO (1 %) por cada día de retraso, hasta un máximo por cargo de retraso de QUINCE PORCIENTO (15 %) del total de este contrato.

RETENCIÓN DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SÉPTIMA:

Las Partes han acordado que los productos deberán mantenerse como propiedad de **EL VENDEDOR** hasta que se haya completado el pago del precio por parte de **EL COMPRADOR**.

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado.

Señalando con detalle algunos aspectos que se deba dejar claro, o que

decida enfatizar.

Por ejemplo, si se opta por las condiciones de entrega en la fábrica, EXW, es conveniente aclarar que el costo y la responsabilidad de cargar la mercancía al vehículo, corresponde al comprador.

Hay que recordar que una operación adicional, involucra no solo costos, como el pago a cargadores, si no también conlleva un riesgo intrínseco en caso de daño de la mercadería durante el proceso de carga.

Aunque las condiciones de INCOTERMS son claras, es recomendable discutir y aclarar estos detalles, ya que puede haber desconocimiento de una de las partes.

RETRASO DE ENVÍOS

CLAUSULA NOVENA:

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a **EL VENDEDOR** el pago de daños equivalente al 0,5 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del **EL VENDEDOR** a **EL COMPRADOR**.

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

EL COMPRADOR examinará los productos tan pronto como le sea posible luego de llegados a su destino y deberá notificar por escrito a **EL VENDEDOR** cualquier inconformidad con los productos dentro de 15 días desde la fecha en que **EL COMPRADOR** descubra dicha inconformidad y deberá probar a **EL VENDEDOR** que dicha inconformidad con los productos es la sola responsabilidad de **EL VENDEDOR**.

En cualquier caso, **EL COMPRADOR** no recibirá ninguna compensación por dicha inconformidad, si falla en comunicar al **EL VENDEDOR** dicha situación dentro de los 45 días contados desde el día de llegada de los

productos al destino acordado.

Los productos se recibirán de conformidad con el Contrato a pesar de discrepancias menores que sean usuales en el comercio del producto en particular.

Si dicha inconformidad es notificada por **EL COMPRADOR**, **EL VENDEDOR** deberá tener las siguientes opciones:

- a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador; o.
- b). Reintegrar a **EL COMPRADOR** el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

EL COMPRADOR deberá informar inmediatamente a **EL VENDEDOR** de cualquier reclamo realizado contra **EL COMPRADOR** de parte de los clientes o de terceras partes en relación con los productos enviados o sobre los derechos de propiedad intelectual relacionado con estos.

EL VENDEDOR deberá informar inmediatamente a **EL COMPRADOR** de cualquier reclamo que pueda involucrar la responsabilidad de los productos por parte de **EL COMPRADOR**.

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

No se aplicará ningún cargo por terminación ni a **EL VENDEDOR** ni a **EL COMPRADOR**, ni tampoco ninguna de las partes será responsable, si el presente acuerdo se ve forzado a cancelarse debido a circunstancias que razonablemente se consideren fuera de control de una de las partes.

La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar inmediatamente

a la otra parte.

RESOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberá ser finalmente resueltas por la ley de y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de, a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje de por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

Los encabezados que contiene este acuerdo se usan solamente como referencia y no deberán afectar la interpretación del mismo.

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

Todas las notificaciones realizadas en base al presente acuerdo deberán constar por escrito y ser debidamente entregadas por correo certificado, con acuse de recibo, a la dirección de la otra parte mencionada anteriormente o a cualquier otra dirección que la parte haya, de igual forma, designado por escrito a la otra parte.

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los

términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de....., a los..... Días del mes de..... 201....


.....

.....

EL VENDEDOR

EL COMPRADOR

III Paso. Manual de Procedimientos.

	
Manual de Procedimientos	
Área:	Departamento de Comercialización y Ventas
1. Objetivo:	
<ul style="list-style-type: none">• Establecer políticas de Venta, afines a las condiciones y situación de la organización, con mira al alcance de objetivos institucionales.	
2. Funciones	
<ul style="list-style-type: none">• Servicio al cliente.• Organizar, sincronizar las actividades con el área de producción.• Receptar los pedidos de los clientes.• Emitir y verificar las notas de salida de flor, que estén en base a los requerimientos del cliente.• Realizar la entrega oportuna de informes periódicos.• Solicitar autorización, cuando las ventas se realicen a crédito.• Establecer contacto con empresas cargueras.	

