



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

**Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Ingeniería en
Contabilidad y Auditoría CPA.**

**“PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO AL PROCESO
DE COMERCIALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA
RENTABILIDAD DE LA EMPRESA BAZAR Y PAPELERÍA LA
TRANCA EN EL AÑO 2013”**

AUTORA

Celia Mercedes Lesano Ilbay

TUTORA

Dra. Jasmina Salazar

AMBATO – ECUADOR

2015

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN.

CERTIFICA:

Yo, Jazmina Salazar Arroba, CI: 1802960763 en mi calidad de Tutora del trabajo de investigación sobre el tema **“PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO AI PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA BAZAR Y PAPELERIA LA TRANCA EN EL AÑO 2013”**, desarrollado por Lesano Ilbay Celia Mercedes, egresada de la carrera de Contabilidad y Auditoría considero que dicho informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios.

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

Ambato, 14 de Mayo del 2015


TUTORA:

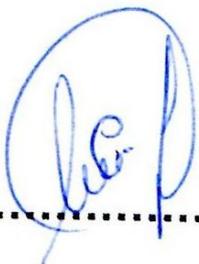
Dra. Jasmina Salazar

AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Yo, Celia Mercedes Lesano Ilbay con C.I 1803384237, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Trabajo de Graduación **“PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO AI PROCESO DE COMERCIALIZACION Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA BAZAR Y PAPELERIA LA TRANCA EN EL AÑO 2013”** es original en tal virtud la responsabilidad del contenido de esta investigación, para efectos legales y académicos son de exclusiva responsabilidad del autor y el patrimonio intelectual de la misma Universidad Técnica de Ambato; por lo que autorizo a la biblioteca de la Facultad de Contabilidad y Auditoría para que haga de esta tesis un documento disponible para la lectura y publicación según las Normas de la Universidad.

Ambato, 14 de Mayo del 2015

AUTOR

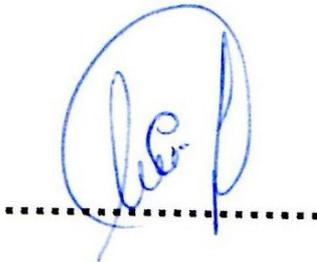


Celia Mercedes Lesano Ilbay

CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales de este trabajo de Investigación sobre el tema: “Procedimientos de Control Interno al proceso de comercialización y su incidencia en la rentabilidad de Bazar y Papelería la Tranca en el año 2013”, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro

Ambato 14 de mayo del 2015



AUTOR

Celia Mercedes Lesano Ilbay

APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO

“El tribunal de grado aprueba el trabajo de graduación, sobre el tema: “PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO AL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN Y SI INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE BAZAR Y PAPELERÍA LA TRANCA EN EL AÑO 2013”, elaborado por Lesano Ilbay Celia Mercedes, estudiante de la carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

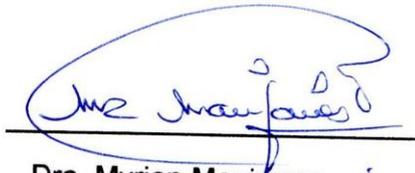
Ambato, mayo de 2015

Para constancia firman.



Eco. Diego Proaño, Mg.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Dra. Myrian Manjarrez

Miembro del tribunal



Dr. Marco Guachimboza

Miembro del tribunal

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mi Dios que fue mi guía en cada paso dado, ya que sin sus bendiciones no hubiese sido posible su culminación, a mi madre por enseñarme que con esfuerzo todo se puede, a todos y cada uno de mis compañeros de la Universidad, que pusieron su granito de arena para este logro, en especial a mi compañera Silvia, a mi hermana Martha, por estar ahí en cada dificultad, a mi hijo Alejandro por su amor incondicional, por ser un pilar y fuente de inspiración, a Marco por estar a mi lado a pesar de las dificultades, por su amor y entrega.

AGRADECIMIENTO

A mi amado Dios mi señor, que día a día guio mi camino, que me dio fuerzas en los momentos más difíciles, que con su infinita presencia me brindó su ayuda por medio de personas bondadosas, me colmó de bendiciones, me dio sabiduría cuando I e pedí gracias señor.

A mi madre por ser un ejemplo de lucha, a mi hermana Martha por su ayuda desinteresada, por sus sabios consejos, pero sobre todo por enseñarme que cuando se confía en Dios todo es posible.

A mi hijo Alejandro por ese amor tan grande y por ser mi fortaleza, y comprenderme en aquellos momentos que estuve ausente.

A la Universidad Técnica de Ambato, en especial a la Facultad de Contabilidad y Auditoría, a todos y cada uno de mis profesores a lo largo de los años de estudio.

A la Doctora Jazmina Salazar por sus conocimientos entregados , por su valioso aporte para la culminación de este trabajo.

A mis compañeros de la Universidad por ser un apoyo en cada una de las actividades desarrolladas para lograr este objetivo, y todas aquellas personas que no he podido nombrar, mi agradecimiento infinito todos ustedes.

Gracias muchísimas gracias

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN.....	II
AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	III
CESIÒN DE DERECHOS DEL AUTOR.....	IV
APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	V
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XIV
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XV
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	2
EL PROBLEMA	2
1.1. Tema de Investigación	2
1.2. Planteamiento del Problema	2
1.2.1. Contextualización	2
1.2.1.1. Contexto Macro	2
1.2.1.2. Contexto Meso	3
1.2.1.3 Contexto Micro	4
1.2.2. Análisis Crítico.....	6
Causa – Efecto.....	8
1.2.3. Prognosis	8
1.2.5. Interrogantes	9
1.2.6. Delimitación Del Problema	9
1.3. Justificación.....	10
1.4. OBJETIVOS	11
1.4.1. Objetivo general.	11
1.4.2. Objetivos Específicos.	11
CAPITULO II.....	12
MARCO TEÓRICO	12
2.1. Antecedentes Investigativos.....	12

2.2 Fundamentación Filosófica.....	14
2.2.1 Fundamentación epistemológica:	15
2.2.2 Fundamentación Ontológica:	15
2.2.3. Fundamentación axiológica	15
2.3. Fundamentación legal	16
2.4 Categorías Fundamentales	21
2.4.2. Marco Conceptual Variable Dependiente: Rentabilidad	33
2.5. Hipótesis	38
2.6. Señalamiento de Variables.....	38
CAPITULO III.....	39
METODOLOGIA.....	39
3.1 Modalidad básica de la investigación	39
3.2 . Nivel o Tipo de Investigación.....	39
3.2.1 Investigación exploratoria.....	40
3.2.2 Investigación descriptiva	40
3.2.3 Investigación correlacional	41
3.2.4 Investigación explicativa.....	41
3.3 . Población y Muestra.....	42
3.3.1 Población	42
3.3.2 Muestra	43
3.4. Operacionalización de Variables	44
3.5. Plan de recolección de información.....	48
3.5.1. Recolección de información.....	48
3.6. Plan de procesamiento y análisis	49
3.6.1. Plan de procesamiento de la información	49
3.6.2. Plan de análisis e interpretación de resultados.....	50
CAPITULO IV	51
ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	51
4.3 Verificación de hipótesis.....	70
4.3.1 Simbología	70
4.3.5 Nivel de Significancia	72
4.3.6 Grados de Libertad.....	72

4.3.7 Nivel de significancia y Grados de Libertad	72
4.3.9 Fórmulas	73
4.3.10 Media Aritmética.....	73
4.3.11 Desviación estandar	73
4.3.12. “T” de Student	74
4.3.13. Cálculo Estadístico	74
4.3.15. Condición	75
4.3.16. Conclusión	75
CAPITULO V	77
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	77
5.1. Conclusiones.....	77
5.2 Recomendaciones.....	78
CAPÍTULO VI	79
PROPUESTA	79
6.1. Datos informativos.....	79
6.1.1 Tema:.....	79
6.1.2 Institución ejecutora:.....	79
6.1.3 Beneficiarios:.....	79
6.1.4 Ubicación Geográfica	79
6.1.6 Equipo Técnico Responsable	80
6.1.7 Costo de la propuesta	80
6.2 Antecedentes investigativos.....	81
6.3. Justificación.....	82
6.4.1 Objetivo General	83
6.4.2 Objetivo Específicos	83
6.5.1 Factibilidad Técnica.....	84
6.5.3. Legal	84
6.6. Fundamentación.....	84
6.6.1. Control al proceso de comercialización	84
6.6.1.1. Evaluación del control Interno	86
6.6.1.2. Concepto de Control Interno.....	86
6.6.1.3. Componentes del Control Interno	86

6.6.1.7. Procesos de comercialización	90
6.7. Metodología. Modelo operativo	92
6.7.1 Fase I: Diagnostico interno y análisis de control interno	93
6.7.1.1 Diagnostico Interno.....	93
6.7.2 Fase II	116
6.7.2.1 Análisis Financiero	116

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: MATRIZ DE POBLACIÓN	42
Tabla 2: Matriz de la Muestra	43
Tabla 3: Operacionalización de la Variable Independiente: Control Interno al Proceso de Comercialización.....	44
Tabla 4 Operacionalización de la Variable Dependiente: Rentabilidad	46
Tabla 5: Establecimiento de Políticas de control Interno.....	52
Tabla 6 Sistema Contable.....	53
Tabla 7 :Periodicidad de tomas en físicas en bodega.....	54
Tabla 8: Mercadería organizada de manera correcta.....	55
Tabla 9: Manual de personal de ventas	56
Tabla 10: Control de entradas y salidas de mercadería	57
Tabla 11: Documento de erogaciones de dinero de las venta.....	58
Tabla 12: Documento soporte de las ventas realizadas.....	59
Tabla 13: Arqueo de cala.....	60
Tabla 14: Créditos a los clientes	61
Tabla 15: Lista de precios vigente	62
Tabla 16: Políticas de control de rentabilidad para las ventas.....	63
Tabla 17: Rendimiento de activos.....	64
Tabla 18: Beneficios de patrimonio invertido.....	65
Tabla 19: Como se establece el margen de utilidad.....	66
Tabla 20: Uso eficiente de activo	67
Tabla 21:Tipo de inversión.....	68
Tabla 22: Análisis de rentabilidad	69
Tabla 23: Equipo Técnico Responsable.....	80
Tabla 24: Recursos Materiales	80
Tabla 25: La mezcla de los mercados y las 4ps.....	90
Tabla 26: Metodología modelo Operativo	92
Tabla 27: Artículos.....	93
Tabla 28: Cuestionario de Ambiente de Control.....	103
Tabla 29: Riesgo y confianza de entorno de control	104

Tabla 30: Cuestionario de Valoración de Riesgos	105
Tabla 31: Riesgo y confianza de ambiente de control.....	106
Tabla 32: Actividades de Control	107
Tabla 33: Riesgo y confianza de actividades de control.....	108
Tabla 34: Cuestionario de Información y Comunicación	109
Tabla 35: Riesgo y confianza de Información y comunicación	110
Tabla 36: Cuestionario de Supervisión y Monitoreo	111
Tabla 37: Riesgo y confianza de Supervisión y Monitoreo	112
Tabla 38: Hoja Hallazgo 1.....	113
Tabla 39: Hoja Hallazgo 2.....	114
Tabla 40: Hoja Hallazgo 3.....	115
Tabla 41: Análisis Vertical Estado De Situación Financiera	116
Tabla 42: Análisis Horizontal Estado de Situación Financiera.....	118
Tabla 43: Análisis Vertical Estado de resultados	120
Tabla 44: Análisis horizontal estado de resultados	121

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: El árbol de Problemas	6
Gráfico N° 2: Superordinación conceptual de variables	21
Gráfico N° 3 subordinación de la variable Independiente	22
Gráfico N° 4: Subordinación de la Variable Dependiente.	23
Gráfico N° 5: Establecimiento de Políticas de control Interno	52
Gráfico N° 6: Sistema Contable	53
Gráfico N° 7: Periodicidad de toma física en bodega en bodega	54
Gráfico N° 8: Mercadería organizada de manera correcta	55
Gráfico N° 9: Manual personal de ventas.....	56
Gráfico N° 10: Control de entradas y salidas de mercadería.....	57
Gráfico N° 11: Documento de erogaciones de dinero de las ventas	58
Gráfico N° 12: Documento soporte de ventas realizadas	59
Gráfico N° 13: Arqueo de caja	60
Gráfico N° 14: Créditos a los clientes.....	61
Gráfico N° 15: Lista de precios vigente	62
Gráfico N° 16: Políticas que controlen la rentabilidad para las venta	63
Gráfico N° 17: Rendimiento de activos	64
Gráfico N° 18: Beneficio de patrimonio invertido	65
Gráfico N° 19: Como se establece margen de utilidad	66
Gráfico N° 20: Uso eficiente de activo.....	67
Gráfico N° 21: Tipo de inversión	68
Gráfico N° 22: Análisis de rentabilidad.....	69
Gráfico N° 23: Determinación “t” Student.....	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama Estructural Empresarial	94
Figura 2: Organigrama Funcional Empresarial.....	95
Figura 3: Proceso de registro de gastos	127
Figura 4: Proceso compra de mercadería	128
Figura 5: Proceso de pago a proveedor	129
Figura 6: Proceso de contabilización de la venta	130
Figura 7: Proceso de contabilización de venta.....	131

RESUMEN EJECUTIVO

La realización de la presente investigación, ha sido elaborada para demostrar una aplicación adecuada de procedimientos de Control Interno al proceso de comercialización a través del método Coso, para el incremento de la rentabilidad, con la finalidad de evaluar todos los procesos realizados por la empresa que estos coincidan con los objetivos establecidos.

Contar con apropiados procedimientos de control interno a los Procesos de Comercialización, es trascendental, ya que mediante su aplicación correcta, se podrá evaluar y controlar la comercialización, evaluar a los vendedores respecto si cumplen con los objetivos de ventas, políticas administrativas, volumen de ventas, cobertura de clientes, nivel de distribución, clientes nuevos, segregación de funciones, los mismos que servirán de base para el incremento de la rentabilidad. El objetivo del modelo Coso es garantizar la detección de riesgos operativos dentro del proceso de comercialización.

El presente trabajo investigativo propone encontrar una solución al problema planteado, para poder aportar con soluciones a los problemas detectados en la Empresa.

INTRODUCCIÓN

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

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

Capítulo II: Marco Teórico.- Hace referencia a los antecedentes investigativos, como trabajo de investigación, debe tener una fundamentación que sustente su realización, por la cual se indica la fundamentación filosófica y legal

Se establecen también la categorización de las variables motivo de estudio y en el marco conceptual que es la fundamentación teórica y documental, la misma que servirá para que los beneficiarios del proyecto conozcan de manera más amplia y clara del trabajo

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

Capítulo IV: Análisis e interpretación de datos.- Se presenta a través de tablas y gráficos estadísticos, con el análisis de los resultados se ha logrado descifrar datos y verificar la hipótesis.

Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones.- corresponde a las conclusiones y recomendaciones para la aplicación de la propuesta y las conclusiones de los resultados que se desea lograr.

Capítulo VI: La Propuesta.- contiene datos informativos, antecedentes de la propuesta, la justificación, los objetivos, el análisis de factibilidad, la fundamentación, la metodología, el modelo operativo, la previsión de la evaluación, fuentes viales de referencia y los anexos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. Tema de Investigación

“Procedimientos de Control Interno al proceso de comercialización y su incidencia en la rentabilidad en la empresa Bazar y Papelería la Tranca en el año 2013”

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1. Contextualización

1.2.1.1. Contexto Macro

En nuestro país debido a su crecimiento económico y empresarial va haciéndose cada día necesario la segregación de funciones a los empleados por parte de los propietarios, toda esta problemática ha llevado a la necesidad de crear procedimientos de control para todos los procesos desarrollados dentro de la misma, con el fin de salvaguardar sus recursos, disminuir el riesgo de fraudes y que la información financiera tenga una seguridad razonable, todo esto pone de manifiesto la necesidad de crear e implementar procedimientos de control interno para poder responder a nuevos retos a lo que se tiene que enfrentar todas y cada una de las organizaciones para tener ventaja competitiva frente a las demás.

En nuestro país como el resto del mundo la compra y venta de bienes y servicios es la base fundamental para el desarrollo de toda empresa comercial, de ahí radica la importancia de implementar procedimientos de control interno sobre todo para los procesos de comercialización, esto

permitirá a las organizaciones evitar que se reduzca su rentabilidad y evitar pérdidas futuras, debido a que el control y manejo adecuado de todos los procesos ejecutados por la entidad , ha resultado ser una de las tareas más difíciles y complejas , para todo esto es necesario que las empresa, desarrollen estrategias para evitar este tipo de problemas.

Toda esta problemática nos conlleva a la aplicación de procesos y políticas de control interno, esto permitirá proporcionar el momento de realizar los procesos de comercialización a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales o potenciales pretendiendo como objetivos fundamentales incrementar la cuota de mercado, la rentabilidad y el crecimiento de las cifras.

En las organizaciones la aplicación de un adecuado control a los procesos de comercialización ha dado como resultado, la detección de falencias en los diferentes procesos desarrollados dentro de la misma, lo que ha beneficiado a la empresa en varios aspectos, agilidad en las ventas reduce los altos costos financieros por el mantenimientos por el exceso de inventario, capital mínimo invertido, aumento en su rentabilidad, fidelidad de sus clientes.

1.2.1.2. Contexto Meso

Tungurahua tierra de oportunidades, denominada así debido a su gente emprendedora, siendo de gran notoriedad sobre todo en Ambato, ciudad netamente comercial, debido a que existen un alto número de grandes y medianas empresas de alta competencia y generación de puestos de trabajo.

Según datos del Banco Central el PIB de Ecuador en el 2013 fue de 4,5 %,las principales actividades económicas que aportaron a este comportamiento fueron, otros servicios 34%, Comercio 11%, Manufactura 11%, Petróleo y Minas 10%,Construcción 10%, Agropecuario 10%.

De acuerdo al último censo realizado en el 2010 la población económicamente activa de la provincia del Tungurahua se encuentra centrada en las empresas comerciales con un porcentaje del 21,2% y entre las empresas tungurahueses que generan mayores ingresos están las que comercializan productos al por mayor y menor con un porcentaje del 54,7%.

Los cambios culturales así como los tecnológicos exigen a las organizaciones que se dedican a expender productos a buscar nuevas alternativas de comercialización para realizar con mayor eficiencia y eficacia el desarrollo de las actividades operacionales y comerciales, motivo por el cual deben implementar herramientas necesarias para el logro de sus objetivos

En varios centros de expendio de útiles escolares que pertenecen a empresas comerciales de Tungurahua, dedicadas a la venta al por mayor y menor de útiles escolares, se observa que la mayoría presenta una deficiente aplicación de procedimientos control interno en el proceso de comercialización, lo que genera que exista un inadecuado desarrollo de todas las actividades y por ende existan pérdidas económicas y reducción de su rentabilidad.

La adecuada aplicación de procedimientos de control interno ayudará a que las organizaciones desarrollen los procesos de comercialización de una manera eficaz según las directrices marcadas por la dirección.

1.2.1.3 Contexto Micro

En el cantón Ambato existen varias librerías entre pequeñas y grandes que se dedican a la venta de material didáctico y en su la tiene deficientes procedimientos de control interno en los procesos de comercialización, y este es el caso de la empresa bazar y papelería **“LA TRANCA** debido a que su crecimiento se ha fundamentado en principios y valores más humanos-tradicionales que técnicos.