- Recuperación de cartera.
- Documentación y archivo.

3. Características específicas

- Requiere iniciativa y criterio para el ejercicio de las funciones que se realicen.
- Trabajo en equipo entre las diferentes aéreas que conforman la empresa.
- Capacitación constante.

IV Paso. Emisión de Presupuesto Cobranza.

Para la emisión y entrega oportuna de un presupuesto de cobranza, se puede hacer uso de las herramientas tecnológicas, enviando por correo electrónico, presupuestos de cobranza que arroja automáticamente el sistema contable utilizado.

Como ejemplo tomaremos el siguiente esquema que es de similares características del que se maneja internamente en la empresa, considerando que los informes se detallan por semanas.

Nota: los valores que se presentan a continuación son ficticios.

PRESUPUESTO COBRANZA AGROLIMACHE			
			
SEMANA 15		CANCELADO	SALDO PENDIENTE
CLIENTE	VALOR		
BOCA	\$ 48,00		
LOGISTIC FAMRS	\$ 1.345,00		
TOTAL	\$ 1.393,00		
SEMANA 16			
CLIENTE	VALOR		
ACCESS FLOWERS	\$ 110,00		
BOCA	\$ 52,00		
GALLERIA FARMS	\$ 5.200,00		

CANTIKA	\$ 506,00		
FLORIMEX	\$ 5.216,50		
SEMANA 17			
CLIENTE	VALOR		
ELENA FLOWERS	\$ 933,75		
ELENA YAKOVLEVA	\$ 1.500,00		
FANTASY FLW	\$ 3.200,00		
FARM FRESH	\$ 54,00		
FBD IMPORT	\$ 240,00		
STAR TRADING	\$ 4.000,00		
SEMANA 18			
CLIENTE	VALOR		
AMBASSADOR FLW	\$ 4.333,25		
ALBERTO LOPEZ	\$ 580,00		
CONTINENTAL FLW	\$ 382,00		
CHOICE FARMS	\$ 2.500,00		
DIMENTION FLW	\$ 320,00		
EASY FLW	\$ 216,00		
ECUABLOOM	\$ 170,00		
EQUIFLOR	\$ 2.802,25		
FLORA MUNDI	\$ 804,00		
FLORISAM	\$ 128,50		
J V FLOWERS	\$ 494,00		
MAYESH	\$ 286,00		
TOTAL GENERAL	\$ 35.421,25		

V Paso. Mecanismo de negociación de plazos de crédito a clientes

Para considerar plazos máximos de crédito, se debe tomar en cuenta lo siguiente:

Es aquí donde se pone en práctica el Arte de Negociar las Cobranzas Sin Perder Clientes, alcanza lograr una recuperación efectiva con una perspectiva a futuro.

En base a un análisis que se ha efectuado a la cartera de crédito de Agrolimache se pudo observar que, se manejan mayormente plazos superiores a los 60 días. Hecho que afecta sobremanera a la situación actual de la empresa, debido a que a este periodo de espera se le deben

adicionar quince días más, por la situación de los clientes que realizan su pago por cheques, considerando que en Ecuador ese es el plazo que se debe esperar para la efectivización de un cheque de plaza internacional.

Por lo que se propone también que se considere reducir este tiempo de espera acordando con los clientes al momento de la venta, la prórroga de espera no mayor a los treinta días, que son un periodo generoso de espera, y que puede beneficiar a las dos partes, en negociaciones posteriores.

FASE 3. Análisis de la liquidez actual de la empresa.

Los siguientes Cálculos son realizados en base al Estado Financiero que se encuentra como **Anexo N: 2**

Razón Corriente		
Formula		2013
RAZÓN CORRIENTE=	Activo Corriente	\$ 450.893,54
	Pasivo Corriente	\$ 315.992,55
RAZÓN CORRIENTE=		\$ 1,43
INTERPRETACIÓN:		La empresa tiene una razón corriente de 1,43 a 1 en el año 2013. Esto quiere decir, que por cada \$1,00 que la empresa debe a corto plazo, cuenta con \$1,43 para cumplir con sus obligaciones.

Prueba Acida		
Formula		2013
PRUEBA ÁCIDA=	Activo Corriente - Inventarios	450893,54 - 26265,87
	Pasivo Corriente	\$ 315.992,55
PRUEBA ÁCIDA=		\$ 1,34
INTERPRETACIÓN :	Este indicador se interpreta diciendo que la empresa presenta una prueba acida de \$ 1,34. Lo anterior quiere decir que por cada dólar que se debe a corto plazo se cuenta para su cancelación con \$ 1,34 en ACTIVO CORRIENTE de fácil realización sin tener que recurrir a la venta de inventarios. En dichas palabras se trata de establecer qué pasaría si se pararan súbitamente las ventas y se tuvieran que cancelar todos los pasivos corrientes; se eliminan los renglones de existencias o inventarios y se mira a la empresa de una forma estática sin tener en cuenta la continuidad de las operaciones es decir, que no se cuenta con los flujos de fondos de la compañía.	

Capital Neto de Trabajo		
Formula		2013
CAPITAL NETO DE TRABAJO=	Activo Corriente - Pasivo Corriente	450893,54 - 315992,55
CAPITAL NETO DE TRABAJO=		\$ 134.900,99
INTERPRETACIÓN:		El resultado anterior indica el valor que le quedaría a la empresa, representado en efectivo a otros activos corrientes, después de haber pagado todos sus pasivos de corto plazo, en el caso que tuvieran que ser canceladas de inmediato.

FASE 4. Determinación de indicadores que permitan medir el cumplimiento de las políticas de control interno.

Una vez identificados los puntos débiles, es necesario poner una mayor atención, esto se logra mediante la aplicación de medidas de control. Dichas medidas deben ser eficientes y eficaces, que permitan a los administradores reducir el nivel de incertidumbre al momento de la toma de decisiones además de impedir que la empresa no cuente con los recursos suficientes para llevar a cabo sus actividades.

Las características que estos Indicadores deben poseer son:

- Medibles
- Verificables
- De fácil interpretación.

Indicadores de cumplimiento

1. Ventas Realizadas a crédito con Visto Bueno de Gerencia

Ventas Realizadas a crédito con Visto Bueno de Gerencia	
Rango	100%
Formula	
V.R.A.G=	$\frac{\text{Ventas Aprobadas Por Gerencia} \times 100}{\text{Ventas a Crédito}}$
V.R.A.G=	100%
Objetivo:	Lograr que la totalidad de las ventas a crédito que se realicen en la empresa tengan la aprobación de gerencia.

2. Cartera Vencida

Cartera Vencida	
Rango	10%
Formula	
CARTERA VENCIDA=	$\frac{\text{Cobro de Clientes}}{\text{Total de Ventas a Crédito}}$
CARTERA VENCIDA =	10%
objetivo:	Porcentaje de la efectividad de recuperación de cartera por parte del personal de ventas.

3. Cuentas Incobrables

Cuentas Incobrables		
Rango		1%
Formula		
CUENTAS INCOBRABLES =	$\frac{\# \text{ de Clientes que adeudan más de un año}}{\text{Total de Ventas a Crédito}}$	
CARTERA VENCIDA =		1%
Objetivo:		Se consideran cuentas incobrables a los clientes que superan un año de retraso en sus pagos y el objetivo de este indicador es medir el porcentaje de clientes que se mantienen en esta situación.

6.8. ADMINISTRACIÓN

Si bien son cierto todos quienes hacen la organización son los encargados de cumplir con los lineamientos que se indican en el manual de control interno de una organización o segmento de ella, pero la responsabilidad de la administración es ligeramente más relevante, debido a que de ellos depende la supervisión del funcionamiento y cumplimiento.

El control Interno no es sino una herramienta que colaborará a la obtención de objetivos, cuidando de los recursos empresariales y con mira al crecimiento institucional, de la aplicación de dicho sistema depende el éxito de la empresa, pero de la misma manera se debe tomar en consideración que se necesita que los administradores cuenten con los valores éticos y morales suficientes, para exigir a los demás que cumplan con sus competencias.

6.9. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Para lograr la aplicación y diseño de controles internos, se requiere de una constante evaluación y monitoreo. A fin de evitar el riesgo de detección que se denomina en auditoría.

La evaluación deberá ser realizada en base al esquema propuesto, por cuanto se aplicará de manera periódica, es decir de forma mensual o trimestral, con el fin de contar con información fidedigna y sea base para contar con la liquidez necesaria y llevar a cabo las actividades normales de la empresa Agroindustrial Limache Agrolimache S.A.