La empresa bazar y papelería “**LA TRANCA**” se dedica a la venta y distribución de material didáctico suministros de oficina, artículos de bazar y servicios extras, y se ha caracterizado por dar un servicio completo, se encuentra ubicada de Ambato en la calle Juan Benigno Vela entre Tomás Sevilla y Espejo, fue fundada en el año de 1962, gracias a la actitud visionaria y de emprendimiento de Don Freddy Naranjo que conjuntamente con su esposa e hijos lograron sacar adelante esta prospera empresa

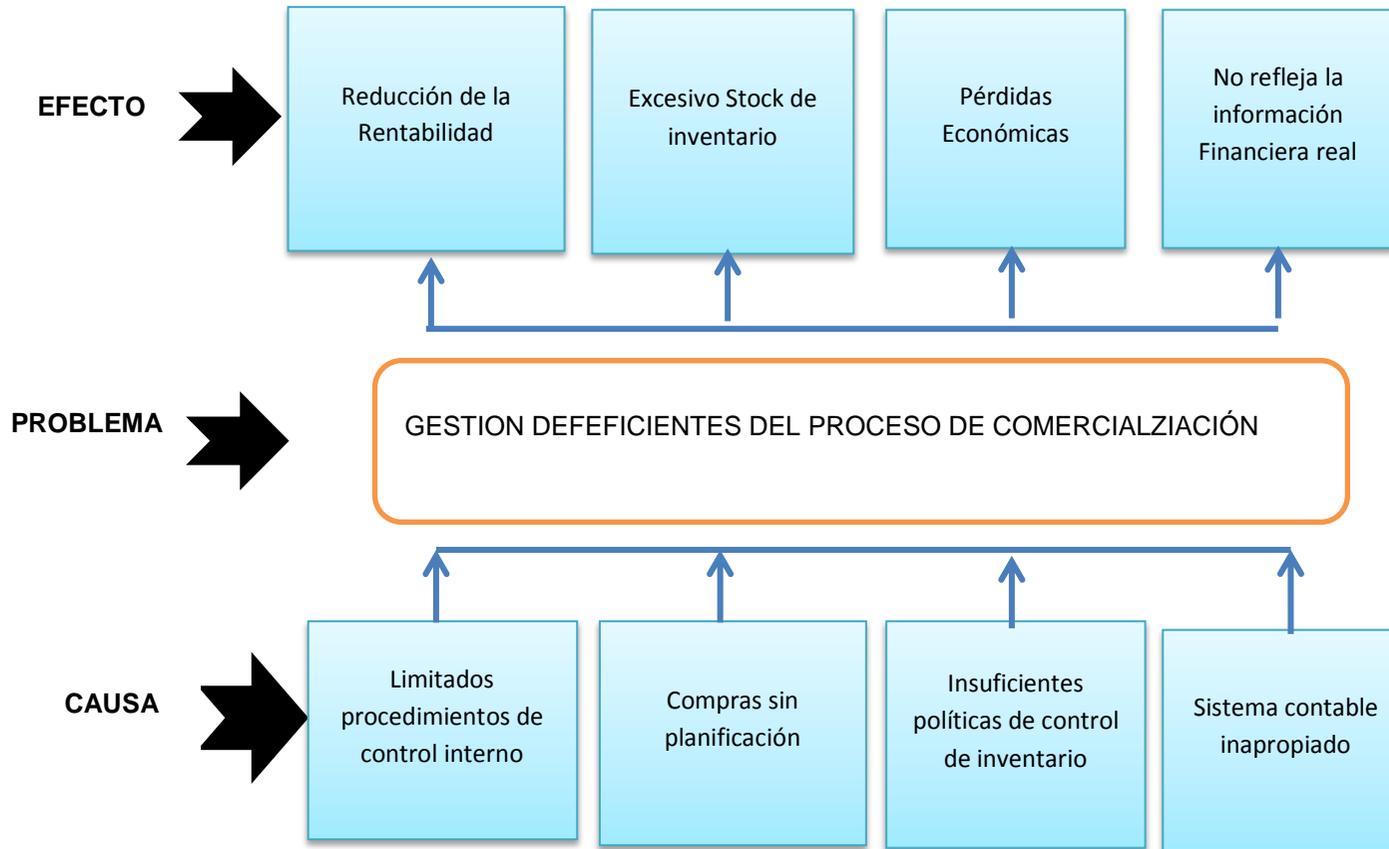
Hoy en día laboran en la empresa bazar y papelería “**LA TRANCA**”, 12 personas , gracias a la aceptación de los clientes por la calidad de su productos y el servicio y el apoyo sostenido de sus proveedores y también al entusiasmo y entrega de su personal, hoy es una empresa líder en la distribución y venta de artículos escolares y de bazar, se distribuyen más de 50 marcas nacionales y extranjeras relacionadas con material escolar, además se expende de artículos de bazar lo que le convierte en una de las librerías más completas del centro del país

Uno de los principales problemas a que se enfrenta bazar y papelería “**LA TRANCA**” es su inadecuado sistema de control interno para los procesos de comercialización, su ineficiente aplicación ha provocado que sus recursos económicos se vean afectados, dando lugar que el personal no tenga la suficiente capacitación para la administración de los productos, a que no exista una planificación adecuada al momento de realizar las compras, fijación de precios adecuados, promover y distribuir productos y servicios acorde a las necesidades de los consumidores, falta de espacio físico para los inventarios, todo esto conlleva a que se reduzca la rentabilidad de la empresa.

En vista de que la comercialización de sus productos es la razón de ser de la empresa, es responsabilidad de la administración buscar herramientas de control interno, que ayuden al mejoramiento de los procesos de comercialización para un mayor empoderamiento de mercado.

1.2.2. Análisis Crítico

Gráfico N° 1: El árbol de Problemas



Elaborado por: Celia Lesano
Fuente: Análisis de la Investigación

Causa – Efecto

Los inadecuados procedimientos de control interno constituyen la principal causa para que el proceso de comercialización sea deficiente y que esto conlleve a una disminución de la rentabilidad en la empresa Bazar y papelería LA TRANCA en el año 2013, la misma que se dedica a la compra y venta de útiles escolares, todo esto se da por la carencia de medidas de control que se fundamenten sobre una base teórica que permita obtener resultados positivos para sus propietarios, lo que ocasiona que exista dentro del organización personal poco capacitado para ejecutar las distintas responsabilidades, un control deficiente de las ventas por ende una inadecuada facturación, personal poco capacitado para el manejo de inventario que da como resultado reducción en sus ganancias, y por ende reducido crecimiento económico empresarial.

Otro de las dificultades que tiene la empresa es que no se realiza una planificación adecuada al momento de realizar las compras, lo que ocasiona que exista un excesivo stock de inventarios, además no cuenta con un sistema contable adecuado para el manejo del mismo, lo que afecta de forma negativa al proceso de comercialización de la Empresa Bazar y Papelería “La Tranca”

1.2.3. Prognosis

El principal problema es la falta de una adecuada aplicación de Procedimientos De Control interno a los proceso de comercialización en la empresa BAZAR Y PAPELERIA LA TRANCA, sus actividades son ejecutadas de manera empírica sin la adecuada aplicación de procedimientos de control interno, no existe un manejo adecuado de sus recursos, debido a estas causas se puede concluir, que podría afectar en un determinado momento su estabilidad económica

Otra de las dificultades que presenta la entidad es que las compras se las realiza sin la debida planificación, lo que conlleva a que exista un excesivo stock de inventarios, además el personal que lo maneja, esta

poco capacitado, esto conlleva a que la manipulación del mismo se deficiente, el inadecuado control de inventarios provoca que no se los almacene de una manera correcta.

La deficiente aplicación de procedimientos de control interno dará como resultado que no se logre mejorar sus actividades operativas dentro del proceso de comercialización, a que exista personal poco capacitado, a que su mercadería se deteriore o que la misma se obsoleta debido a su mal manejo, un sistema contable inadecuado, ineficiente segregación de funciones, de no dar solución a toda problemática se puede deducir que su crecimiento de la organización será reducido.

1.2.4. Formulación Del Problema

¿Cómo influye los procedimientos de control interno al proceso de comercialización en la rentabilidad de la Empresa Bazar y papelería LA TRANCA?

1.2.5. Interrogantes

- ¿Cuál es el motivo del inadecuado control interno al proceso de comercialización, en La empresa bazar y papelería LATRANCA?
- ¿Cuál ha sido el comportamiento de la rentabilidad en el periodo estudiado?
- ¿Qué correctivos se debe aplicar al proceso de comercialización para evitar que se reduzca su rentabilidad?

1.2.6. Delimitación Del Problema

- **Delimitación espacial:** Esta investigación se va a realiza en bazar y papelería LA TRANCA
- **Delimitación temporal:** Este problema va a ser investigado, en el año 2013.
- **Categorías conceptuales :**Control Interno al proceso de comercialización y la Rentabilidad

- La presente investigación está dirigida al control interno al proceso de comercialización y la incidencia en la rentabilidad en la empresa bazar y papelería La Tranca del cantón Ambato durante el año 2013

1.3. Justificación

El diseño de políticas y procedimientos de control interno al proceso de comercialización, son herramientas de vital importancia para el funcionamiento de toda organización, cabe destacar que para alcanzar las metas trazadas, las organizaciones buscan técnicas y estrategias para corregir errores que puedan impedir el éxito propuesto, pues están conscientes que no sólo hay que procurar mayor ganancia y/o rentabilidad en el tema de las utilidades, sino también procurar la eficiencia, el buen servicio hacia sus clientes, optimización de sus recursos, además de determinar el estado real de las empresas.

La investigación realizada a Bazar y Papelería La Tranca, con relación a la aplicación de políticas de control interno para los procesos de comercialización tiene como objetivo principal una correcta aplicación de las mismas, por ser los procesos de comercialización la parte esencial de la empresa, con la implantación del adecuado control interno nos permitirá la correcta toma de decisiones, efectividad en la información contable, lograr obtener resultados deseados por la empresa, detectar falencias que hayan dentro del control interno, para que la empresa alcance ventajas competitivas en el mercado, con relación a las demás que se dedican a la misma actividad económica.

Cabe destacar que Ambato y Tungurahua, al ser una ciudad y provincia en donde los comercios crecen y se desarrollan a ritmo acelerado, por la ubicación geográfica y la oportunidades que se genera para el emprendimiento y el desarrollo, lo único que se requiere sin importar el tipo de negocio, es la adecuada toma de decisiones para alcanzar el éxito deseado.

La elaboración de la presente investigación es muy factible porque los objetivos planteados son realizables y están sujetos a la realidad en el medio, al igual que es posible su realización por la factibilidad que nos brinda el Gerente de la empresa de bazar y papelería LA TRANCA para tener acceso a la información y el tiempo para cumplir el trabajo propuesto.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general.

Establecer la incidencia de los procedimientos de control interno al proceso de comercialización para propender al mejoramiento de la rentabilidad de la empresa Bazar y Papelería la Tranca en el año 2013

1.4.2. Objetivos Específicos.

- Identificar los principales procedimientos de control interno al proceso de comercialización, con la finalidad de optimizar los recursos organizacionales.
- Analizar la rentabilidad de la empresa con la finalidad de evaluar la capacidad de generar beneficios para sus propietarios.
- Proponer políticas de control interno orientadas al mejoramiento proceso de comercialización de la Empresa Bazar y Papelería la Tranca.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos

Utilizando la técnica de la observación se puede establecer que existen trabajos relacionados con el tema a investigarse tanto de la variable dependiente como independiente lo cual servirá de aporte para el su desarrollo.

De acuerdo a **(Coello N, 2011, pág. 11)** en su tema de investigación **“El Control Interno Y su Efecto en el Proceso de Comercialización de la Distribuidora MARCECI en el Segundo Semestre Del Año 2010”** entre sus principales conclusiones nos manifiesta que:

El sistema de control interno es un proceso realizado por la administración y el resto del personal de la entidad, diseñado con el objeto de proporcionar un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de objetivos. Los procesos de comercialización son una secuencia de actividades con el fin de obtener las ventas esperadas, lograr que tenga rentabilidad y poder realizar seguimientos de la distribuidora.

En la entidad el control interno para el área comercialización fue útil para determinar el impacto de los resultados, por medio de los objetivos planteados mediante la misión y visión de la comercializadora para alcanzar sus metas en el medio, se obtuvieron metas en la rentabilidad de los productos ofertados día a día, a través de un manual de funciones dirigido a sus colaboradores, además se cumplieron con los puntos establecidos tales como:

- Se determinaron los pedidos que realmente necesitaban.
- Se realizó una planificación adecuada de compras.
- Se buscaron nuevos proveedores que para diversificar sus productos.
- Se mejoró la comunicación entre jefes y subordinados.

- Finalmente se archivaron de forma eficiente los documentos que respalden las compras.

Por lo anteriormente expuesto se afirma que el control interno al proceso de comercialización es necesario aplicar en la entidad, debido a que servirá, para establecer funciones y responsabilidades adecuadas, que ayuden a incrementar las ventas en “Bazar y Papelería La Tranca”.

Según **(Vega Rojano R, 2011, pág. 105)** en su tesis “**El control interno y su efecto en la rentabilidad de la Empresa AKABADOS de la ciudad de Ambato durante el año 2010**”, concluye que:

El Control Interno es una herramienta clave en el proceso de cualquier empresa o institución, ya que por medio de este se puede verificar las actividades planificadas estén siendo llevadas con cabalidad.

De tal manera que al emplear un control eficaz y eficiente se pueda evaluar que los objetivos y metas sean trazadas sean y cumplidas de tal manera que las operaciones sean cumplidas.

Toda empresa sin importar su actividad, compite con sus productos o servicios a fin de obtener un posicionamiento reconocido en el mercado y para lograrlo debe desarrollar sus propias estrategias que le permitan ser competitivas, ofreciendo valores agregados que contribuya a mejorar la rentabilidad y el servicio, pero no es tan sencillo como parece pues engloba una serie de factores que se deben tomar en cuenta a la hora de tratar con los clientes, de ahí la necesidad de contar con evaluaciones a los planes estratégicos para una adecuada administración a fin de entender los requerimientos y exigencias del cliente y del entorno.

Se puede manifestar que el Control Interno al proceso de comercialización, al aplicar los elementos fundamentales en toda organización pues ayudarán a mejorar las actividades administrativas y financieras, entre sus objetivos están, organizar los procesos de las actividades, desarrollar con mayor eficiencia y eficacia todas y cada una de ellas, controlar todas las operaciones de activos, pasivo, compras.

Además el control interno ayuda a que la información financiera sea más fiable, debido a que esta constituye un pilar clave para la buena marcha de la organización, pues en base a ella se toma las decisiones, así como también al logro de los objetivos empresariales, al cumplimiento con las

leyes fiscales, y a concientizar a todo el personal de la empresa para a la consecución de objetivos que los directivos se ha propuesto.

2.2 Fundamentación Filosófica

Según **(Kuhn T, 1997, pág. 28)** “el paradigma es la matriz disciplinaria que incluye por un lado, entre otros posibles componentes el conjunto de creencias, valores y técnicas, etc. Compartidos por los miembros de una comunidad científica”

En la actualidad se define al paradigma como un modelo a seguir, a través del cual se puede analizar e interpretar los procesos sociales de una comunidad científica”

En el presente trabajo investigativo desarrollará en base al paradigma crítico propositivo debido a que la investigación está comprometida con la lógica instrumental y plantea alternativas de solución a través de una propuesta.

El Paradigma critico propositivo, según **(Herrera L, 2004, pág. 21)** manifiesta que es :Critico porque impugna las explicaciones reducidas a casualidad lineal. Propositivo en cuanto a que la investigación no se detiene en la contemplación pasiva del fenómeno, sino que además plantea alternativas de solución construidas en un clima de sinergia y proactividad.”

Este enfoque privilegia la interpretación, comprensión y explicación de los fenómenos sociales en perspectiva de la totalidad y que este tipo de investigación está comprometida con los seres humanos y su crecimiento en la comunidad de manera solidaria y equitativa, y por eso propicia la participación de los actores en calidad de protagonistas durante todo el proceso de estudio.

2.2.1 Fundamentación epistemológica:

Según el autor (**Bernal C, 2006, pág. 22**) define a la Fundamentación Epistemológica como:

La teoría filosófica que trata de explicar la naturaleza, las variedades, los orígenes, los objetos y los límites del conocimiento científico, se caracteriza por su método, el cual nos lleva a plantearnos problemas científicos y de investigación, a formular hipótesis y mecanismos para su verificación.

La epistemológica ayuda a que la investigación sea elaborada de una manera más crítica, el investigador debe estar en la capacidad de opinar con elementos de juicio sobre el tema a investigarse, los mismos deben estar enmarcados en condiciones éticas, cognitivas y reflexivas.

2.2.2 Fundamentación Ontológica:

Según el autor (**Bernal C, 2006, pág. 22**) manifiesta que:

“La realidad está siendo entendida como un mundo cambiante y dinámico. Los sujetos humanos están siendo conceptualizados como agentes activos de la construcción de la realidad.”

Los procedimientos de control interno y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa bazar y papelería “**La Tranca**” está representado en un conjunto de políticas y procedimientos orientados tanto para el personal que labora en la empresa como para sus clientes, a través de ellos se podrá fijar nuevos objetivos para su crecimiento económico.

2.2.3. Fundamentación axiológica

En palabras del autor (**Bernal C, 2006, pág. 22**) considera que

“La práctica de la investigación científica tiene sentido cuando comprende en la interrelación con las diferentes dimensiones del contexto histórico-social, ideológico-política, científico-técnica, económica y cultural.”

En el presente trabajo investigativo la investigadora deberá interactuar con el medio empresarial de manera ética y profesional, con la finalidad de que toda la investigación sea desarrollada de forma seria y transparente.

2.3. Fundamentación legal

La presente investigación tendrá sustento legal que se deberá aplicar para que exista un normal desarrollo de la misma, y se fundamentará en lo siguiente:

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

NIA 6 Evaluación de riesgo y control interno

El propósito de esta Norma Internacional de Auditoría (NIA) es establecer normas y proporcionar lineamientos para obtener una **comprensión de** los sistemas de contabilidad y de control interno y sobre el riesgo de auditoría y sus componentes: riesgo inherente, riesgo de control y riesgo de detección.

Numeral 8

El término “Sistema de control interno” significa todas las políticas y procedimientos (controles internos) adaptados por la administración de una entidad para ayudar a lograr el objetivo de la administración de asegurar, tanto como sea factible, la conducción ordenada y eficiente de su negocio, incluyendo adhesión a las políticas de administración, la salvaguarda de activos, la prevención y detección de fraude y error, la precisión e integralidad de los registros contables, y la oportuna preparación de información financiera confiable.

Numeral 8, literal b

Procedimientos de control” que significa aquellas políticas y procedimientos además del ambiente de control que la administración ha establecido para lograr los objetivos específicos de la entidad.

Los procedimientos específicos de control incluyen:

- Reportar, revisar y aprobar conciliaciones
- Verificar la exactitud aritmética de los registros
- Controlar las aplicaciones y ambiente de los sistemas de información por computadora.
- Mantener y revisar las cuentas de control y los balances de comprobación.
- Aprobar y controlar documentos.
- Comparar datos internos con fuentes externas de información.
- Comparar los resultados de cuentas de efectivo, valores e inventario con los registros contables.
- Limitar el acceso físico directo a los activos y registros
- Comparar y analizar los resultados financieros con las cantidades presupuestadas.

NIA 265 Comunicación de las deficiencias de control interno a los responsables de gobierno y a la dirección de la entidad, según el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, el 15 de octubre del 2013.

Esta Norma Internacional de Auditoría (NIA) trata de la responsabilidad que tiene el auditor de comunicar adecuadamente, a los responsables del gobierno de la entidad y a la dirección, las deficiencias en el control interno que haya identificado durante la realización de la auditoría de los estados financieros. Esta NIA no impone responsabilidades adicionales al auditor con respecto a la obtención de conocimiento del control interno y al diseño y la realización de pruebas de controles más allá de los requerimientos de la NIA 315 y la NIA 3302. La NIA 2603 establece requerimientos adicionales y proporciona orientaciones sobre la

responsabilidad que tiene el auditor de comunicarse con los responsables del gobierno de la entidad en relación con la auditoría.

Al realizar la identificación y valoración del riesgo de incorrección material el auditor debe obtener conocimiento del control interno relevante para la auditoría.

Al efectuar dichas valoraciones del riesgo, el auditor tiene en cuenta el control interno con el fin de diseñar procedimientos de auditoría adecuados a las circunstancias, y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno. El auditor puede identificar deficiencias en el control interno no sólo durante el proceso de valoración del riesgo, sino también en cualquier otra fase de la auditoría. Esta NIA especifica las deficiencias identificadas que el auditor debe comunicar a los responsables del gobierno de la entidad y a la dirección.

Esta NIA no impide que el auditor comunique a los responsables del gobierno de la entidad y a la dirección cualquier otra cuestión sobre el control interno que el auditor haya identificado durante la realización de la auditoría.

NIA 315 Identificación y valoración de riesgos de incorrección material mediante el conocimiento de la entidad y de su entorno, según el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, el 15 de octubre del 2013.

Esta Norma Internacional de Auditoría (NIA) trata de la responsabilidad que tiene el auditor de identificar y valorar los riesgos de incorrección material en los estados financieros, mediante el conocimiento de la entidad y de su entorno, incluido el control interno de la entidad.

Literal A

Riesgo de negocio: riesgo derivado de condiciones, hechos, circunstancias, acciones u omisiones significativos que podrían afectar negativamente a la capacidad de la entidad para conseguir sus objetivos y

ejecutar sus estrategias o derivado del establecimiento de objetivos y estrategias inadecuados.

Literal C

Control interno: el proceso diseñado, implementado y mantenido por los responsables del gobierno de la entidad, la dirección y otro personal, con la finalidad de proporcionar una seguridad razonable sobre la consecución de los objetivos de la entidad relativos a la fiabilidad de la información financiera, la eficacia y eficiencia de las operaciones, así como sobre el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias aplicables. El término "controles" se refiere a cualquier aspecto relativo a uno o más componentes del control interno.

Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado, N° 2002-073, publicada según Registro Oficial N° 1 del 11 de Agosto del 2009.

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

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

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

Art 11.- Aplicación del control interno: Se tendrán en cuenta las normas sobre funciones incompatibles, depósito intacto e inmediato de lo recaudado, otorgamiento de recibos, pagos con cheque o mediante red bancaria, distinción entre ordenadores de pago; y, el reglamento orgánico funcional que será publicado en el registro oficial.

Art12.- Tiempos de Control: El ejercicio de control interno se aplicará en forma previa, continua y posterior.