Bibliografía

- Antonio Orrala Rosales, Cindy Ruidiaz Landivar, Irene Mejillones y José Villon. (2013). *Resumen de NIC Y NIIF*. Santa Elena: Universidad Estatal.
- Briggith Paima y María Villalobos. (2011). *Influencia del sistema de Control Interno del área de compras en la rentabilidad de la empresa AUTONORT TRUJILLO S.A. de la ciudad de Trujillo*. Trujillo: UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO.
- Carmen Isabel Guaman. (2011). *El control interno y su impacto en la gestion administrativa-financiera de mueblaría Rila de la ciudad de Ambato*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Del Toro C; Fonteboa A; Armada E & Santos M. (2005). *II Programa de Preparación Económica para Cuadros*. Habana Cuba: Centro de Estudios Contables Financieros y de seguros (CECOFIS).
- Fernández Collado, C. y G. L. Dankhe. (1989). *La Comunicación Humana: Ciencia Social*. Mexico: McGraw-Hill.
- H Congraso Nacional, La Legislación y Codificación. (1999). *Ley de Compañías*. Quito: H Congraso Nacional.
- Ing. José Luis Hernández Cabrera . (noviembre de 2005). *Gestiopolis*.
Obtenido de
<http://www.gestiopolis.com/canales5/fin/anfinancier.htm>
- Instituto de Investigaciones Contables del Ecuador IICE. (2000). *Normas Ecuatorianas de Contabilidad*. Quito : IICE.
- Investigacion Educativa. (2002). *Fundamentos y Metodología* (primera ed.). Barcelona-España: Iarbor.
- Ivan Puerres. (2011). *Naturaleza de la Auditoría*. Cali: Universidad Javeriana.

- KUHN, T. (2011). *“Administración, Conceptos y Aplicaciones”*. Recuperado el 2013, de http://catarina.udla.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/jofre_g_mg/bibliografia.pdf.
- Leidisara Martínez Calderin. (2001). *El Control Interno: Un medio eficaz para la toma de decisión en el control de la gestión*. Buenos Aires: Universidad de Cienfuegos.
- Luis Medina F, Arnaldo Herrera, y Galo Naranjo L. (2004). *Tutoría de la Investigación Científica*. Quito, Ecuador: ISBN.
- María Alejandra Marín de Guerrero. (2009). *NUEVOS CONCEPTOS DE CONTROL INTERNO*. Quito: Sistemas Administrativos de información Contable.
- María Belén Panches. (2011). *Diseño e implementación de un plan de evaluación de control interno basado en la administración de riesgos para los subprocesos aplicables al proceso de tesorería en Industrias Ales C.A. de la ciudad de Quito*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana sede Quito.
- Paulo Nunes. (26 de agosto de 2012). *knoow*. Obtenido de <http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestionfinanciera.htm>
- Ph. D. Víctor Hugo Abril Porras. (2008). *Elaboración y Evaluación de Proyectos de investigación*. Ambato: Univesidad Técnica de Ambato.
- PRO ECUADOR Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2013). *Análisis Sectorial de Flores*. Quito: PRO ECUADOR Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
- Roberto Hernadez CF, Pilar Baptista. (2003). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill.

S.R.I. (2011). *Ley de regimen tributario Interno*. Quito: Servicio de rentas Internas Ecuador.

Sabino, C. (1992). *El Proceso de Investigación*. Caracas: Panapo, Caracas, 1992, 216 págs.

Torres T, Riu R & Ortiz A. (2011). *Gestión de de la iquidez*. washintong: Idec Pompeu Fabra.

William L.Chapman . (1965). *Procedimientos de Auditoría*. Buenos Aires: Colegio de Graduados en Ciencias Económicas de la Capital Federal.

ANEXOS

ANEXO N: 1 ESTADO DE RESULTADOS

AGROLIMACHE S.A ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS Del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 2013