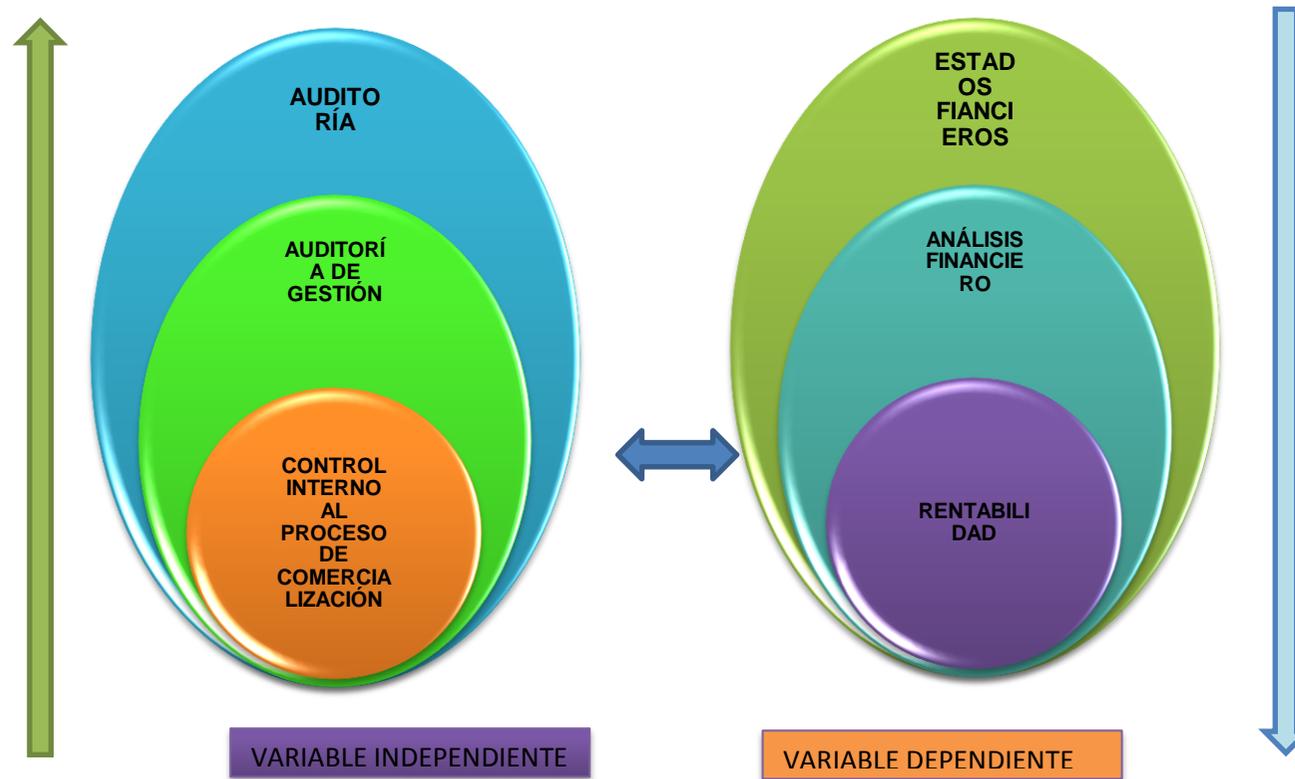
a) Control Previo

b) Control Continuo

c) Control Posterior

2.4 Categorías Fundamentales

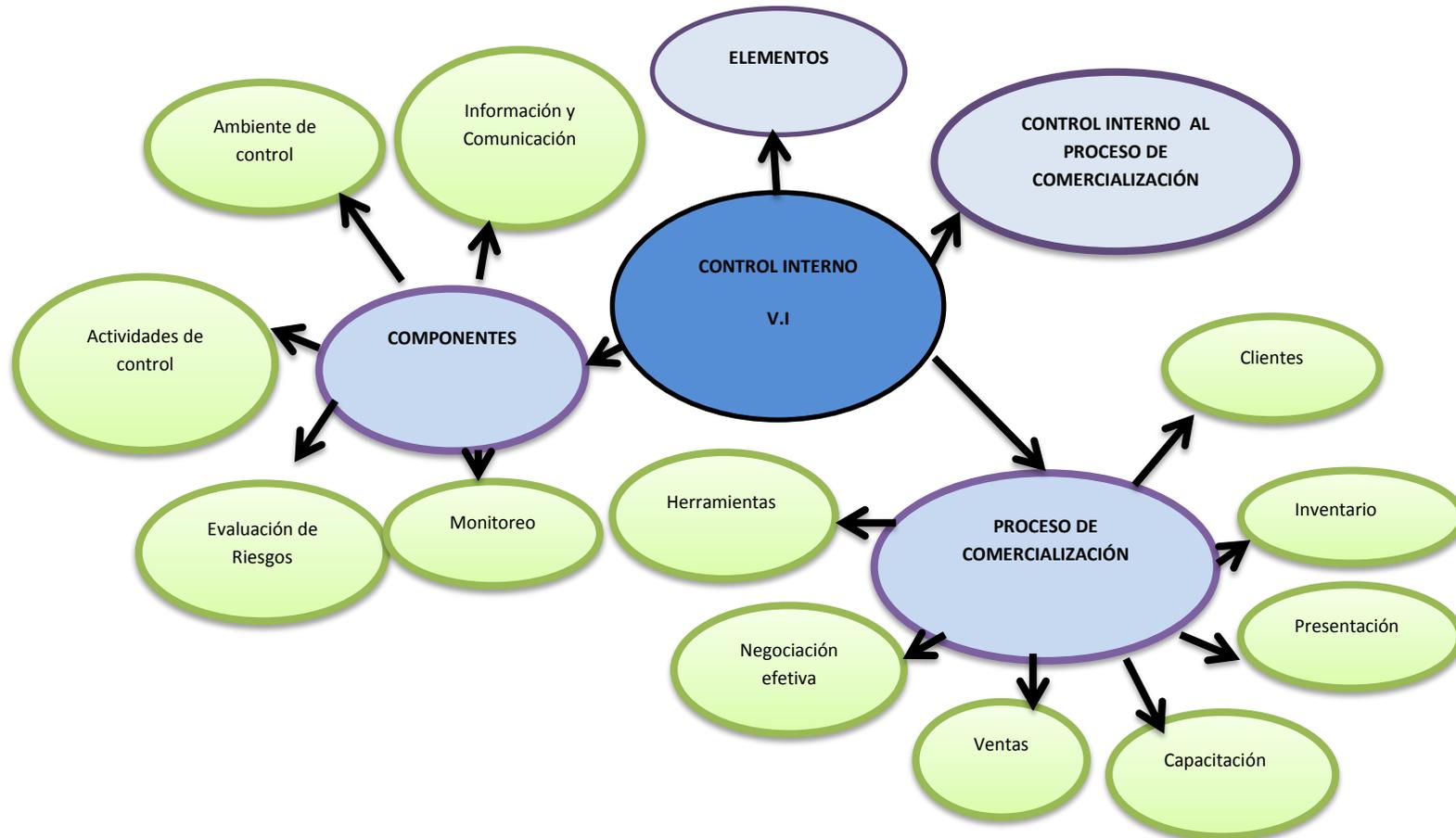
Gráfico N° 2: Superordinación conceptual de variables



Elaborado por: Celia Lesano

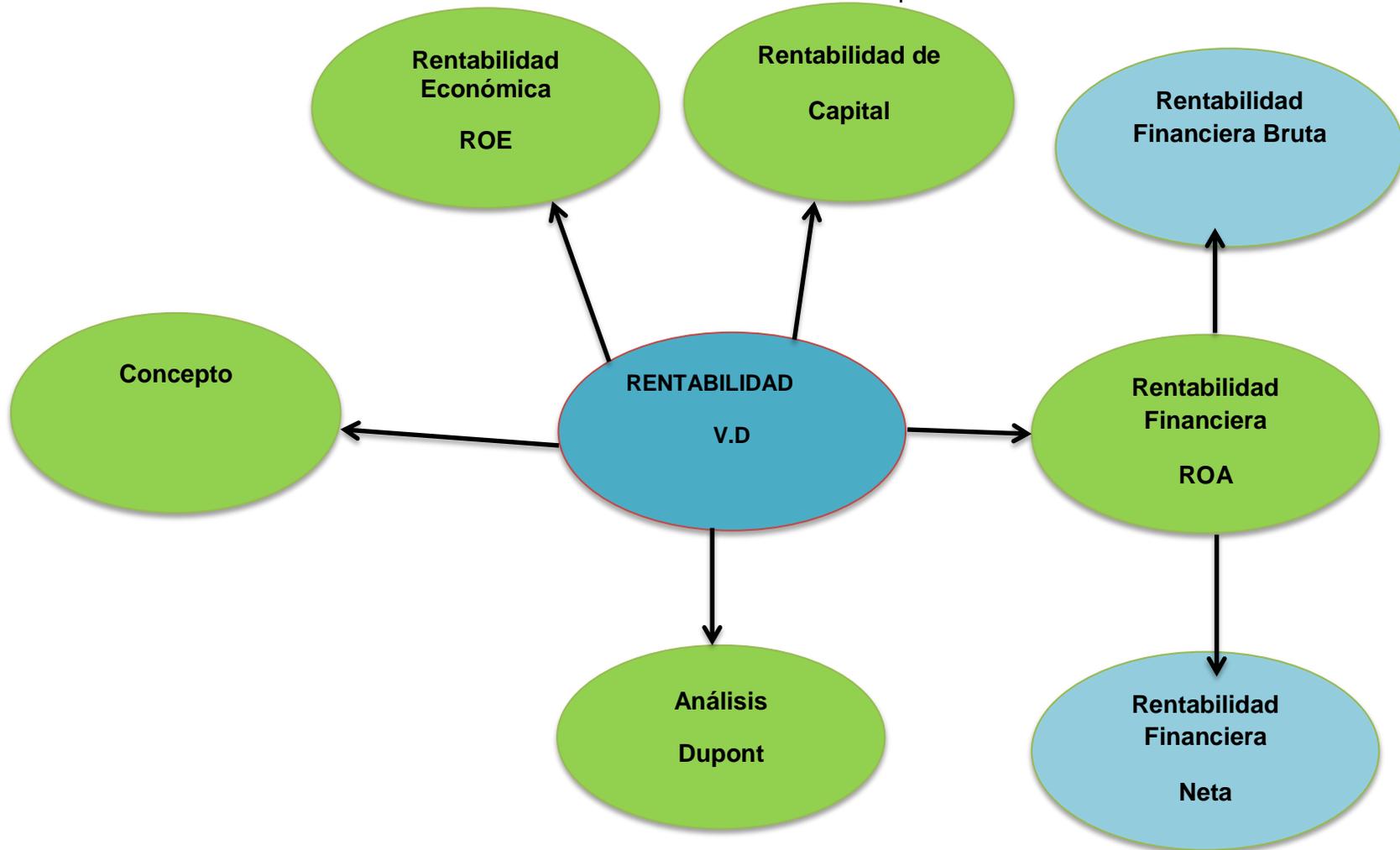
Fuente: Análisis de la Investigación

Gráfico Nº 3 Subordinación de la variable Independiente



Elaborado por: Celia Lesano
Fuente: Análisis de la Investigación

Gráfico Nº 4: Subordinación de la variable dependiente.



Elaborado por: Celia Lesano

2.4.1. Marco Conceptual Variable Independiente: Control Interno al proceso de comercialización

2.4.1.1. Auditoría

En palabras de (Mantilla S, 2004, pág. 21) la define como el “Proceso estructurado que tiene como objetivo principal permitirle al auditor expresar una opinión respecto de si los estados financieros están preparados, en todos los aspectos materiales, de acuerdo con la estructura aplicable de la información financiera”

De acuerdo al criterio de **(Sierra G, 2001, págs. 224-227)** nos manifiesta que”

La Auditoría es un proceso cuyo resultado final es la emisión de un informe en el que una persona al que se denomina auditor, expresa su opinión sobre la razonabilidad de los estados financieros, relacionadas con todas las cuentas de la empresa y aplicados en un periodo determinado

De acuerdo al criterio de **(Sierra G, 2001, págs. 224-227)** nos manifiesta que los objetivos de la auditoría son:

El objetivo principal de una Auditoría es expresar una opinión sobre la fiabilidad de la información económico-financiera contenida en las cuentas anuales, para lo cual el auditor debe emitir un informe dirigido a poner de manifiesto una opción técnica sobre si los estados Financieros tienen una seguridad razonable

Objetivos de Auditoría Secundarios

- 1.- Detectar errores y fraudes
- 2.- Informes sobre control interno
- 3.- Asesoramiento económico-financiero.”

Tomando en consideración el criterio de los autores anteriores podemos decir que la Auditoría aplicada en una organización, orienta a los directivos a la consecución de sus objetivos, refleja la fiel imagen de lo que una empresa posee sustentado en documentos, evalúa y ayuda a mejorar los métodos y procedimientos control interno para proteger sus recursos, proporciona seguridad razonable a sus estados financieros.

Funciones de la Auditoría.

De acuerdo al auto (Sotomayor A, 2008, págs. 8,9) las funciones de Auditoría son dos:

- **Auditoría Interna:** constituye propiamente un mecanismo de control establecido en la organización, que cuenta con personal propia de la empresa designado para el desempeño de las actividades de tipo interdisciplinario enfocadas al cumplimiento de los aspectos de vigilancia y sistematización.
- **Auditoría Externa:** representa un trabajo profesional independiente que va enfocado a la evaluación, pero también a la consultoría en varias especialidades; es realizado por personal ajeno a la empresa, el cual presta sus servicios mediante un contrato o carta compromiso que define la actividad que habrá de desarrollarse, en tiempos, honorarios, así como el tipo y calidad del personal que intervendrá y la fecha de terminación.

Podemos decir que la Auditoría Interna es importante dentro de la empresa, debido a que nos ayuda al cumplimiento de metas y objetivos, a actuar con anterioridad frente a riesgos que pueda surgir, que la información financiera obtenida sea confiable, ayuda a proteger sus recursos, a cumplir con las normativas legales y fiscales, a desarrollar todas las actividades empresariales con eficiencia y eficacia, a tener personal calificado entre otros, apoyo a la auditoría externa.

2.4.1.2. Auditoría de Gestión

Según el autor **(Rodríguez J, 2010, pág. 33)** La Auditoría de Gestión es:

- Es un examen comprensivo y constructivo de la estructura de una empresa, de una institución o de cualquier parte de un organismo, en cuanto a los planes y objetivos, sus métodos y controles, su forma de operación y sus equipos humanos.
- Es el arte de evaluar independientemente las políticas, planes, procedimientos, controles, y prácticas de una entidad, con el objeto de localizar los campos que necesitan mejorarse y formular recomendaciones para el logro de esas mejoras.
- Es la revisión objetiva, metódica y completa de la satisfacción de los objetivos institucionales, con base en los niveles jerárquicos de la empresa, en cuanto a su estructura, y la participación individual de los integrantes de la institución.

La Auditoría de Gestión nos ayuda a realizar un análisis total o parcial de una entidad con la finalidad de medir su nivel desempeño e investigar oportunidades de mejoramiento e innovación para el logro de una ventaja competitiva sustentable, constituye una herramienta para impulsar el crecimiento de todas las organizaciones, ya que nos permite detectar en que departamentos se debe tomar correctivos para poder subsanar deficiencias existentes.

Importancia de la Auditoria de Gestión

La contabilidad de gestión se desarrolla principalmente para cubrir las limitaciones de la información financiera ante determinados aspectos clave, imprescindibles para la toma de decisiones. A la hora de tomar cierto tipo de decisiones, especialmente en las empresas industriales, la contabilidad financiera no proporciona la información suficiente y necesaria, y en muchos casos la información tomada de la contabilidad financiera no es la mas adecuada, al tener que ajustarse en su elaboración a los principios contables generalmente aceptados. **(Salvado Luisa E, 2012, pág. 86)**

Objetivos de la Auditoria de Gestión.

Para **(Gonzalez Peralo R, 2006, pág. 1)**, indica que:

- La auditoría de gestión formula y presenta una opinión sobre los aspectos administrativos, gerenciales y operativos, poniendo énfasis en el grado de efectividad y eficiencia con que se han utilizado los recursos materiales y financieros mediante modificación de políticas, controles operativos y acción correctiva desarrolla la habilidad para identificar las causas operacionales y posteriores y explican síntomas adversos evidente en la eficiente administración.
- El objetivo de la auditoria de gestión es identificar las áreas de reducción de Costos, mejorar los métodos operativos e incrementar la rentabilidad con fines constructivos y de apoyo a las necesidades examinadas.
- La auditoría de gestión determina si la función o actividad bajo examen podría operar de manera más eficiente, económica y efectiva. Uno de los objetivos de la auditoria es el de determinar si la producción del departamento cumple con las especificaciones dadas; en consecuencia se dan variados informes, presupuestos y pronósticos que así como también los Estados Financieros.

- La auditoría de gestión determinará si se ha realizado alguna deficiencia importante de política, procedimientos y prácticas contables defectuosas.
- Establecer el grado en que la entidad y sus servidores han cumplido adecuadamente los deberes y atribuciones que les han sido asignados.
- Revisar la financiación de las adquisiciones para determinar si afectan la cantidad, calidad y las clases de Compras si se hubiesen realizado.
- Determinar el grado en que el organismo y sus funcionarios controlan y evalúan la calidad tanto en los servicios que presta como en los bienes adquiridos.
- Verificar que la entidad auditada cumpla con normas y demás disposiciones legales y técnicas que le son aplicables, así como también con principios de economía, eficiencia, eficacia, efectividad, equidad, excelencia y valoración de costos ambientales, según cada caso y formular recomendaciones oportunas para cada uno de los hallazgos identificados.
- Estimular la adherencia del personal al cumplimiento de los objetivos y políticas de la entidad y Mejorar los niveles de productividad, competitividad y de calidad de la entidad.
- Establecer si los controles gerenciales implementados en la entidad o programa son efectivos y aseguran el desarrollo eficiente de las actividades y operaciones.
- En conclusión, la Auditoría de Gestión ayuda a la administración a reducir los costos y aumentar utilidades, aprovechar mejor los recursos humanos y materiales, acelerar el desarrollo de las entidades hacia la eficiencia, buscando siempre un perfeccionamiento continuo de los planes de acción y procedimientos, para lograr los objetivos para los que fue creada la empresa.

Propósitos Fundamentales de la Auditoría de Gestión.

Para **(Gonzalez Peralo R, 2006, pág. 4)**, cita que:

- **Medición y Comparación de Logros.** -Medir y comparar logros alcanzados por las entidades en relación con las metas y objetivos previstos, lo cual permitirá promover la aplicación de las recomendaciones necesarias, al amparo de los principios de Económicos, Eficiencia y Eficacia.

- **Control Interno Eficaz.**-Enfatizar la importancia de poseer un sistema de control interno que promueva el logro de los objetivos y metas de la entidad, la detección temprana de desviaciones o áreas susceptibles de mejoras en los procesos productivos, administrativos y de servicios, y la aplicación de las medidas que sean necesarias de manera oportuna.
- **Cultura de la Responsabilidad.**-Promover la cultura de la responsabilidad en la gestión pública, es decir, la obligación ética, moral y legal que tienen los funcionarios públicos de rendir cuenta a la sociedad, sobre lo que han hecho o están haciendo con los fondos y recursos que el estado y el Gobierno han puesto a su disposición para su administración, distribución y custodia.
- **Mejoramiento de la Planificación.**-Promover en las entidades el mejoramiento de la formulación de sus presupuestos, con miras a lograr una mayor economía, eficiencia y eficacia en su ejecución.
- **Necesidad de un Buen Sistema de Información Integral.**- Difundir la necesidad de poseer sistema integral de información que faciliten la medición del desempeño de la entidad, tanto desde el punto de vista administrativo como organizacional, y sirvan de apoyo a los administradores en la toma de decisiones adecuadas.

2.4.1.3. Control Interno.

Según el autor (**Cepeda G, 2002, pág. 3**) en su obra titulada **Auditoria del control interno** define a la palabra control como” **Comprobación, intervención o inspección.**

Entonces podríamos decir que el propósito del control en esencia, es la de perseverar la existencia de cualquier organización y apoyar su desarrollo cuyo objetivo principal es contribuir con los resultados esperados.”

Concepto de Control Interno.

En palabras (**Mantilla S, 2011, pág. 4**)en su libro Auditoria del Control Interno conceptualiza así.

El control interno comprende el plan de la organización y todos los métodos y medidas coordinadas que se adoptan en un negocio para salvaguardar sus activos,, verificar la exactitud y la confiabilidad de sus

datos contables, promover la eficiencia operacional y fomentar la adherencia a las políticas prescritas.

De acuerdo al autor **(Mantilla S, 2011, pág. 5)** manifiesta que el control interno es el:

Proceso realizado por el concejo de directores, administradores y otro personal de una entidad, diseñado para proporcionar seguridad razonable mirando el cumplimiento de los objetivos en las siguientes categorías:

- Efectividad y eficiencia en las operaciones
- Confiabilidad de la información Financiera

Cumplimiento de leyes y regulaciones aplicables

La primera categoría se orienta a los objetivos básicos de negocios de una entidad incluyendo los objetivos de desempeño y rentabilidad y la salvaguarda de sus recursos.

La segunda se relaciona con la preparación de los estados financieros publicados, confiables, incluyendo estados financieros intermedios y datos financieros seleccionados derivados de tales estados, tales como ganancias realizadas, informadas públicamente.

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

Tipos de control interno

De acuerdo a la autora **(De Lara Bueno M M. , 2007, pág. 54)** los tipos de controles internos son los siguientes.

- **Controles contables:** Comprende el plan de la dirección y todos los métodos y procedimientos cuya misión es la salvaguarda de los bienes activos y la fiabilidad de los registros contables.
- **Controles administrativos.-** se la relaciona con la normativa y los procedimientos existentes en una empresa vinculados a la eficiencia operativa y el acatamiento de las políticas y normalmente solo influyen indirectamente en los registros contables.

Los controles internos tienen sus limitaciones y solo puede dar una seguridad razonable y no absoluta que los objetivos trazados por la institución se cumplan, debido a que en el momento de implantarlo pueden ocurrir errores que estén fuera del alcance de la administración.

La implantación y mantenimiento de los controles internos es responsabilidad de la administración, la misma que deben estar en una continua supervisión por parte de la administración, para asegurar que funcione de acuerdo a las expectativas propuestas.

Según el criterio de **(Mantilla S, 2011, pág. 5)** los componentes del Control Interno son los siguientes.

- **Ambiente de control:** El ambiente de control da el tono de una organización influenciado la conciencia de control de sus empleados. Es el fundamento de todos los demás componentes del control interno, proporcionando disciplina y estructura. Los factores del ambiente de control incluyen la integridad, los valores éticos y la competencia de la gente de la entidad.
- **Valoración de riesgos:** Cada entidad enfrenta una variedad de riesgos de fuentes externas e internas, las cuales debe valorarse. Una condición previa a la valoración de riesgo es el establecimiento de objetivos, enlazados en distintos niveles y consistentes internamente. La valoración de riesgos es la identificación y el análisis de los riesgos relevantes para la consecución de los objetivos, constituyendo una base cómo se debe administrar los riesgos.
- **Actividades de control:** Las actividades de control son políticas de control y los procedimientos que ayudan a asegurar que las directivas administrativas se lleven a cabo, ayudan a asegurar que se tomen acciones necesarias para orientar los riesgos hacia la consecución de los objetivos de la entidad. Las actividades de control se dan a lo largo de la organización, en todos los niveles y en todas las funciones.
- **Información y comunicación:** Debe identificarse, capturarse y comunicarse información pertinente en una forma y en tiempo que permita a los empleados cumplir con sus responsabilidades. Los sistemas de información producen reportes, contienen información operacional, financiera y relacionada con el cumplimiento que hace posible operar y controlar el negocio.
- **Monitoreo:** Los sistemas de control interno deben monitorearse, proceso que valora la calidad del desempeño del sistema de tiempo. Es realizado por medio de actividades de monitoreo Ongoing operaciones separadas o combinación de las dos. El monitoreo Ongoing ocurre en el curso de las operaciones. Incluye actividades regulares de administración y supervisión y otras acciones personales realizadas en el cumplimiento de las obligaciones.

Tomando en consideración lo descrito anteriormente podemos manifestar que el control interno ayuda a la organización al cumplimiento de metas y objetivos, la encamina para que sea más rentables, a que las actividades sean desarrolladas con eficiencia y eficacia, controla el cumplimiento de las obligaciones fiscales, proporciona información financiera confiable y razonable, concientiza al personal de la organización a que se comprometa con la misma y que se practique valores éticos, protección de sus recursos.

Elementos del control interno

Según el criterio del autor **(Estupiñan R, 2012, pág. 19)** nos manifiesta que los elementos del control interno son los siguientes:

- **Elemento de Organización:** Un plan claro y lógico de las funciones organizacionales que establezcan líneas claras de autoridad y responsabilidad para las unidades de la organización para los empleados que segreguen funciones de registro y custodia.
- **Elemento, sistemas y procedimientos:** Un sistema adecuado para la autorización de transacciones y procedimientos seguros para registrar sus resultados en términos financieros.
- **Elementos de personal:** Prácticas sanas y seguras para la ejecución de las funciones y obligaciones de cada unidad de personas, dentro de la organización. Personal, en todos los niveles, con aptitud, capacitación y experiencias requeridas para cumplir con sus obligaciones satisfactoriamente, Normas de calidad y ejecución claramente definidas y comunicadas al personal.
- **Elementos de supervisión:** Una efectiva unidad de auditoría independiente, hasta donde sea posible y factible de las operaciones examinadas o procedimientos de autocontrol en las dependencias administrativas y apoyo logístico.

Control Interno al Proceso de comercialización

Según **(Deficiones A,B,ceconomia, 2014)** se define:

- **Procesos:** Un proceso es un conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que al interactuar transforman elementos de entrada y los convierten en resultados.

- **Comercialización**” al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.

Uniendo los dos conceptos se puede decir que el proceso de comercialización es conjunto de actividades en caminadas a facilitar la venta de un producto y a la satisfacción del cliente

El proceso de comercialización no solo consiste en la venta de un producto sino que encierra varias actividades que enumeramos a continuación:

Según la escritora (**Bravo M, 2011**)conceptualiza a los componentes de la siguiente manera.

- **Caja:** Esta cuenta controla el movimiento de los valores en efectivo que posee la empresa.
- **Bancos:** controla el movimiento de fondos que la empresa posee en instituciones bancarias como producto de las ventas.
- **Cuentas por cobrar:** Controla el movimiento de créditos personales
- **Documentos por cobrar:** Controla el movimiento de los créditos documentados que la empresa concede, por la venta de mercaderías.
- **Mercaderías:** controla el movimiento de las mercaderías.
- **Documentos por pagar:** controla el movimiento de los créditos por la compra de mercadería o servicios de terceras personas otorgan a la empresa, con el respaldo de un documento.

Según (**Kotler P, 2005**) manifiesta que:

- **Clientes** son un activo aunque no se refleja en la contabilidad. Son el activo más importante de las compañías.
- **Ventas:** en palabras del mismo autor las define como” otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo, es vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado desea.

2.4.2. Marco Conceptual Variable Dependiente: *Rentabilidad*

2.4.4.1. Estados financieros:

Los Estados Financieros suministran información razonable de un periodo determinado relacionada a la situación financiera de la empresa, recursos económicos, su rendimiento y el flujo de efectivo, a los usuarios tanto internos como externos, los mismos que pueden utilizarla para fines distintos como por ejemplo los ejecutivos y propietarios requieren de esta información para tomar decisiones asertivas para el buen desarrollo de la entidad y realizar correctivos si es necesario, los inversionistas necesitan de esta información para evaluar si es factible invertir en un negocio, los proveedores necesitan de la información financiera para medir la solvencia de la empresa con quien van a trabajar ,además mediante esta información se puede detectar si la administración está realizando una buena gestión dentro de la organización

De forma general podemos decir que el objetivo de los Estados financieros es la entrega de información financiera de la entidad, esta información debe caracterizarse por ser; relevante capaz de influenciar en los usuarios para una toma de decisiones adecuada, debe integrar todas las actividades de la empresa y ser libre de errores; comprensible para todos los usuarios que tengan y no tengan conocimientos sobre este tipo de información; fiable y confiable ,deben ser el reflejo fiel de la realidad financiera de la empresa ,en términos generales podemos decir que debe ser útil a los inversores, prestamistas y otros acreedores existentes y potenciales para tomar decisiones sobre el suministro de recursos a la entidad. Esas decisiones conllevan, comprar, vender o mantener patrimonio e instrumentos de deuda y proporcionar o liquidar préstamos y otras formas de crédito.

De acuerdo a **(Cantú G G. , 2008)**manifiesta que los:

Los Estados Financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del desempeño de una entidad. El objetivo

de los estados financieros con propósitos de información general es suministrar información acerca de la situación financiera, del desempeño financiero y de los flujos de efectivo de la entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar decisiones económicas. Los estados financieros también muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que se han confiado”

Estado Situación Financiera

De acuerdo a aseveraciones de **(Zapata P, 2008)** manifiesta que el Estado de Resultados es:

Es un documento contable que proporciona los datos necesarios para determinar la rentabilidad de la organización y en conjunto, la eficiencia de la administración; también suele decirse un Estado de Situación donde detalla todas las cuentas reales, clasificadas y agrupadas en un orden preestablecido, permitiendo ver claramente la situación económica y financiera del negocio, en un momento determinado.

De lo anterior podemos decir que el Balance General, informa de manera resumida, el estado económico y financiero en que se encuentra la empresa, el mismo que refleja los valores reales de los activos, pasivos y de capital, de un periodo determinado; información que servirá para todo los usuarios, tanto internos, como externos.

Estados de resultados Integral:

De acuerdo al criterio de **(Lawrence G, 2003, pág. 56)** el Estado de Resultados es:

Una herramienta común para evaluar la rentabilidad en relación con las ventas es el estado de resultados. En este estado, cada elemento se expresa con un porcentaje de ventas.
Los estados de resultados de resultado son especialmente útiles para comparar desempeños a través de los años.

El estado de resultados mide el nivel de eficiencia y eficacia en las ventas de las empresas comerciales y ayuda a medir el nivel de rentabilidad existente, la misma a través de porcentajes de ventas.

2.4.2.2. Análisis Financiero

Día a día el ser competitivo va haciéndose una necesidad, y para llegar a esto, todas las empresas deben utilizar distintas herramientas para detectar posibles falencias, entre estas herramientas tenemos el análisis financiero. El análisis financiero aplicado en las distintas empresas permite a los usuarios de la información financiera evaluar las actividades financieras y operacionales, detectar los puntos fuertes y débiles que esta posee, su capacidad de endeudamiento, grado de liquidez, con la finalidad realizar los correctivos necesarios para llegar al éxito empresarial, diríamos que el objetivo principal del análisis financiero es medir el desempeño de la empresa, la misma que facilitara una toma de decisiones más certera, para el desarrollo económico adecuado.

De acuerdo al criterio de manifiesta que: “El análisis financiero se basa en el cálculo de indicadores financieros que expresan la liquidez, solvencia, endeudamiento, rendimiento y rentabilidad de las empresas”.

Según criterio de **(Coral L, 2008)** nos dice que

“Los Indicadores de rentabilidad permiten conocer la efectividad de la administración para convertir las ventas en utilidades; el éxito o fracaso de la gerencia en el manejo de sus recursos físicos, humanos y el control de los costos y gastos”.

Según criterio de **(Coral L, 2008)** nos dice que:

Las principales razones de rentabilidad son:

- Margen de utilidad bruta sobre ventas
- Margen operacional de la utilidad
- Margen neto de utilidad
- Rentabilidad del activo total
- Rentabilidad sobre el patrimonio

2.4.2.3. Rentabilidad

La rentabilidad tiene como propósito medir la eficacia y la eficiencia con que la empresa utiliza sus recursos, durante todo el tiempo una de las metas principales de las empresas es obtención de utilidades para ello muchas de ellas buscan herramientas para el logro de sus objetivos empresariales.

En palabras **(Sierra G, 2001)** en su obra, nos manifiesta que la:

“Rentabilidad mide la capacidad de generar flujos netos, o excedentes, por parte de la empresa con los cuales pueden remunerar los recursos financieros aportados por los diferentes agentes”.

Según el autor **(Lawrence G, 2005)** nos señala:

Que la rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades, ,

Medición de la Rentabilidad

De acuerdo al criterio de **(Eslava J, 2008, págs. 91-103)** manifiesta que

La Rentabilidad económica pretende medir la capacidad del activo de la empresa para generar beneficios que al fin y al cabo es lo que realmente importa para poder remunerar tanto al pasivo como a los propios accionistas

La rentabilidad económica es la tasa con que la empresa remunera la totalidad de los recursos invertidos.

La rentabilidad económica (ROE)

Para su cálculo se utilizan las tres principales variables operativas de una empresa:

Ingresos totales

Gastos totales

Activos totales

La Rentabilidad Económica se mide generalmente como ratio:

BAIT/AT

$$ROE = \frac{\text{Beneficios antes de impuestos e intereses}}{\text{Activo total}}$$

De acuerdo al criterio de (Eslava J, 2008, págs. 91-103) manifiesta que Rentabilidad Financiera:

Mide la capacidad de la empresa para remunerar a su propietario representado en última instancia, el coste de oportunidad de los fondos que mantienen invertido en la empresa y posibilita la comparación al menos al principio con los rendimientos de otras inversiones alternativas.

Rentabilidad Financiera

$$ROA = \frac{\text{Beneficios neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

Rentabilidad Financiera Bruta

$$RFB = \frac{\text{Beneficio antes de tributos}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

Rentabilidad Financiera Neta

$$RFN = \frac{\text{Beneficios Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

De acuerdo al criterio de analistas financieros y algunos autores la existencia de un alto ratio de rentabilidad financiera es sinónimo de que la empresa es exitosa mientras un bajo ratio significaría todo lo contrario.

Rentabilidad de capital

$$RC = \frac{\text{Capital Invertido}}{\text{Intereses Ganados}}$$

Análisis DUPONT

Modelo Dupont: hace parte de los índices de rentabilidad o rendimiento y en él se conjugan dos de los índices usados con más frecuencia. El sistema de análisis DuPont actúa como una técnica de investigación dirigida a localizar las áreas responsables del desempeño financiero de la empresa; el sistema de análisis DuPont es el sistema empleado por la administración como un marco de referencia para el análisis de los estados financieros y para determinar la condición financiera de la compañía

El sistema DuPont reúne, en principio, el margen neto de utilidades, que mide la rentabilidad de la empresa en relación con las ventas, y la rotación de activos totales, que indica cuán eficientemente se ha dispuesto de los activos para la generación de ventas. **(Castaño J, 2011, pág. 91)**

El Análisis DUPONT es una herramienta que ayuda a la gerencia a saber en qué estado se encuentra la entidad e indica si los recursos de la misma están siendo utilizados con eficiencia y eficacia

2.5. Hipótesis

Los procedimientos de control interno al proceso de comercialización Inciden en la rentabilidad de la Empresa Bazar y papelería LA TRANCA.

2.6. Señalamiento de Variables

Variable independiente: Procedimientos de control interno al proceso de comercialización

Variable dependiente: Rentabilidad

Unidad de Observación: Bazar y Papelería La Tranca

Término de relación: Los, ocasionan la, de la

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1 Modalidad básica de la investigación

En el desarrollo de la investigación de acuerdo al criterio de **(Herrera L, 2004)** nos manifiesta que existen tres modalidades de investigación:

“Investigación de Campo: es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos”.

“La investigación documental – bibliográfica: tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos, en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones”.

“Investigación experimental: es el estudio en que se manipula ciertas variables independientes para observar los efectos en las respectivas variables dependientes, con el propósito de precisar la relación causa-efecto”.

En el presente trabajo de investigativo se utilizó la investigación de campo debido a que se trasladó al lugar de los hechos, es decir a la Empresa bazar y papelería LA TRANCA; en la cual se detectó el problema que ahora es objeto de estudio, además se utilizó la investigación de bibliográfica ya que se acudió a la biblioteca de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, para investigar las categorías fundamentales de la variables tanto dependiente como de la independiente a través de la cual se pudo recopilar la información necesaria para elaborar la presente Tesis.

3.2. Nivel o Tipo de Investigación.

El presente trabajo de investigación será desarrollara en un nivel exploratorio, documental y descriptivo; necesarios para el desarrollo y entendimiento de la problemática existente dentro de la empresa Bazar y papelería La tranca.

3.2.1. Investigación exploratoria.

De acuerdo al criterio **Roberto Hernández y Otros (2010, pág. 79)**

Se realiza cuando el objetivo de estudio es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado el cual tiene dudas o no se ha abordado antes. Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto a un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones o postulados.

El objetivo principal de la investigación exploratoria es la de examinar el problema existente dentro de la organización con la finalidad de comprender el mismo para dar un tipo de solución a dicha problemática.

3.2.2. Investigación Documental

“La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema de estudió; las principales fuentes documentales son: libros, periódicos, revistas” **(Bernal C, 2006, pág. 110).**

La Investigación documental sirve de soporte para la construcción de Marco Teórico, para lo cual es necesario consultar todo tipo de libros relacionados con el tema a investigarse.

3.2.2. Investigación descriptiva

El autor **(Bernal C, 2006, pág. 110)** manifiesta que:

Una de las principales funciones de la investigación descriptiva es la capacidad de seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de dicho objeto. La investigación descriptiva es uno de los tipos de investigación más utilizados por los principiantes de la actividad investigativa.”

3.2.3. Investigación correlacional

El autor **(Bernal C, 2006, pág. 110)** manifiesta que la Investigación Correlacional tiene como propósito.

Mostrar o examinar la relación entre dos variables. De acuerdo con el autor, uno de los puntos más importantes respecto de la investigación correlacional es examinar relaciones entre variables o sus resultados, pero en ningún momento explica que una sea causa de la otra”

3.2.4 Investigación explicativa.

Tiene como propósito fundamental la prueba de la hipótesis, se centra en explicar porque ocurre un fenómeno, en qué condiciones se manifiesta, o porque se relaciona dos o más variables.

La siguiente investigación se desarrollará en un nivel exploratorio que ya se logró al momento de generar la hipótesis reconociendo tanto la variable independiente Control Interno y la variable dependiente la Rentabilidad que son las de interés investigativo, sondeando así el problema poco investigativo o desconocido en un contexto particular. De acuerdo al nivel descriptivo que se compara entre dos o más fenómenos, situaciones o estructuras, caracterizando una comunidad y distribuyendo datos variables considerables aisladamente para dar mediciones precisas por lo que se requiere de conocimientos suficientes para la aplicación de procedimientos de control interno.

3.3. Población y Muestra

3.3.1 Población

Según (Herrera L, 2004, pág. 107) la definen a la población como:

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, circunstancias en que se recurre a un método estadístico de muestreo que consiste en seleccionar una parte de las unidades de un conjunto, de manera que sea el más representativo del colectivo en las características de estudio

La población estudiada está conformada por el personal que labora en la empresa bazar y papelería LA TRANCA, conformada por doce personas, detalladas a continuación:

TABLA 1: MATRIZ DE POBLACIÓN

N°	Cargo	Nombre
1	Gerente-propietario	Sr. Fredy Naranjo
1	Administradora	Sra. Patricia Naranjo
1	Asesor contable tributario externo	Lic. Milton Ortega
1	Auxiliar contable	Srta. Shirley Vélez
1	Sistemas	Ing. Santiago Ortiz
1	Atención al cliente	Srta. Patricia Caisa
1	Atención al cliente	Srta. Mayra Panzaña
1	Atención al cliente	Srta. Piedad Chimborazo
1	Atención al cliente	Srta. Estefanía Silva
1	Cajera	Sra. Mirian Naranjo
1	Cajera	Piedad Terreros
1	Bodeguero	Gustavo Ochoa
TOTAL		12 Empleados

Fuente: Recopilación del autor

Elaborado por: Celia Lesano

3.3.2 Muestra

En palabras de **(Alma Del Cid, 2011, pág. 91)** define a la muestra como “la parte a o fracción representativa de un conjunto de una población o universo colectivo, que ha sido obtenida con el fin de investigar ciertas características.

En el presente trabajo investigativo se tomará como muestra a toda la población de acuerdo a la conceptualización del muestreo probabilístico que señala:

Muestreo probabilístico regulado.

“Forma parte de los elementos de la muestra los elementos del universo en los cuales se hace presente el problema de investigación” **(Herrera, 2002, pág. 108)**

Tabla 2: Matriz de la Muestra

POBLACIÓN	Nº	%
Gerente	1	4,55%
Empleados	11	95,45%
TOTAL	12	100%

Fuente: Bazar y Papelería la Tranca

Elaborado por: Celia Lesano

3.4. Operacionalización de Variables

Tabla 3: Operacionalización de la Variable Independiente: Control Interno al Proceso de Comercialización

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
EL Control interno al proceso de comercialización es un proceso adoptado por la administración y el personal; comprende el plan de la organización y todos los métodos y medidas coordinadas que se adoptan en un negocio para salvaguardar sus activos, verificar la exactitud y la confiabilidad de sus datos contables, promover la eficiencia operacional y fomentar la adherencia a las políticas prescritas.	Políticas Internas	Desconocimiento de políticas y procedimientos	¿Existen políticas de control interno para el proceso de comercialización?	Encuesta al personal del “Bazar y Papelería la Tranca”
	Recursos	Salvaguardar los recursos Establecimiento de puntos de control Vigilancia del cumplimiento de políticas	¿Existe una planificación adecuada para salvaguardar la mercadería en las bodegas de la entidad?	
	Comunicación	Organización Interna Capacitación al personal de ventas Manejo de sistema contable Cantidad de existencias	¿Las mercaderías de la entidad están organizadas en perchas o estanterías de forma correcta? ¿Existe una manual adecuado para el personal de ventas? ¿El sistema contable con que cuenta la empresa arroja los precios correctos?	

	Medición y evaluación d	Documentos de respaldo Evaluación del desempeño	¿Existe un control minucioso de las entradas y salidas de mercadería? ¿Está al día el inventario de existencias de la entidad?	
	Riesgos	Acciones correctivas Supervisión de las funciones encomendadas	¿Se realizan arquezos de caja diarios? ¿Se otorga crédito a los clientes? ¿Existen políticas que controlen la rentabilidad diaria en las ventas?	