CÓDIGO	CUENTA		
4.	CUENTAS DE RESULTADOS DEUDORAS		474.290,63
4.1.	COSTOS Y GASTOS		377.045,49
4.1.1.	COSTOS Y GASTOS DIRECTOS	377.045,49	
4.2.	GASTOS DE VENTA		30.556,64
4.2.1.	GASTO DE PERSONAL	19.714,34	
4.2.2.	OTROS GASTOS PERSONAL VENTAS	964,09	
4.2.3.	OTROS GASTOS DE VENTAS	9.878,21	
4.3.	GASTOS ADMINISTRATIVOS		25.057,76
4.3.1.	GASTOS DE PERSONAL	8.149,69	
4.3.2.	OTROS GASTOS DE PERSONAL ADM.	1.096,91	
4.3.3.	IMPUESTOS	463,35	
4.3.4.	OTROS GASTOS	15.347,81	
4.4.	GASTOS FINANCIEROS		41.630,74
4.4.1.	INTERESES	35.581,64	
4.4.2.	SERVICIOS	6.049,10	
4.4.3.	OTROS GASTOS FINANCIEROS	-	
4.5.	OTROS GASTOS NO OPERACIONALES		-
5.	CUENTAS DE RESULTADO ACREEDORA		435.353,92
5.1.	INGRESOS OPERACIONALES		435.108,65
5.1.1.	VENTAS	434.242,67	
5.1.2.	OTROS INGRESOS OPERACIONALES	865,98	
5.2.	INGRESOS FINANCIEROS		13,78
5.2.1.	INTERESES	13,78	
5.2.2.	INGRESOS	-	
5.3.	OTROS INGRESOS NO OPERACIONALES		231,49
5.3.20	Otros Ingresos No Operacionales	231,49	
UTILIDAD O PÉRDIDA			(38.936,71)

.....
DR. FRANKLIN CARRASCO
CONTADOR GENERAL

.....
ING. FERNANDO MIÑO
REPRESENTANTE LEGAL

ANEXO N: 2 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

AGROLIMACHE S.A. ESTADO DE SITUACIÓN FINAL Al : 31 de Diciembre del 2013

CÓDIGO	CUENTA		
1.	ACTIVO		574.151,29
1.1.	ACTIVO CORRIENTE		450.893,54
1.1.1.	ACTIVO DISPONIBLE	109.006,74	
1.1.2.	EXIGIBLE	315.620,93	
1.1.3.	REALIZABLE	26.265,87	
1.2.	ACTIVO FIJO		43.003,01
1.2.1.	ACTIVOS FIJOS NO DEPRECIABLE	-	
1.2.2.	ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES	43.003,01	
1.3.	ACTIVOS DIFERIDOS		77.633,27
1.3.1.	CARGOS Y GASTOS DIFERIDOS	77.633,27	
1.4.	OTRAS CUENTAS DEL ACTIVO		2.621,47
1.4.2	Corpei	2.621,47	
	TOTAL ACTIVO		574.151,29
2.	PASIVO		502.903,92
2.1.	PASIVO CORTO PLAZO		315.992,55
2.1.1.	CUENTAS POR PAGAR	172.100,98	
2.1.2.	CUENTAS POR PAGAR ACCIONISTAS	-	
2.1.3.	PARTICIPACION TRABAJADORES	-	
2.1.4.	RETENCIONES	4.759,33	
2.1.5.	IMPUESTOS	-	
2.1.6.	CUENTAS POR PAGAR VARIAS	6.348,62	
2.1.7.	DOCUMENTOS POR PAGAR	104.585,56	
2.1.8.	OTROS PASIVOS CORTO PLAZO	28.198,06	
2.2.	PASIVO LARGO PLAZO		186.911,37
2.2.10	Préstamos Bancarios L.p.	166.237,28	
2.2.20	Prestamos De Terceros L.p.	20.674,09	
2.9.	OPERACIONES EN TRAMITE		-
	TOTAL PASIVO		502.903,92
3.	PATRIMONIO		40.542,04
3.1.	CAPITAL SUSCRITO		900,00
3.1.01.	CAPITAL SUSCRITO PAGADO	900,00	
3.1.02.	CAPITAL SUSCRITO NO PAGADO	-	
3.2.	APORTES FUTURA CAPITALIZACIÓN		69.642,04
3.2.02	Ap.fut.cap.fernando Vivero	13.214,01	
3.2.03	Ap.fut.cap. Fernando Miño	43.214,02	
3.2.04	Ap.fut.cap. Galo Miño	13.214,01	
3.3.	RESERVAS		-
3.4.	RE EXPRESIÓN MONETARIA		-

3.5.	RESULTADOS		(30.000,00)
3.5.01.	UTILIDADES	-	
3.5.02.	PERDIDAS ACUMULADAS DE EJERCICIOS ANTERIORES	(30.000,00)	
	RESULTADO DEL EJERCICIO		(38.936,71)
	TOTAL PATRIMONIO		71.247,37
	-		
	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		574.151,29

.....
ING. FRANKLIN CARRASCO
CONTADOR GENERAL

.....
ING.FERNANDO MIÑO
REPRESENTANTE LEGAL

ANEXO N: 3 R.U.C.