Elaborado por: Celia Lesano
Fuente: Análisis de la Investigación

Tabla 4 Operacionalización de la Variable Dependiente: Rentabilidad

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TECNICA E INSTRUMENTO
La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas en función de los activos y utilización de inversiones en función del patrimonio.	Rentabilidad sobre activos	$ROA = \frac{Utilidad\ Netas}{Activos}$	¿Los propietarios de la entidad han obtenido un rendimiento razonable de los activos bajo su control?	Encuesta al personal del “Bazar y Papelería la Tranca” y Fichas de Observación
	Rentabilidad sobre patrimonio	$ROE = \frac{Utilidad\ Netas}{Patrimonio}$	¿Se ha obtenido beneficios por el patrimonio invertido de los propietarios de la entidad?	
	Capital de Trabajo	<p>Sistema Dupont</p> $= \frac{Utilidad\ Neta}{Ventas}$ <p>* $\frac{Ventas}{Activo\ Total}$</p> <p>* <i>Multiplicador de capital</i></p>	<p>¿Cómo se establece el margen de utilidad en la entidad?</p> <p>¿Se da un uso eficiente de los activos fijos de la entidad?</p>	

			<p>¿Qué tipo de inversión se utiliza para que la entidad opere con normalidad?</p> <p>¿Se ha realizado análisis de rentabilidad de los estados financieros?</p>	
--	--	--	---	--

Elaborado por: Celia Lesano

Fuente: Análisis de la investigación

3.5. Plan de recolección de información.

En el libro Metodología de la Investigación (**Herrera, 2002, págs. 174-185**), nos manifiesta que la construcción de la información se opera en dos fases: plan de recolección de información y plan para el procesamiento de la información

3.5.1. Recolección de información

En el libro Metodología de la Investigación (**Herrera, 2002, págs. 178-183**) manifiestan que:

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

- **Definición de los sujetos: personas u objetos que van hacer investigados.** La información se recolectará aplicando la técnica de la encuesta para la Administradora de la empresa Sra. Patricia Naranjo, y al personal que labora en Bazar y Papelería “**La Tranca**”, para determinar el grado de vinculación entre el control interno y la rentabilidad. Estas actividades serán realizadas directamente por el investigador durante año 2014 en la Empresa “Bazar y Papelería La Tranca”
- **Selección de técnicas a emplear en el proceso de recolección.** Para la recolección de información para el desarrollo del presente trabajo de investigación, se aplicará la encuesta y la observación de campo.

La encuesta

“Es una de las técnicas de recolección de información más usadas. La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de la personas. Así nos manifiesta (**Bernal C, 2006, pág. 177**) en su obra titulada Metodología de la Investigación.

Según **Carlos Villalba Avilés** (2014, págs. 109-110)

La ventaja de la encuesta frente a otras técnicas es su versatilidad o capacidad para recoger los datos sobre una amplia gama de necesidades de información.

Pasos para la aplicación de la encuesta.

- Definir el asunto a tratar.
- Elaborar un cuestionario.

- Realizar preguntas a tiempo.
- Probar con anterioridad el cuestionario.
- No plantear demasiadas preguntas en el cuestionario.
- Las preguntas del cuestionario deben satisfacer las necesidades del investigador.
- Hay que tener mucho cuidado en la enunciación de las preguntas.
- Todos los datos conseguidos por la encuesta sirven para tabulaciones y la respectiva instrumentación.

La observación.

De acuerdo a **(Villalba, 2014, pág. 100)**, cita:

Es la técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho en caso o actividad, tomar información y registrarla en su posterior análisis, la observación es la técnica más antigua que se utiliza en la evaluación psicológica; pero todavía se la emplea y proporciona garantías suficientes en la recolección de datos.

Instrumentos seleccionados o diseñados de acuerdo con la técnica escogida. Los instrumentos utilizados para la recolección de información en el presente trabajo investigativo, será elaborado y diseñado por el investigador, como es el caso de la encuesta y la observación

Selección de recursos de apoyo. Para la desarrollo de la presente investigación tendremos la colaboración de la Sra. Patricia Naranjo, Administradora de la empresa bazar y papelería” **La Tranca”** y el personal.

3.6. Plan de procesamiento y análisis

3.6.1. Plan de procesamiento de la información

De acuerdo a **(Herrera, 2002, pág. 184)** en su libro “**Metodológica de la Investigación**”, nos manifiesta que los datos recogidos se transforman siguiendo los siguientes procedimientos:

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

- **Tabulación o Gráfico s según variables:** Gráfico con cruce de variables.
- **Manejo de información** (reajuste de Gráfico s con casillas vacías con datos tan reducidos cuantitativamente, que no influyen significativamente el análisis)

Estudio estadístico de datos: para la presentación de resultados.

Representaciones gráficas: Las representaciones gráficas son un medio utilizado por las personas para expresar pensamientos, sentimientos; constituyen en una importante fuente de información.

En los diferentes Gráfico se representará y resumirá la información adquirida mediante la técnica de encuesta aplicada al personal que labora en bazar y papelería **LA TRANCA**

La tabulación de los datos obtenidos a través de la técnica y la observación utilizadas servirá de base para el análisis de los resultados por medio de los cuales se podrá llegar a las conclusiones y recomendaciones.

3.6.2. Plan de análisis e interpretación de resultados

En palabras de (Herrera, 2002, pág. 185) en su libro “**Metodología de la Investigación**” nos manifiesta que el análisis e interpretación de resultados se realiza siguiendo los siguientes pasos.

- **Análisis de los resultados estadísticos:** destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos de la hipótesis.
- **Interpretación de los resultados:** con el apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- **Comprobación de la hipótesis:** Utilización del estadígrafo T-Student.
- **Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.**

Las conclusiones y recomendaciones a las que se llegue en el presente trabajo investigativo, se determinaran a través del análisis e interpretación de los resultados de los datos obtenidos mediante las técnicas e instrumentos aplicados durante el proceso investigativo; los mismos que estarán estrechamente relacionados con los objetivo planteados.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados

La información que se presenta a continuación en el presente trabajo investigativo será en base a la técnica de la encuesta que fue realizada al personal y gerente administrativo de la empresa Bazar y Papelería “La Tranca” la misma que está relacionada tanto con la variable dependiente como la independiente, para medir la necesidad de implementar procedimientos de control interno al proceso de comercialización.

El análisis se realizará en base a los datos obtenidos, los cuales será necesario depurarlos con el fin de que exista un nivel de confiabilidad razonable

4.2 Interpretación de datos

La encuesta realizada está conformada por 18 preguntas, dirigida a una muestra de 12 personas que pertenecen al personal de “Bazar y Papelería “La Tranca”, para su mejor comprensión e interpretación se detallan a continuación en tablas, gráficos los análisis de cada pregunta

Cuestionario al personal de “Bazar y papelería La Tranca”

1. ¿Es necesario establecer políticas de control interno al proceso de comercialización?

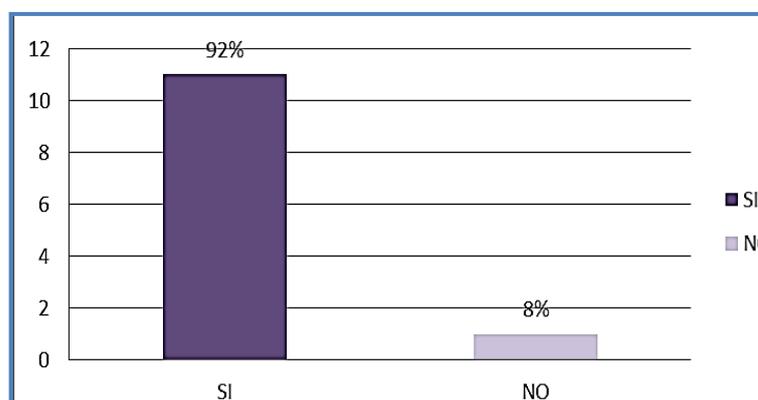
Tabla 5: Establecimiento de Políticas de control Interno

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
SI	11	92%
NO	1	8%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal de la Empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico Nº 5: Establecimiento de Políticas de control Interno



Fuente: Encuesta al personal de la Empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

,Obtenemos como resultado que el 92% de encuestados afirmaron que es necesario el establecimiento de políticas de control interno al proceso de comercialización, mientras que el 8% manifestaron que no es necesario.

Interpretación:

Se observa que la mayoría de encuestados manifestaron que no existen políticas de control interno en el proceso de comercialización, por lo que es necesario implementar procedimientos de control que beneficien al área de estudio, y permitan el incremento de la rentabilidad.

2. ¿El sistema contable con que cuenta la empresa arroja los precios correctos?

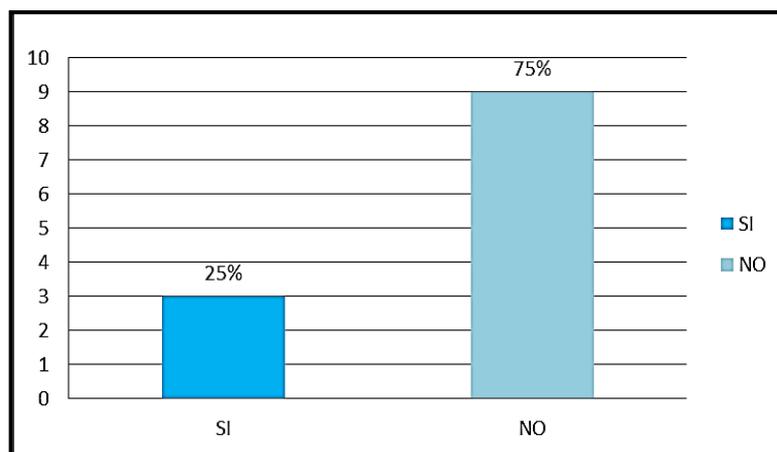
Tabla 6 Sistema Contable

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	25%
NO	9	75%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta personal de la empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico N° 6: Sistema Contable



Fuente: Encuesta al personal de la empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Se obtuvo como resultado que el 75% de encuestados indicaron que el sistema contable con que cuenta la empresa no arroja los precios correctos, mientras que el 25% indicó que sí arroja.

Interpretación:

En la entidad el sistema contable actual no arroja los precios correctos en facturación, y esto ocasiona confusiones en las ventas, por lo que se debería actualizar el sistema con la lista de precios.

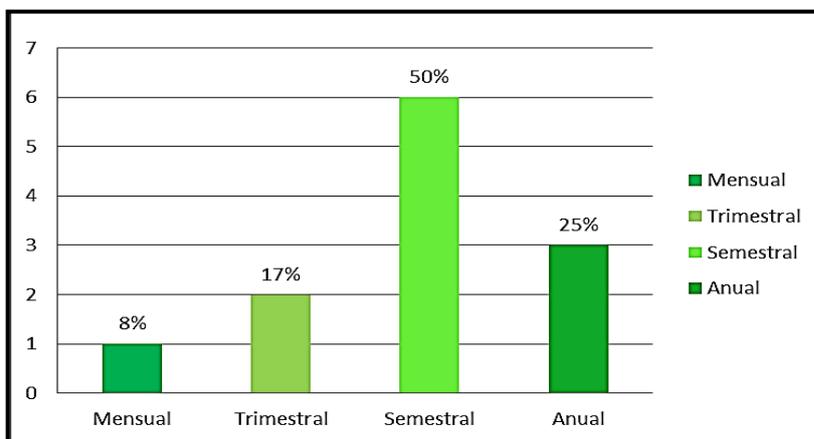
3. ¿Con que periodicidad se efectúan las tomas físicas en bodega?

Tabla 7 :Periodicidad de tomas en físicas en bodega

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	1	8%
Trimestral	2	17%
Semestral	6	50%
Anual	3	25%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal de la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico N° 7: Periodicidad de toma física en bodega en bodega



Fuente: Encuesta al personal de la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Obtenemos como resultado que el 50% de encuestados indicaron que la periodicidad de planificación que existe en la entidad para salvaguardar la mercadería en las bodegas es semestral, por otro lado el 25% indicó que es Anual, mientras que el 17% indicó que se la realiza de forma trimestral, y finalmente el 8% afirmó que es mensualmente.

Interpretación:

Se observa que la periodicidad de planificación de mercaderías en bodega no es la más adecuada, y es importante que se realice de forma mensual para evitar errores en la entrada y salida de existencias y por ende en el inventario.

4. ¿Las mercaderías de la entidad están organizadas en perchas o estanterías de forma correcta?

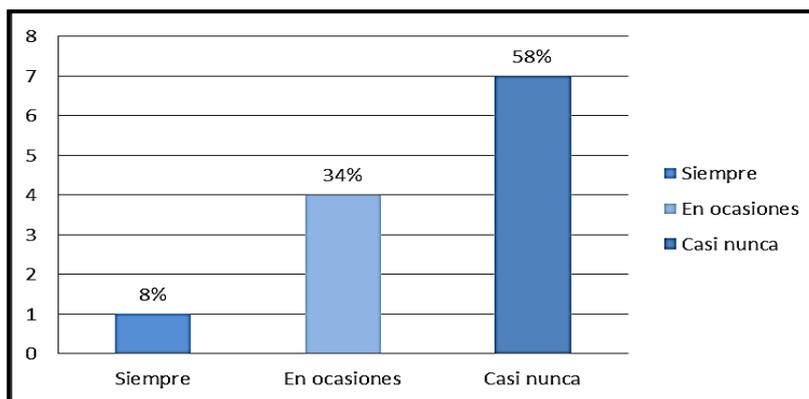
Tabla 8: Mercadería organizada de manera correcta

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	1	8%
En ocasiones	4	34%
Casi nunca	7	58%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta personal de la empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico N° 8: Mercadería organizada de manera correcta



Fuente: Encuesta al personal de la empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Observamos que el 58% de encuestados indicaron que, las mercaderías de la entidad casi nunca están organizadas de forma correcta, por otro lado el 34% indicó que en ocasiones se encuentra organizada de manera correcta, mientras que el 8% indicó que siempre se encuentra organizada

Interpretación:

La mayoría de encuestados afirmó que casi nunca se organizan las perchas de forma correcta, esto ha afectado la organización de los productos debido a que hay artículos sin rotación, y es necesario que se diseñen políticas, que solucionen este problema.

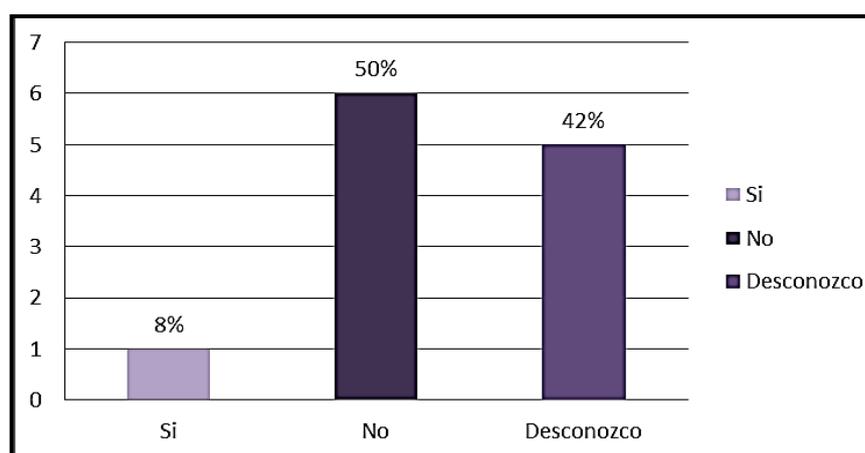
5. ¿Existe un manual adecuado para el personal de ventas?

Tabla 9: Manual de personal de ventas

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	8%
No	6	50%
Desconozco	5	42%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal de la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico N° 9: Manual personal de ventas



Fuente: Encuesta al personal de la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Se observa que el 50% de encuestados manifestaron que no existe un manual adecuado para el personal de ventas, por otro lado el 42% indicaron que sí existe un manual de funciones, mientras que el 8% indicó que desconoce la existencia de un manual de control interno para el personal de ventas.

Interpretación:

Se observa que la mayoría de encuestados afirman que no existe un manual para el personal de ventas, por lo que se requiere el diseño de una manual de funciones y responsabilidades, que ayude a orientar a los vendedores en sus actividades cotidianas.

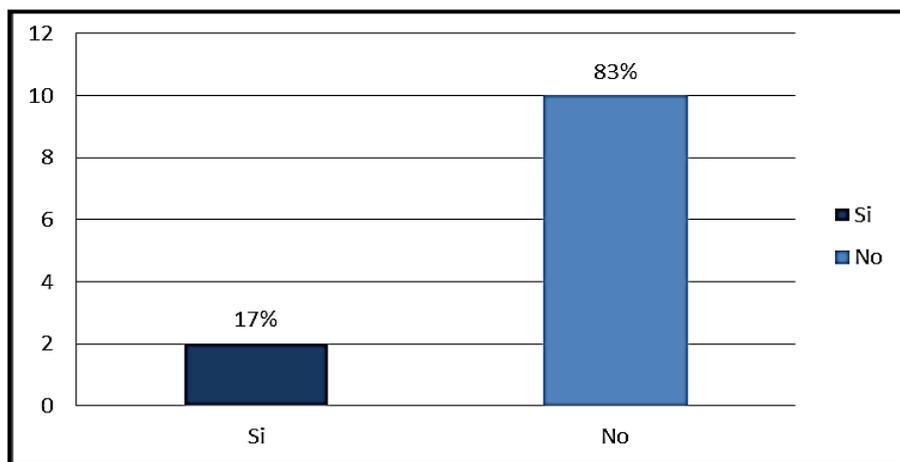
6 ¿Existe un control minucioso de las entradas y salidas de mercadería?

Tabla 10: Control de entradas y salidas de mercadería

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	17%
No	10	83%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal de la empres
Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico N° 10: Control de entradas y salidas de mercadería



Fuente: Encuesta al personal de la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Se obtuvo como resultado que el 83% de encuestados dieron como respuesta que no existe un control minucioso de entradas y salidas de mercadería, mientras que el 17% manifestó que si existe.

Interpretación:

La mayoría de personas afirmó que no existe un control minucioso de entradas y salidas de mercadería, sin embargo se requiere aplicar un método de valoración de existencias, que refleje saldos reales de artículos en la entidad.

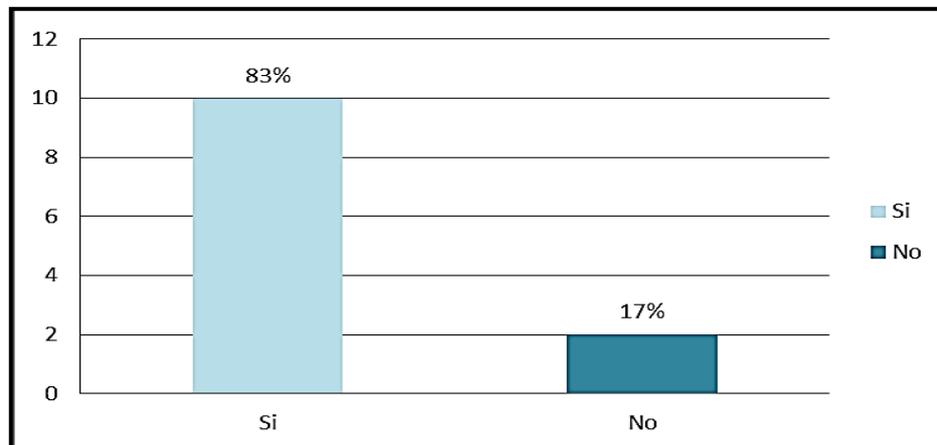
¿Se emiten comprobantes de egreso que soporten las erogaciones del dinero recaudado de las ventas?

Tabla 11: Documento de erogaciones de dinero de las venta

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	83%
No	2	17%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal de la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico Nº 11: Documento de erogaciones de dinero de las ventas



Fuente: Encuesta al personal de la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Se observa que el 83% de encuestados dieron como respuesta que si realizan documentos de soporte de las erogaciones de dinero por concepto de ventas, por otro lado el 17 % respondió que no se realizan.

Interpretación:

Se observa que Bazar y Papelería “La Tranca”, sí emiten comprobantes de egreso, por concepto de las erogaciones del dinero recaudado, sin embargo en ocasiones no lo hacen.

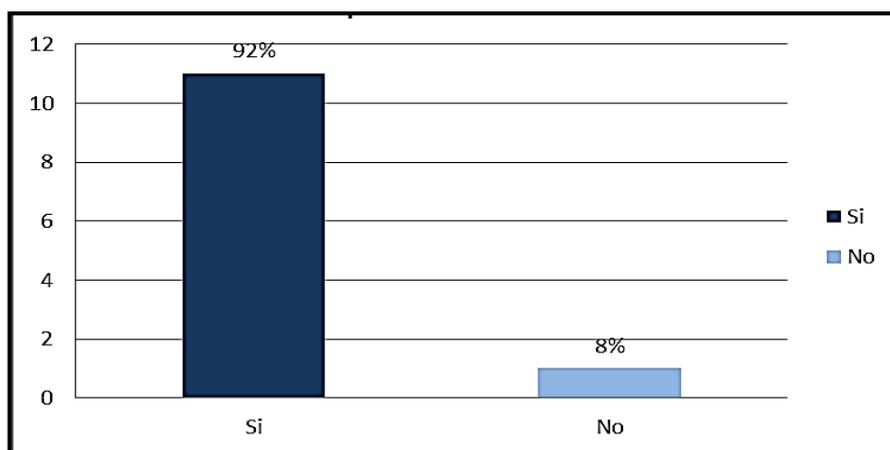
7. ¿Las ventas realizadas tienen su respectivo documento de soporte?

Tabla 12: Documento soporte de las ventas realizadas

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	92%
No	1	8%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal de la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico N° 12: Documento soporte de ventas realizadas



Fuente: Encuesta al personal que labora en la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Se observa que el 92% de encuestados contestaron afirmativamente la existencia de un documento soporte, por otro lado el 8% indicó que no existe

Interpretación

La mayoría de encuestados indicó, que las ventas realizadas en la entidad, siempre tienen su respectivo documento de soporte como: facturas, guías de remisión.

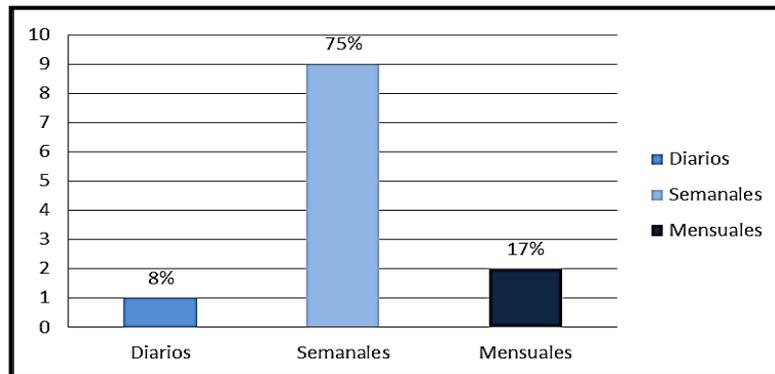
8. ¿Cada que tiempo se realizan arqueos de caja en Bazar y Papelería “La Tranca”?

Tabla 13: Arqueo de caja

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Diarios	1	8%
Semanales	9	75%
Mensuales	2	17%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal de la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico N° 13: Arqueo de caja



Fuente: Encuesta al personal de la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Se observa que el 75% de encuestados dieron como respuesta que los arqueos de caja se lo realizan semanalmente, por otro lado el 17% indicó que se lo realiza diariamente, mientras que el 8% indicó manifestó que se lo realiza mensualmente

Interpretación

En base a las respuestas de los encuestados, se concluye que los arqueos de caja se los hace de forma semanal, lo que significa que es improcedente que se realice con esa periodicidad de tiempo, y se debería hacer de forma diaria, para detectar faltante o sobrantes de efectivo.

9. ¿Se otorga crédito a los clientes?

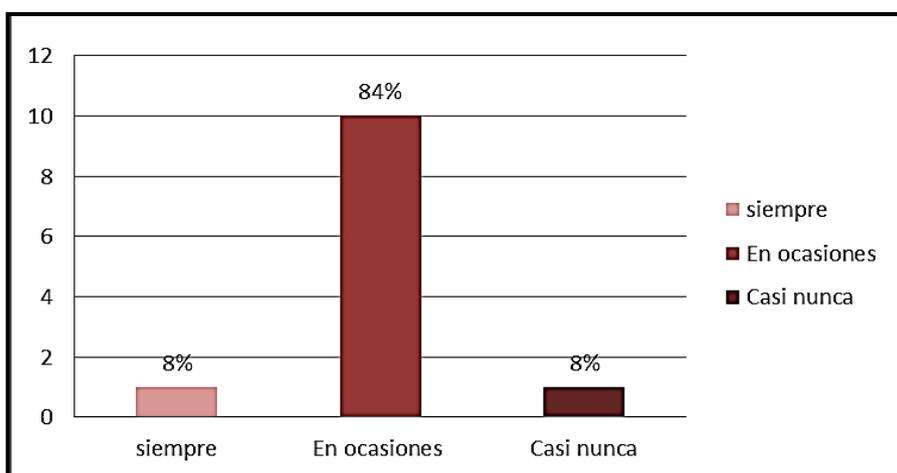
Tabla 14: Créditos a los clientes

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
siempre	1	8%
En ocasiones	10	84%
Casi nunca	1	8%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal de la empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico N° 14: Créditos a los clientes



Fuente: Encuesta al personal de la empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Obtenemos como resultado que el 84% de encuestados manifestaron que en ocasiones se entregan créditos, por otro lado el 8% indicó que si se otorgan créditos, mientras que el otro 8% de la población indicó que casi nunca se los otorgan.

Interpretación:

La mayoría de encuestados indicó, que los créditos a clientes se otorgan en ocasiones, por montos superiores a \$1000, lo que significa que la entidad, posee suficiente liquidez para solventar sus pasivos a corto plazo.

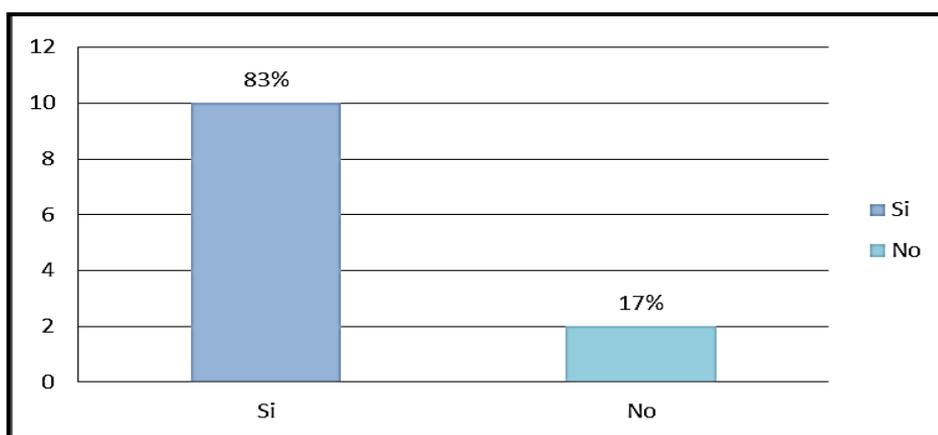
10. ¿Existe una lista de precios vigente y actualizada?

Tabla 15: Lista de precios vigente

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	83%
No	2	17%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal de la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico Nº 15: Lista de precios vigente



Fuente: Encuesta al personal de la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Se observa que el 83% de encuestados manifestaron que si existe una lista de precios vigente y actualizada, mientras que el 17% indicó que no está actualizada.

Interpretación:

La mayoría de encuestados afirma que en la entidad sí existe una lista de precios vigente y actualizada, sin embargo en ocasiones no está cuadrada.

11. ¿Existen políticas que controlen la rentabilidad por concepto de ventas?

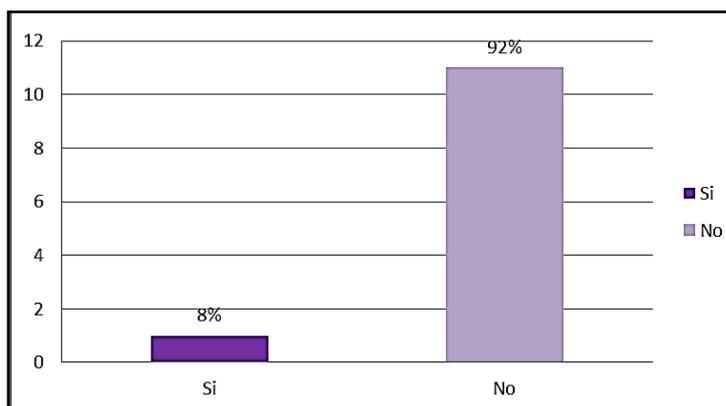
Tabla 16: Políticas de control de rentabilidad para las ventas

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	92%
No	11	8%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal de la empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico N° 16: Políticas que controlen la rentabilidad para las venta



Fuente: Encuesta al personal de la empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Se observa que el 92% de encuestados contestaron que no existen políticas que controlen la rentabilidad, por concepto de ventas, mientras que el 8% manifestó que si existen un control.

Interpretación:

En la entidad se observa que no se han establecido políticas que controlen la rentabilidad por concepto de ventas, lo que significa que es necesario establecer políticas de control en las ventas

12. ¿Los propietarios de la entidad han obtenido un rendimiento razonable de los activos bajo su control?

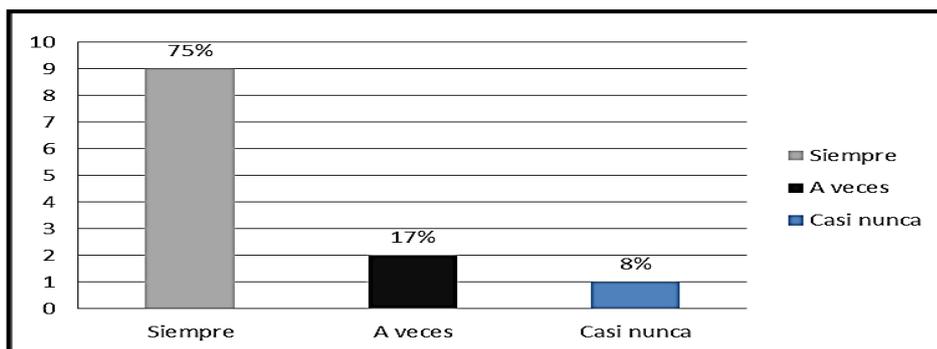
Tabla 17: Rendimiento de activos

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	9	75%
A veces	2	17%
Casi nunca	1	8%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal de la empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico N° 17: Rendimiento de activos



Fuente: Encuesta al personal de la empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Se observa que el 75% de encuestados respondieron que los propietarios siempre obtienen rendimientos económicos de los activos bajo su control, mientras que el 17% respondieron que a veces, por otro lado el 8% indicó que casi nunca han obtenido rendimientos económicos de sus activos.

Interpretación:

Se observa que los propietarios siempre obtienen rendimientos o beneficios razonables de los activos que están bajo su control.

13. ¿Se ha obtenido beneficios por el patrimonio invertido de los propietarios de la entidad?

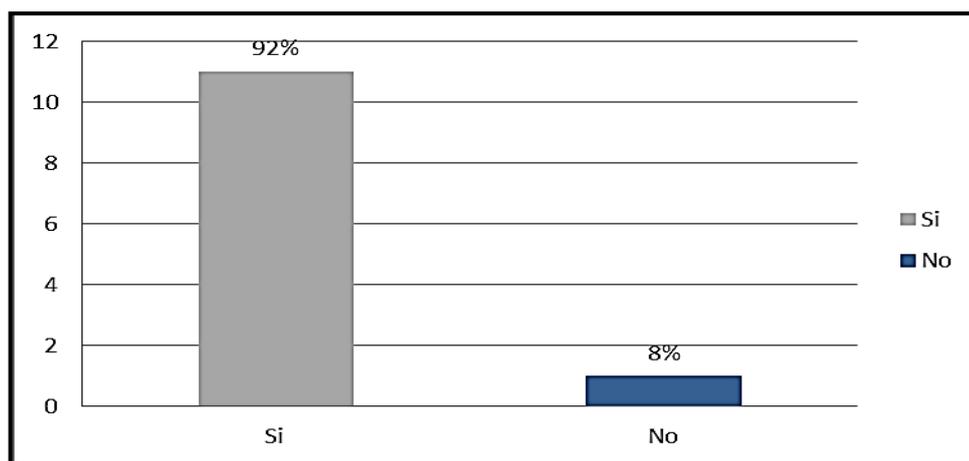
Tabla 18: Beneficios de patrimonio invertido

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	92%
No	1	8%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal de la empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico N° 18: Beneficio de patrimonio invertido



Fuente: Tabla N° 18

Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Observamos que el 92% de encuestados respondieron que si han obtenido beneficios los propietarios sobre el patrimonio invertido, por otro lado el 8% indicó que no lo han tenido.

Interpretación:

La mayoría de encuestados indicó que los propietarios de la entidad, si han obtenido beneficios por el capital o patrimonio inicial invertido en “Bazar y pepelería La Tranca”

14. ¿Cómo se establece el margen de utilidad en la entidad?

Como se establece el margen de Utilidad

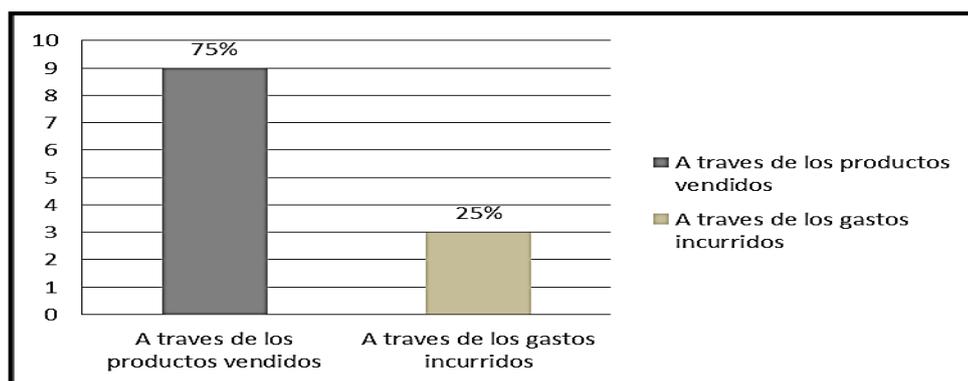
Tabla 19: Como se establece el margen de utilidad

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
A traves de los productos vendidos	9	75%
A traves de los gastos incurridos	3	25%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal de la empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico N° 19: Como se establece margen de utilidad



Fuente: Encuesta al personal de la empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Se observa que el 75% de encuestados respondieron que el margen de utilidad se establece a través de los productos vendidos, mientras que el 25% respondió que el margen de utilidad se establece a través de los gastos incurridos.

Interpretación:

En la entidad las personas encuestados manifestaron que mayoritariamente el margen de utilidad se establece a través de los productos vendidos, y una parte indicó que se lo hace a través de los gastos incurridos.

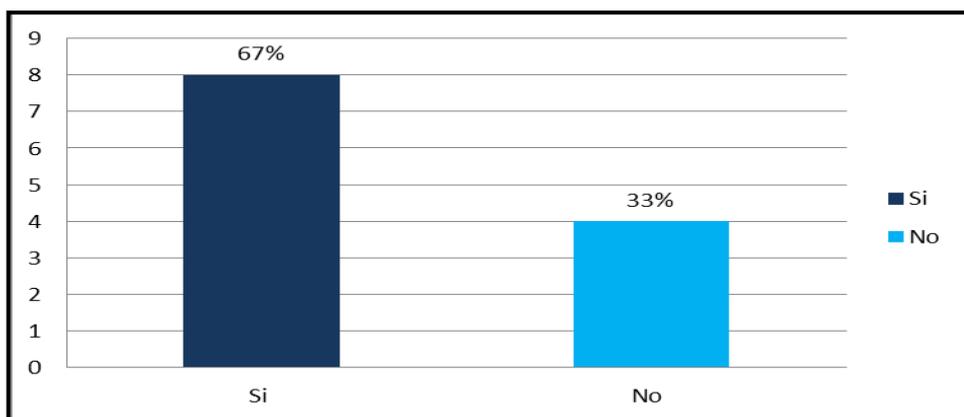
15. ¿Se da un uso eficiente de los activos fijos de la entidad?

Tabla 20: Uso eficiente de activo

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	67%
No	4	33%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal de la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico N° 20: Uso eficiente de activo



Fuente: Encuesta al personal de la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Se observa que el 67% de encuestados respondieron que en efecto, se da un uso eficiente de los activos fijos de la entidad, mientras que el 33% manifiesta que no se da un uso adecuado a los activos fijos.

Interpretación:

En "Bazar y Papelería la Tranca", se está dando un uso eficiente de los activos fijos de la entidad, sin embargo hay activos que se encuentran sin utilización o están deteriorados o no se ha dado de baja, por Contabilidad.

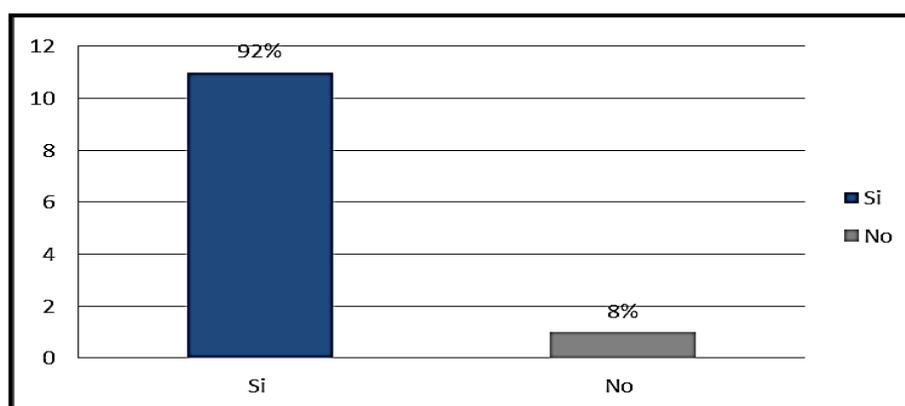
16. ¿Qué tipo de inversión se utiliza para que la entidad opere con normalidad?

Tabla 21: Tipo de inversión

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Aporte socios o dueños	11	92%
Prestamos entidades financieras	1	8%
TOTAL	12	100%

Fuente: Bazar y Papelería La Tranca
Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico N° 21: Tipo de inversión



Fuente: Encuesta al personal de la empresa
Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

Se obtuvo como resultado que el 92% de encuestados dijeron que el tipo de inversión para que la empresa opere con normalidad es el aporte de los socios o dueños, mientras que el 8% manifestó que la empresa opera con préstamos de entidades financieras.

Interpretación:

Los encuestados manifestaron que la entidad ha operado mayoritariamente con aporte o inversión de los propietarios de la misma.

18 ¿Se ha realizado análisis de rentabilidad de los estados financieros?

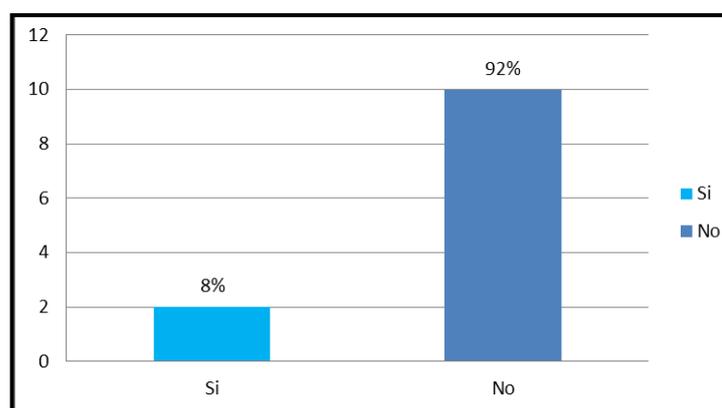
Tabla 22: Análisis de rentabilidad

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	92%
No	10	8%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal de la empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Gráfico N° 22: Análisis de rentabilidad



Fuente: Encuesta al personal de la empresa

Elaborado por: Celia Lesano

Análisis:

, Se obtuvo como resultado que el 92% de encuestados, manifestaron que no se realizan análisis de rentabilidad de los estados financieros, mientras que el 8% manifestaron que la empresa si realiza análisis de rentabilidad.

Interpretación:

Es necesario que en la entidad se efectúen análisis de rentabilidad de los Estados Financieros, además que se debe aplicar indicadores que permitan conocer los tipos de beneficios que la entidad ha obtenido en el último periodo económico.

4.3 Verificación de hipótesis

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

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

Para la comprobación se usaran las preguntas 1 y 17.

Pregunta 1: Control Interno en el proceso de comercialización

¿Es necesario establecer políticas de control interno al proceso de comercialización?

Pregunta 17: Rentabilidad

¿Se ha realizado análisis de rentabilidad de los estados financieros?

4.3.1 Simbología

Ho= Hipótesis Nula

Ha= Hipótesis alternativa o de investigación.

CIPC= Control Interno al proceso de comercialización

R= Rentabilidad

p= Nivel de Confianza

α = Margen de Error

Simbología T de Student

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

\bar{x} = Media aritmética

gl = grados de libertad

u = valor a analizar

S = desviación estandar

n = tamaño de la muestra

4.3.2 Modelo Lógico

Hipótesis alterna Ha

Ha: Los inadecuados procedimientos de control interno al proceso de comercialización **SI** ocasionan la disminución de la rentabilidad en Bazar y papelería LA TRANCA

Hipótesis Nula Ho

Ho: Los inadecuados procedimientos de control interno al proceso de comercialización **NO** ocasionan la disminución de la rentabilidad en Bazar y papelería LA TRANCA.