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES



NUMERO RUC: 1891725244001
RAZON SOCIAL: AGROINDUSTRIAL LIMACHE AGROLIMACHE S.A.

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001 ESTADO ABIERTO MATRIZ FEC. INICIO ACT. 29/01/2008

NOMBRE COMERCIAL: AGROLIMACHE S.A.

FEC. CIERRE:

FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

CULTIVO DE FLORES EN VIVEROS

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: MATRIZ Calle: SARAGOZA Número: 01-101 Intersección: VALENCIA
Referencia: A UNA CUADRA DE LA PLAZA DE TOROS Telefono Trabajo: 032415733 Telefono Trabajo: 032843144 Email:
vmarino@grupoherradura.com Fax: 032843627 Telefono Trabajo: 032843125

No. ESTABLECIMIENTO: 002 ESTADO ABIERTO LOCAL COMERCIAL FEC. INICIO ACT. 27/02/2008

NOMBRE COMERCIAL: AGROLIMACHE S.A.

FEC. CIERRE:

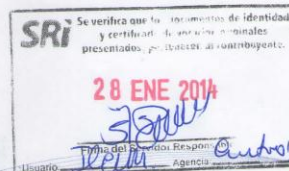
FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

CULTIVO DE FLORES EN VIVEROS

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: COTOPAXI Cantón: LATACUNGA Parroquia: MULALO Calle: PRINCIPAL Número: S/N Referencia: FRENTE A
ACEROPAXI Telefono Trabajo: 032719074 Fax: 032719074 Email: contalimache@grupoherradura.com



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

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

Usuario: ICEVALLOS

Lugar de emisión: AMBATO/BOLIVAR 1560

Fecha y hora: 28/01/2014 08:27:03

ANEXO N: 4 CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



ENCUESTA

Datos informativos

Lugar: _____

Fecha: _____

Nombre del investigador: Juan Carlos Cevallos.

Objetivo: Determinar cómo afecta las políticas de Control Interno del departamento de Comercialización y la liquidez a la empresa Agrolimache S.A.

Instrucciones:

- Por favor ayúdenos, leyendo detenidamente las preguntas y responda en base a la información de la empresa.
- Por favor marque una X en la respuesta que usted considere correcta.
- Considere que la información proporcionada será de gran ayuda para impulsar el crecimiento institucional.

Cuestionario:

1. ¿La empresa dispone de un manual de procedimientos para el departamento de ventas?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

2. ¿Se realizan análisis de riesgo de los clientes antes de conceder créditos?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

3. ¿Se realizan confirmaciones de saldos a los clientes?

SI	
NO	

4. ¿Se confirman los datos de los clientes antes de conceder los créditos?

SI	
NO	

5. ¿Existen montos máximos de concesión de créditos?

SI	
NO	

6. ¿Se realizan análisis de antigüedad de saldos?

SI	
NO	

7. ¿Existe un responsable de aprobar los créditos a clientes?

SI	
NO	

8. ¿Considera que los plazos de recuperación de cartera están de acuerdo a las condiciones financieras de la empresa?

SI	
NO	

9. ¿Considera usted que se deba adoptar un nuevo conjunto de políticas de recuperación de valores para el departamento de comercialización?

SI	
NO	

10. ¿Se tiene en cuenta qué para realizar cobro a clientes por cheques de plazas internacionales se debe esperar varios días para que se efectivice?

SI	
NO	

11. ¿Conoce usted si la empresa mantiene clientes en mora?

SI	
NO	

12. ¿Sabe usted si se maneja periódicamente un presupuesto de cobranza dentro de la organización?

SI	
NO	

13. ¿Conoce usted si la empresa ha atravesado por problemas de iliquidez?

SI	
NO	

14. ¿La empresa realiza un análisis de liquidez constantemente?

SI	
NO	

15. ¿Considera usted que los pagos y obligaciones que debe realizar la empresa se están realizando con normalidad?

SI	
NO	

16. ¿Se necesita utilizar financiamiento para cubrir pagos y obligaciones habitualmente?

SI	
NO	

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