4.3.3 Modelo Matemático

Ha= CIPC = R

Ho= CIPC \neq R

4.3.4 Determinación del Nivel de Significancia.

El nivel de significacion co el que se trabajara es de el 5%

4.3.5 Nivel de Significancia

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

$$\alpha = 1 - 0,025$$

$$\alpha = 0,975$$

4.3.6 Grados de Libertad

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

Numero de individuos estudiados menos uno.

$$gl = N - 1$$

Donde:

N: Es la población de Estudio = 12

Entonces

$$gl = N - 1$$

$$gl = 12 - 1$$

$$gl = 11$$

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

4.3.7 Nivel de significancia y Grados de Libertad

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

$$gl = 11$$

"T" tabulado = **2.201** (dentro de la curva normal)

Observacion de frecuencias

Alternativas	Pregunta 1	Pregunta 17	Total
Si	11	2	13
No	1	10	11
total	12	12	24

4.3.9 Fórmulas

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

4.3.10 Media Aritmética

$$\bar{x} = \frac{\sum fo}{n^{\circ} preguntas}$$

$$\bar{x} = \frac{24}{17}$$

$$\bar{x} = 1.41$$

4.3.11 Desviación estandar

$$S = \sqrt{\frac{\sum (xi - x)}{n}}$$

$$\sum (xi - x)^2 = (11-6.5)^2 + (1-6.5)^2 + (2-6.5)^2 + (10-6.5)^2$$

$$\sum (xi - x)^2 = 20.25 + 30.25 + 20.25 + 12.25$$

$$\sum (xi - x)^2 = 83$$

$$S = \sqrt{\frac{83}{12}}$$

$$S = \sqrt{\frac{6.92}{12}}$$

$$S = 2.63$$

4.3.12. "T" de Student

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

$$t = \frac{6.5 - 1.41}{\frac{2.63}{\sqrt{12}}}$$

$$t = \frac{5.09}{\frac{2.63}{3.46}}$$

$$t = \frac{5.09}{0.76}$$

$$tc = 6.70$$

4.3.13. Cálculo Estadístico

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

4.3.14. Fórmula "T" Student

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

4.3.15. Condición

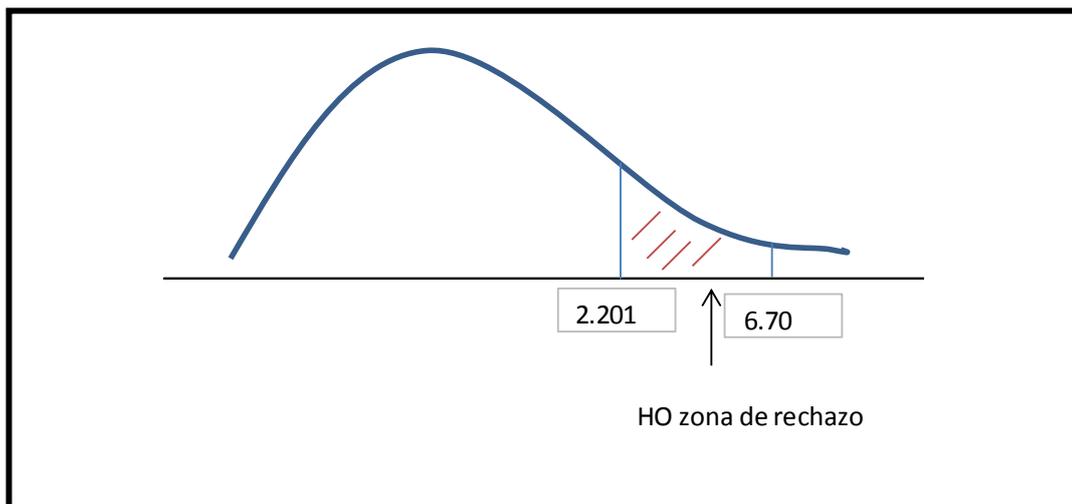
“t” de student calculado > “t” student tabulado se acepta la hipótesis alternativa.

“t” student tabulado > “t” de student calculado se acepta la hipótesis nula.

$$6.70 > 2.201 \text{ (dentro de la curva normal)}$$

Por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa si se rechaza hipótesis nula.

Gráfico Nº 23: Determinación “t” Student



Fuente: Encuesta(2015).
Elaborado por: Celia Lesano

4.3.16. Conclusión

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

6,70 > 2,201, así pues se acepta la hipótesis alternativa (H_a) y se rechaza la hipótesis nula (H_0), es decir el criterio de las personas entrevistadas de Bazar y Papelería La Tranca, afirman que la hipótesis planteada en la presente investigación en la que se indica que:

Los inadecuados procedimientos de control interno al proceso de comercialización, **SI** ocasionan la disminución de la rentabilidad en Bazar y papelería LA TRANCA.

Para la comprobación de hipótesis se aplicó un método estadístico y analítico, por lo que queda comprobado que: El Control Interno al proceso de comercialización si ocasiona la disminución de la rentabilidad Bazar y papelería LA TRANCA y es indispensable desarrollar la presente investigación

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

A continuación se procede a realizar las conclusiones detectadas en la investigación que son las siguientes:

- En la entidad no se analizan los procedimientos de control interno al proceso de comercialización, debido a que no se ha elaborado un manual o guía de funciones y responsabilidades a los colaboradores de “Bazar y Papelería La Tranca”.
- Se concluye que en la entidad no se ha analizado los beneficios obtenidos por los propietarios de la entidad, peor aún se han aplicado indicadores de rentabilidad.
- En Bazar y Papelería La Tranca, se observa que los arqueos de caja se los realiza semanalmente, lo que ha ocasiona faltantes de caja, todo esto provoca inconvenientes con las depósitos diarios debido a que no cuadra caja con depósitos.
- No se ha efectuado políticas de control interno en el proceso de comercialización lo que impide que las existencias estén actualizadas y por consiguiente, esto ocasiona retrasos en la entrega de pedidos, disminución de ventas, y por consiguiente de la rentabilidad.

5.2 Recomendaciones.

Para mejorar los errores detectados se recomienda en la entidad lo siguiente:

- Es necesario analizar los procedimientos de control interno al proceso de comercialización, como también elaborar una guía de funciones y responsabilidades adecuadas a los colaboradores de “Bazar y Papelería La Tranca”.
- Se debe analizar qué tipo de beneficios han obtenido los propietarios de la entidad, como también es indispensable aplicar indicadores de rentabilidad.
- Se debe realizar arqueos de caja de forma diaria, para evitar faltantes en caja, y que la información que arroje sea igual a los depósitos efectuados diariamente.
- Es necesario desarrollar un modelo de control interno al proceso de comercialización, para que esto ayude a mantener actualizado el inventario y los pedidos lleguen a tiempo, de esta manera se obtendrá un incremento en las ventas y por ende en la rentabilidad de “Bazar y Papelería La Tranca”

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1. Datos informativos

6.1.1 Tema:

Procedimientos de control al proceso de comercialización en la empresa Bazar y Papelería “La Tranca”, para que contribuya al incremento de la rentabilidad.

6.1.2 Institución ejecutora:

Empresa Bazar y Papelería La tranca

6.1.3 Beneficiarios:

Las personas que se beneficiarán a través de la realización de esta propuesta son:

- Gerente
- Personal Administrativo, Contable y de Ventas
- Clientes

6.1.4 Ubicación Geográfica

Provincia : Tungurahua

Cantón : Ambato

Parroquia : La Merced

Calles : Juan Benigno Vela 02-34 y Espejo

Teléfonos : 032 828-859

Horario de atención: De lunes a sábado de 9h00 a 19h30

6.1.5 Tiempo estimado para la ejecución.

El tiempo estimado para la realización de la propuesta es de:

- **Fecha de Inicio:** Enero 2015
- **Fecha Final:** Febrero 2015

6.1.6 Equipo Técnico Responsable

Tabla 23: Equipo Técnico Responsable

Naranjo Patricia	Gerente Administrativo
Ortega Toapanta Milton	Contador
Vélez Shirley	Auxiliar Contable
Lesano Ilbay Celia Mercedes	Investigadora

Fuente: Información de la empresa Bazar y papelería La Tranca
Elaborado por: Celia Lesano

6.1.7 Costo de la propuesta

El costo de la propuesta será totalmente financiada por la investigadora, el valor asciende a \$1430,00.

Tabla 24: Recursos Materiales

RUBRO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR
Suministros de Oficina		\$150,00
Fotocopias	\$ 0,05 C/C	\$150,00
Transporte	\$ 0,25 C/P	\$200,00
Internet	\$ 0,80 C/Hora	\$250,00
Impresiones	0,10 C/C	\$300,00
Alimentación		\$250,00
	SUBTOTAL	\$1.300,00
	10% DE IMPREVISTOS	\$130,00
	TOTAL	\$1.430,00

Fuente: Análisis de la investigación
Elaborado por: Celia Lesano

6.2 Antecedentes investigativos

La empresa Bazar y Papelería “La Tranca” es una entidad privada, su actividad principal es la comercialización de útiles escolares, suministros de oficina y artículos de bazar su posicionamiento en el mercado ha permitido que sus clientes puedan seleccionar entre una amplia lista de artículos.

Mediante la Investigación se ha comprobará que la empresa durante el pasar de los años ha ido creciendo constantemente, pero sin la adecuada aplicación de Procedimientos de Control Interno al proceso de comercialización, debido a que no existe una cifra exacta sobre la cantidad de inventarios, dentro de la organización, además no se realiza un análisis de la rentabilidad

Tomando el criterio de (Paiva F, 2013, pág. 35) en la investigación titulada **“Control Interno y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa Cobros del Norte S.A, el control Interno-Nicaragua”** manifestó que:

“El control interno, sirvió para afianzar las fortalezas de la organización, como también para alcanzar la eficiencia, la eficacia y la efectividad en todos los procesos desarrollados dentro de la organización, así como también la custodia adecuada de todos sus activos y la generación confiable de información financiera para la toma de decisiones.

La implementación del control interno fue necesario dentro de la empresa, debido a que la misma sufrió tres fraudes , lo que nos muestra la importancia de su implantación, además dentro de esta también fue importante para la segregación de funciones de todos los empleados con el objetivo de evitar fraudes, lo que ayudó para que la empresa obtenga mayor rentabilidad, otra de las ventajas de implementar un buen sistema de control interno fue la obtención de una información contable adecuada y confiable lo que sirvió para garantizar la eficiencia y economía de todas las operaciones y su correcta ejecución, lo que ayudó a corregir fallas sobre todo en el proceso de cobros en donde existía falencias”.

Para la Empresa Bazar y Papelería “La Tranca”, servirá para aplicar de forma correcta la aplicación de procedimientos de control interno para de esta manera obtener información confiable reflejada en los Estados Financieros, y la rentabilidad existente dentro de la organización, y lograr

que todos sus procesos sean ejecutados de una manera adecuada, así como también al logro de sus objetivos entre los cuales estaba evitar fraudes y el aumento de la rentabilidad.

Para **(Paima B, 2013, pág. 1)** en su investigación titulada **“Influencia del control interno en el área de compras de la Empresa Autonort Trujillo de la ciudad de Trujillo-Perú”**, indicó que:

“El control interno garantiza la obtención de información financiera correcta y segura ya que esta es un elemento fundamental en la marcha del negocio, pues en base a ella se toma todas las decisiones y se formulan programas de acciones futuras en las actividades del mismo.

El control interno sirvió de base para proponer mejoras en el proceso de compras, para la validación de actividades desarrolladas dentro de la misma, en los diferentes departamentos existentes dentro **la Empresa Autonort Trujillo**, con el objetivo de evitar fraudes, también ayudó para que la empresa encontrara los puntos críticos en los inventarios, los que sirvió para proponer mejoras dentro del sistema operativo de la institución, lográndose aplicar medidas correctivas con el fin de que las operaciones sean desarrolladas de acuerdo a las normas y procedimientos establecidos por la Entidad.

Además con la implementación de Políticas de control interno se logró que la provisión de bienes o servicios se los elabore a un costo mínimo con una mayor eficiencia, utilizando mejor manera los recursos disponibles, también se consiguió dinamizar la información administrativa- económica financiera de manera correcta y oportuna y que esta sea confiable”.

En la empresa Bazar y Papelería “La Tranca”, el control Interno es fundamental para el logro de los objetivos empresariales entre los cuales citamos, la entrega de información contable- administrativa y financiera, correcta, confiable y oportuna, a que todas las operaciones sean ejecutadas de acuerdo a los requerimientos exigidos por la entidad, a encontrar puntos críticos dentro de los procesos desarrollados por la organización, con el fin de optimizar sus recursos.

6.3. Justificación

La presente propuesta se justifica debido a que se analizará la importancia que tiene la aplicación de procedimientos de control a los procesos de comercialización, por lo que se ha detectado que es

importante diseñar un modelo adecuado de control interno, para incrementar la rentabilidad en Bazar y Papelería “La Tranca”.

La aplicación de la presente propuesta pretende mejorar el proceso de comercialización en la entidad, esto permitirá alcanzar los objetivos de ventas planteados por la gerencia.

La propuesta planteada brinda un impacto favorable, debido a que se determinan factores críticos de éxito, y esto permitirá la aplicación de un control eficaz y oportuno para incrementar la rentabilidad.

Con lo mencionado anteriormente la presente propuesta se justifica, debido a la facilidad que al aplicar un control al proceso de comercialización, permitiendo el registro oportuno de ayude a captar más clientes, y mejorar la distribución de productos en la entidad, como también influirá en el área de: ventas, clientes, contabilidad, esto mejorará el servicio a los clientes, la oportuna cobranza de los artículos vendidos, y el crecimiento empresarial.

6.4. Objetivos

6.4.1 Objetivo General

- Proponer procedimientos de control al proceso de comercialización, que contribuya al incremento de nivel de rentabilidad en la empresa Bazar y Papelería “La Tranca”

6.4.2 Objetivo Específicos

1. Realizar un diagnóstico interno de la entidad para determinar políticas de Control Interno que permita detectar el nivel de riesgo y confianza.
2. Desarrollar indicadores de rentabilidad para la correcta aplicación de indicadores para determinar los beneficios obtenidos en los períodos a analizar.
3. Establecer procedimientos de control Interno para los riesgos detectados con la finalidad de incrementar el nivel de rentabilidad.

4. Proponer indicadores de gestión al proceso de Comercialización que permitan mejorar el desempeño empresarial

6.5.1 Factibilidad Técnica

La propuesta se realizará en base al modelo COSO, La empresa cuenta con el apoyo suficiente por parte de la Gerencia, Administrador, ventas y bodega, de la entidad.

De acuerdo al modelo COSO, el Control Interno “Es un proceso ejecutado por la administración y el resto del personal de una entidad, diseñado para proporcionar seguridad razonable para el logro de objetivos, efectividad y eficiencia en las operaciones y el cumplimiento de leyes, reglamentos y políticas internas”

6.5.2 Económico-Financiero

El presente trabajo investigativo se desarrollará con el apoyo de “Bazar y papelería la Tranca, la cual aportará con la información necesaria, mientras que los recursos económicos serán financiados en su totalidad por la investigadora.

6.5.3. Legal

La presente propuesta debe cumplir con los aspectos legales que rigen el control interno de las existencias, debido a que estos aspectos se deben tomar en cuenta para la ejecución de la presente propuesta.

6.6. Fundamentación

6.6.1. Control al proceso de comercialización

Concepto

Para (Trujillo M, 2013, pág. 1), el control al proceso de comercialización, es la medida continua y sistemática de los resultados obtenidos para asegurarse que estos coincidan con los objetivos establecidos, su objetivo es evaluar y controlar la comercialización, se evalúa a los vendedores respecto si cumplen con los objetivos de ventas y las políticas de administración. Se apoya en un sistema de

información y control sistemático de variables tales como: volumen de ventas, cobertura de clientes, nivel de distribución, clientes nuevos, etc.

La información debe ser real, precisa, actualizada y adecuada para:

- Identificar y analizar las desviaciones.
- Tomar las medidas correctas y adecuadas

Los elementos que determinan el grado de control son:

- a) La política de remuneración:** En donde se controla la calidad de los pedidos y las actividades que no sean de venta directa.
- b) Grado de Responsabilidad:** Se debe controlar estrictamente a los vendedores que tienen menos responsabilidades y que deben actuar dentro de un marco bien definido.
- c) Fases del proceso de control** Establecer unos criterios predeterminados para la valoración de los resultados y la marcha de la actividad. Los criterios de valoración han de ser cuantitativos y cualitativos. Deben ser informados al personal controlado, para que concentre sus esfuerzos en el logro de los mismos.
- d) Elementos básicos para efectuar la medición de resultados de la fuerza de venta**
 - Informes periódicos
 - Documentos administrativos generados por su gestión.
 - Comparar los resultados obtenidos con los criterios preestablecidos para identificar las posibles desviaciones:
 - Las negativas para ser recogidas y analizadas minuciosamente por la persona encargada de efectuar el control, y las positivas para ser transferidas y potenciadas. Desarrollar acciones dirigidas a corregir las posibles desviaciones tan pronto como sean detectadas.

e) Cómo evaluar su eficacia de comercialización

El plan de comercialización debe haber datos extraídos. La comercialización debe ser evaluada de lo contrario estaríamos siguiendo una fórmula que no da resultado solo por el hecho de ser convencional.

f) Evaluación N° 1: Cantidad de nuevas pistas

En este paso del proceso de evaluación, simplemente tendrá que recoger el número de nuevos prospectos, de un plan de marketing: las llamadas telefónicas recibidas, si se respondió correos electrónicos, boletín de inscripciones, etc...

g) Evolución N° 2: Costos total

Plan de marketing de forma gratuita, el equipo principal le habrá costado dinero.

Al calcular esta cantidad, asegúrese de incluir todo los gastos de comercialización todas partes de la empresa, y el tiempo que usted y sus empleados invirtieron en esa estrategia.
Ahora que sabe el costo total, lo que sigue es la división entre todos sus potenciales clientes.

6.6.1.1. Evaluación del control Interno

El control interno evalúa tanto las fortalezas como las debilidades de la empresa mediante una cuantificación de todos sus recursos.

6.6.1.2. Concepto de Control Interno

El control interno comprende una serie de acciones llevadas a cabo dentro de la organización; antes, durante y después de realizar una operación, para proporcionar seguridad razonable en el logro de sus objetivos, verificar la exactitud y veracidad de la información financiera y administrativa, promover la eficiencia, eficacia y economía de sus operaciones.

6.6.1.3. Componentes del Control Interno

Para (Rivas G, 2011, págs. 121.122,123) en su artículo denominado “**Modelos Contemporáneos de Control Interno**” manifiesta que los componentes de control interno son los siguientes:

- **Ambiente de Control:** Consiste en acciones, políticas y procedimientos que reflejan las actitudes generales de los altos niveles, de la administración, directores y propietarios de una entidad en cuanto a la importancia de la organización, tiene gran influencia de la manera como se estructuran las actividades de una empresa.

El ambiente de control establece el tono de la organización e influye en la conciencia de todas las personas que laboran dentro de la organización, los factores del ambiente de control se fundamentan en la integridad, valores éticos y la competencia del personal que trabaja dentro de la entidad. Las diferentes organizaciones en donde existe un buen sistema de control interno, procuran tener empleados que

desarrollen su trabajo de manera eficiente a los cuales se les inculcan la práctica de integridad y valores éticos, a través de políticas y procedimientos apropiados.

- **Evaluación de riesgos:** La evaluación de riesgos sirve para describir el proceso con que los ejecutivos identifican, analizan y administran los riesgos del negocio, que puede enfrentar una empresa y el resultado de ello.

Cada entidad enfrenta una variedad de riesgos derivados de fuentes externas e internas, las cuales debe valorizarse. Una condición previa para la valoración de riesgos es el establecimiento de objetivos enlazados en niveles diferentes y consistentes internamente. La valoración de riesgos es la identificación y el análisis de los riesgos relevantes que impidan el logro de los objetivos, formando una base para la determinación de cómo se los debe administrarse y enfrentarse a los mismos.

- **Actividades de control:** Son políticas y procedimientos que ayudan asegurar que se estén llevando a cabo las directrices. Se establecen con el propósito de garantizar que las metas se alcancen.

Las actividades de control son todas aquellas políticas y procedimientos que se elaboran dentro de la empresa para asegurar que se esté llevando a cabo las directivas administrativas, las cuales ayudan a que se estén tomando acciones necesarias para manejar los riesgos. Las actividades de control se aplican en todos y cada uno de los departamentos existentes de la organización y en todos los niveles y todas las funciones ejecutadas dentro de la misma. Entre las: actividades de control que se desarrollan en la empresa están: aprobaciones, autorizaciones, verificaciones, reconciliaciones, revisión del desempeño de operaciones, seguridad de activos y segregación de responsabilidades.

- **Información y Comunicación:** Este componente se refiere, a los métodos empleados, para reunir, clasificar, registrar e informar acerca de las operaciones de la entidad y para conservar la contabilidad de los activos relacionados.

Una de las tareas principales de este componente es la información y comunicación de una manera pertinente y oportuna de todas las actividades y responsabilidades que debe desarrollar el personal de la entidad. El sistema de información produce documentos que contienen información operacional financiera y relacionada con el cumplimiento, la cual hace posible operar y controlar el negocio. Esta información además se relaciona con los datos generados.

- **Monitoreo:** Esta actividad se refiere a la evaluación periódica o continua de la calidad de desempeño del control interno con el propósito de determinar que controles se están operando de acuerdo a lo planeado y que se modifique de acuerdo a los cambios en las condiciones

El monitoreo es el proceso que evalúa la calidad del control interno en el tiempo, para determinar si se está ejecutando de una manera adecuada todas y cada una de las actividades operativas y administrativas de la entidad, este monitoreo debe ser realizado de forma permanente a lo largo y ancho de la organización.

6.6.1.4. Métodos de evaluación de Control Interno

El sistema de control interno está constituido por un conjunto de medidas y métodos que se aplican en cada organización, con la finalidad que se cumpla todas las responsabilidades administrativas, entre los cuales tenemos:

- **Cuestionarios:** Consiste en la evaluación del control interno a través a preguntas, acerca de las distintas actividades y procedimientos que se ejecutan dentro de la entidad, estas son

contestadas por los responsables de los distintos departamentos que están bajo el examen.

- **Flujogramas.-** Es la representación gráfica y secuencial de las operaciones relacionadas a una actividad o sistema determinado, las cuales sirven de herramientas para levantar la información y para evaluar en forma preliminar las actividades de control de los sistemas funcionales que operan en la organización-

6.6.1.5. Evaluación de riesgos.

La evaluación o análisis de riesgo es utilizado para identificar, medir y priorizar, con el fin de que se realice un mayor esfuerzo para identificar las áreas en donde la empresa tenga mayor conflicto para el cumplimiento de los objetivos.

6.6.1.6. Hoja de hallazgos

Esta hoja debe contener todas las novedades encontradas de cada uno de los componentes examinados y deben constar los comentarios necesarios para la comprensión de todos los usuarios que requieran de esta información.

La hoja de hallazgo de debe contener las siguientes propiedades:

- **Condición.-** Es la situación encontrada en el examen. Con respecto a una operación, actividad o transacción que haya sido motivo del examen.
- **Criterio.-** Son aquellos parámetros de comparación o normas aplicables a la situación encontrada, que permiten la evaluación de las condiciones actuales, Se lo puede considerar como ña disposición legal o normativa externa o interna de cómo deben ser desarrolladas las actividades o transacciones que fueron examinadas.

- **Causa.-** Es la razón o argumentos fundamentales por las cuales se originó la desviación, el motivo por el cual no se cumplió el criterio, los cuales pueden ser pro desconocimiento, negligencia, descuido, etc.
- **Efecto.-** Es la diferencia entre lo que es y debe ser, por general este de ser expuesto en términos cuantitativos, unidades monetarias o unidades de tiempo, por lo general es el resultado de la desviación o anomalía encontrada.

6.6.1.7. Procesos de comercialización

De acuerdo a **(Londoño M, 2014, pág. 3)** los procesos de comercialización son los siguientes:

Mercado: espacio en donde se lleva a cabo la oferta y la demanda, cuya principal función es la formación de precios.

Oferta: cantidad de bienes que los productores están dispuestos en un mercado a un precio específico.

Demanda: Cantidad de bienes que los consumidores están dispuestos a consumir en un mercado a un precio específico.

Bienes: Son todos los bienes y servicios presentes en un mercado.

Mercadeo: Conjunto de operaciones por las que ha de pasar una mercancía desde el productor hasta el consumidor.

Comercialización: Dar a un producto, condiciones y vías de distribución, para su venta. Ha de comprenderse que el mercadeo es el todo y la comercialización hace parte de ese todo

Tabla 25: La mezcla de los mercados y las 4ps

PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCION
Calidad	Máximo	Puntos de venta	Publicidad
Presentación	Mínimo	Internet	Descuentos
Empaque	Línea de crédito	Televisión	Lanzamientos
Marca	Intereses	Catálogo	Posicionamiento
Color	Amortización	Puerta a Puerta	Internet
Tamaño	Plazos	Canales de Distribución	Televisión
Logo	Cuotas de pago	Canales de comercialización	Promoción

Fuente: (Londoño M, 2014, pág. 3)

Las 4ps del mercadeo son:

- **Producto:** Es el resultado del proceso de producción, que pueden ser tangibles e intangibles.
- **Precio:** Cantidad que a darse a cambio de un producto, para poder hacer disfrute del mismo.
- **Plaza:** Es el lugar, físico o virtual en donde se lleva a cabo la función de mercadeo.
- **Promoción:** Es la forma o manera de como daré conocer mi producto

6.7. Metodología. Modelo operativo

Tabla 26: Metodología modelo Operativo

FASES	RESPONSABLE	ACTIVIDADES	FECHA
<p>FASE I DIAGNÓSTICO INTERNO ANÁLISIS DE CONTROL ACTUAL DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN</p>	<p>-Gerente -Administradora -Investigadora</p>	<p>Diagnóstico Institucional > Misión > Visión Organigramas > Estructural Propuesto > Descripción de funciones Cuestionario de Control Interno basado en el Modelo COSO I > Ambiente de Control > Valoración de Riesgos > Actividades de Control > Información Comunicación > Supervisión y Monitoreo Calificación del nivel de confianza y riesgo Hallazgos del Control Interno (Atributos de Hallazgos)</p>	<p>26-01-2015</p>
<p>FASE II ANÁLISIS FINANCIERO</p>	<p>-Gerente -Administradora -Investigadora</p>	<p>Indicadores de Rentabilidad > Presentación de Estados Financieros 2013-014 Desarrollo de indicadores > Rentabilidad sobre activos > Rentabilidad sobre patrimonio > Capital de trabajo-Análisis Dupont</p>	<p>30-01-2015</p>
<p>FASE III ESTABLECIMIENTO DE CONTROLES PARA LOS RIESGOS ESTABLECIDOS EN LA FASE 1 Y 2</p>	<p>-Gerente -Administradora -Investigadora</p>	<p>Establecimiento de controles para los riesgos establecidos en la Fase I y II Flujograma de procesos propuestos > Proceso de compra de mercadería > Proceso de contabilización de la venta > Proceso de venta de mercadería > Proceso de recepción de mercadería</p>	<p>10-02-2015 18-02-2015</p>
<p>FASE IV FORMULACIÓN DE INDICADORES DE GESTIÓN PARA EL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN</p>	<p>-Gerente -Administradora -Investigadora</p>	<p>Indicadores de gestión para el Proceso de comercialización</p>	<p>25-02-2015 18-02-2015</p>

Elaborado por: Celia Lesano

Fuente: Análisis de la información

6.7.1 Fase I: Diagnostico interno y análisis de control interno

6.7.1.1 Diagnostico Interno

En vista de que la empresa Bazar y Papelería La Tranca no cuenta con una organización interna establecida se ha propuesto la siguiente:

Misión

Comercializar productos escolares, suministros de oficina, papelería y bazar sirviendo con calidad, economía y eficiencia, dando solución a su cartera de clientes.

Visión

Ser una de las distribuidoras líderes en la venta de artículos escolares, suministros de oficina, papelería y bazar satisfaciendo la demanda de sus clientes.

A. Principales Productos

Tabla 27: Artículos

ARTICULOS	
TEXTOS	
CUADERNOS	
ESFEROGRAFICOS	
CARTULINAS	
FOMIX	
COLORES	
ARTICULOS DE DIBUJO	
GOMAS	
FORROS	
CIERRES	
HILOS	
TIJERAS	
BOTONES	
CINTAS	

Elaborado por: Celia Lesano

Fuente: Análisis de la investigación

B. Logo de la Empresa



Fuente: Bazar y Papelería La Tranca

Elaborado por: Celia Lesano

Debido a que la empresa no cuenta con Organigrama Estructural y Funcional establecido se sugiere lo siguiente:

C. Organigrama Estructural

Figura 1: Organigrama Estructural Empresarial

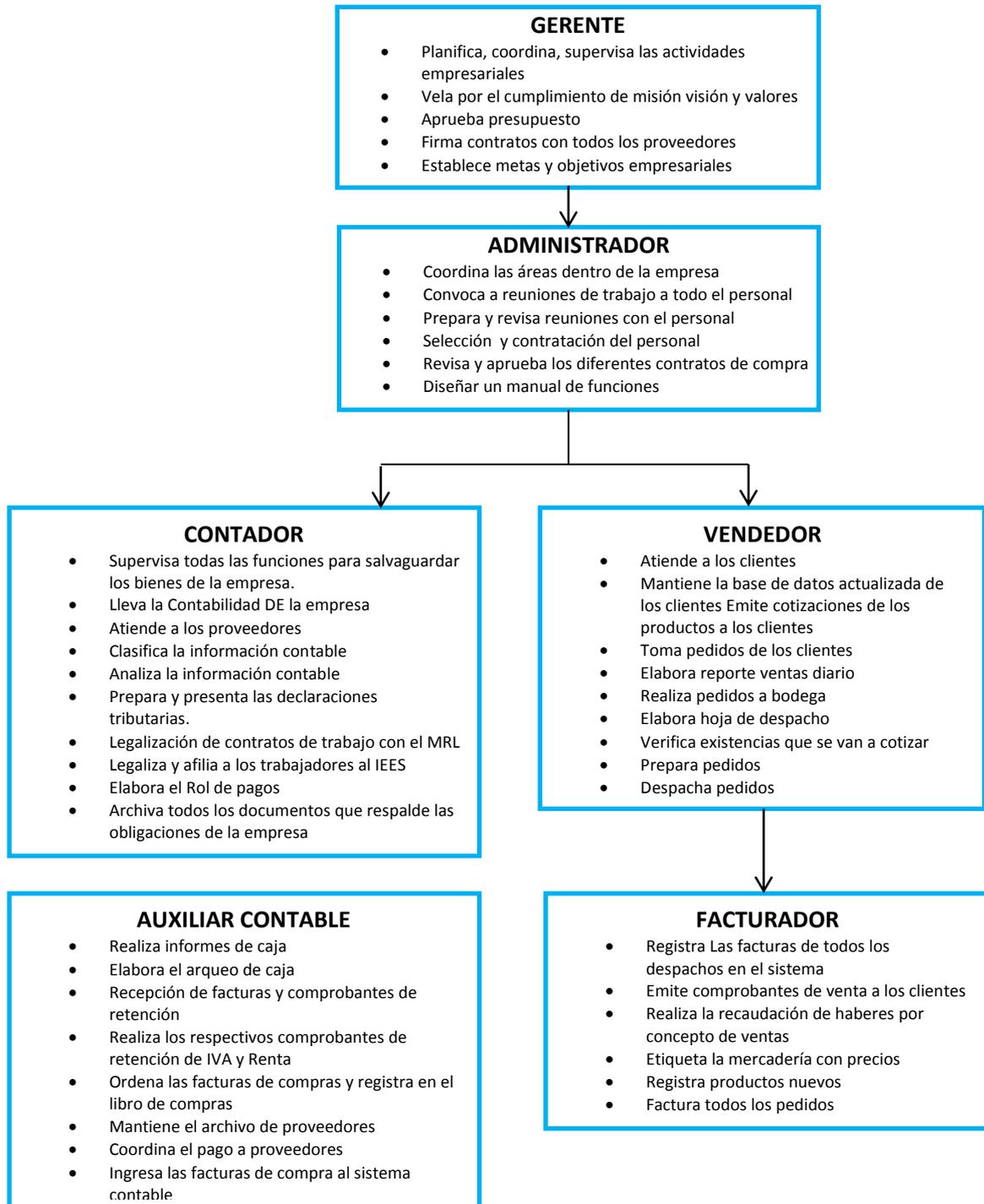


Elaborado por: Celia Lesano

Fuente: Análisis de la investigación.

D. Organigrama Funcional.- En vista de que la Empresa no tiene un organigrama funcional bien de definido se sugiere el siguiente esquema:

Figura 2: Organigrama Funcional Empresarial



Elaborado por: Celia Lesano

Fuente: Análisis de la investigación

En la actualidad la empresa Bazar y Papelería La Tranca no cuenta con una adecuada descripción de funciones y responsabilidades bien establecida por lo que se propone las siguientes:

E. Descripción de Funciones y responsabilidades

 BAZAR Y PAPELERIA LA TRANCA desde 1962	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
1. Identificación del puesto: Nombre del puesto: Gerente General Área que pertenece: Gerencia	
2. Relación de Autoridad: Jefe inmediato No aplica	
3. Personal bajo su mando:	Administradora, contador, auxiliar contable, vendedor y facturador
4. Objetivo del puesto: Planifica, coordina y supervisa el desempeño y la ejecución de aquellas tareas que se lleva a cabo en la empresa	
5. Funciones del puesto: <ul style="list-style-type: none">• Velar por el cumplimiento de la misión visión y valores de la misma• Coordina con las diferentes áreas dentro de la empresa• Revisa y aprueba las adquisiciones y las ventas• Prepara , revisa, reuniones con el personal• Establece metas y objetivos de la empresa• Firma los contratos con los proveedores y acreedores 6. Responsabilidades del puesto <ul style="list-style-type: none">• Mantener y cumplir los objetivos de la entidad• Velar por el cumplimiento de las obligaciones a sus subordinados• Revisar y aprobar la información financiera presentada por el Contador	

Elaborado por: Celia Lesano

Fuente: Análisis de la investigación

 BAZAR Y PAPELERIA LA TRANCA desde 1962	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
7. Identificación del puesto: Nombre del puesto: Administrador Área que pertenece: Comercial	
8. Relación de Autoridad: Jefe inmediato Gerente General	
9. Personal bajo su mando:	Contador, auxiliar contable, vendedor y facturador
10. Objetivo del puesto: Preparación del plan de trabajo anual detallando las actividades a realizar,	
11. Funciones del puesto: <ul style="list-style-type: none"> • Establecer metas y objetivos de la empresa • Convocar a reuniones de trabajo a todo el personal de la librería • Firmar los contratos con todos los proveedores • Revisar y aprobar los diferentes contratos de compras • Selección y contratación del personal • Revisa los cheques emitidos por diferentes conceptos tales como: pagos a proveedores, pagos de servicios, aportes, asignaciones, avances a justificar. • Elabora el informe de Estados Financieros para su presentación • Control de cuentas por cobrar y cuentas por pagar • Análisis de los estados Financieros para facilitar la toma de decisiones a la Gerencia. • Controla los ingresos y egresos con el propósito de administrar el capital de trabajo de la entidad 	
12. Responsabilidades del puesto <ul style="list-style-type: none"> • Revisar que se cumplan con los principios administrativos y contables. • Resguardar y absoluta confidencialidad de la información suministrada por el gerente, colaboradores y clientes. • Responsable en el cumplimiento de las funciones y objetivos del área administrativa. • Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad y salud en el trabajo 	

Fuente: Bazar y Papelería La Tranca

Elaborado por: Celia Lesano

 BAZAR Y PAPELERIA LA TRANCA desde 1962	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
13. Identificación del puesto: Nombre del puesto: Contador Área que pertenece: Departamento de Contabilidad	
14. Relación de Autoridad: Jefe inmediato Administradora	
15. Personal bajo su mando:	Auxiliar contable, vendedor y facturador
16. Objetivo del puesto: Procesa, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.	
17. Funciones del puesto: <ul style="list-style-type: none">• Verifica que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.• Registrar las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa y que estas cumplan con las formalidades requeridas.• Registrar las facturas recibidas de los proveedores, para mantener actualizadas las cuentas por pagar.• Lleva mensualmente los libros generales de Compras y ventas mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA.• Prepara y presentar las declaraciones tributarias• Elaborar los estados financieros	

- Preparar informes acerca de la situación financiera de la empresa
- Elaborar los comprobantes de diario, mediante el registro oportuno de la información en base a los PCGA (principios de contabilidad generalmente aceptados).
- Elaboración de roles de pago para los trabajadores de la entidad
- Llevar libros contables tales como: Diario, mayor e inventarios)
- Realización de la relación de las cuentas por cobrar y por pagar.

18. Responsabilidades del puesto

- Velar por el cumplimiento de las normativas tributarias
- Registrar oportunamente las transacciones contables
- Procurar que la información financiera que elaboran contengan principios tales como veracidad, integridad, valuación y exposición

Elaborado por: Celia Lesano

Fuente: Análisis de la investigación

 BAZAR Y PAPELERIA LA TRANCA desde 1962	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
19. Identificación del puesto: Nombre del puesto: Auxiliar Contable Área que pertenece: Departamento de Contabilidad	
20. Relación de Autoridad: Jefe inmediato Contador	
21. Personal bajo su mando:	vendedor y facturador
22. Objetivo del puesto: Responsable de los diferentes procesos contables y suministro de información oportuna para la toma de decisiones.	
23. Funciones del puesto: <ul style="list-style-type: none"> • Cancela las facturas de compra a crédito y contado • Atiende a los proveedores • Archiva todos los documentos que respalde las operaciones de la empresa • Realizar informes de caja 	

- Cumplir con el arqueo de caja
- Rectifica cuentas de orden de pedido
- Recepción de facturas y comprobantes de retención
- Hacer los respectivos comprobantes de retención de IVA y renta
- Ordenar las facturas de compras y registrar en libro de compras del sistema
- Mantener el archivo de proveedores
- Coordinar el pago a proveedores
- Ingresa datos en libros auxiliares
- Elabora comprobantes de ingresos y egreso

24. Responsabilidades del puesto

- Colabora en la preparación y elaboración de los libros e informes
- Debe regirse a los principios de contabilidad generalmente aceptados PCGA, y demás normas que regulan la actividad contable.

Elaborado por: Celia Lesano

Fuente: Análisis de la investigación

 BAZAR Y PAPELERIA LA TRANCA desde 1962	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
25. Identificación del puesto: Nombre del puesto: Vendedor Área que pertenece: Departamento de Ventas	
26. Relación de Autoridad: Jefe inmediato Administradora	
27. Personal bajo su mando:	Facturador
28. Objetivo del puesto: Responsable de los diferentes procesos contables y suministro de información oportuna para la toma de decisiones.	
29. Funciones del puesto: <ul style="list-style-type: none"> • Atiende clientes • Mantiene la base de datos actualizada de los clientes • Emite cotizaciones de los productos a los clientes 	

- Toma pedidos de los clientes
- Elabora reporte de ventas diario
- Pide productos a bodega
- Elabora hoja de despacho
- Verifica las existencias que se van a cotizar
- Prepara pedidos
- Entrega pedidos

30. Responsabilidades del puesto

- Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los productos que comercializa Bazar y papelería “La Tranca”.
- Asesorar a los clientes acerca de cómo los productos que ofrece la entidad pueden satisfacer sus necesidades y deseos
- Retroalimentar a la empresa informando todo lo que sucede en el proceso de ventas, para solucionar las inquietudes de los clientes, requerimientos, quejas, reclamos, agradecimientos, sugerencias y otros
- Es responsabilidad informar a los clientes de los nuevos productos, cambios de precios, promociones y descuentos.

Elaborado por: Celia Lesano

Fuente: Análisis de la investigación

	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
<p>31. Identificación del puesto:</p> <p>Nombre del puesto: Facturador</p> <p>Área que pertenece: Departamento de Ventas</p>	
<p>32. Relación de Autoridad:</p> <p>Jefe inmediato Gerencia, Administradora, contador</p>	
<p>33. Personal bajo su mando:</p>	<p>No aplica</p>
<p>34. Objetivo del puesto:</p> <p>Elaboración de las facturas por ventas efectuadas a clientes</p>	

35. Funciones del puesto:

- Ejecutar las actividades asignadas, en concordancia con las leyes, políticas, normas y reglamentos, que rigen, su área, por lo que deberá mantenerse permanentemente actualizado.
- Preparar órdenes de pedidos, facturas, anotar la cantidad de mercaderías que se despachan.
- Recibir la orden de pedido del cliente, verificar que la información contenida sea correcta verificar el pago, ya sea por cheque o en efectivo y la cantidad de producto solicitado.
- Revisar las transacciones de ventas durante el día, facturas, órdenes de entrega, recibos por dinero, ventas.
- Preparar el cierre de ventas diario, elaborando el reporte de ventas, reporte de ingresos, reporte de documentos de pago , reporte de órdenes anuladas, reporte de órdenes de entrega , reporte de facturas nulas, informes diarios de informes de transferencias.

36. Responsabilidades del puesto

- Debe acatar instrucciones de carácter general y por consiguiente debe planear sus actividades y decidir sobre métodos y procedimientos de trabajo a seguir.

Elaborado por: Celia Lesano

Fuente: Análisis de la investigación

6.7.1.2 Análisis de Control Interno

Debido a los inconvenientes que la empresa presenta en el proceso de comercialización, se realiza la presente evaluación, la cual ayudará a encontrar las deficiencias de control que existen, las mismas que serán corregidas para lograr mejorar el mismo:

Cuestionario de control
Elemento: Ambiente de Control
Alcance: Proceso de Comercialización

Objetivo: Evaluar la estructura organizacional interna, como también los valores y clima laboral interno en el proceso de comercialización de Bazar y Papelería "La Tranca"

Tabla 28: Cuestionario de Ambiente de Control

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS		Observaciones
		Si	No	
1	¿Se ha establecido un manual de funciones para el proceso comercialización?		X	
2	¿Existen un reglamento interno para el personal de ventas?	X		
3	¿Ha existido fraudes o robos dentro de la entidad?		X	
4	¿Se evalúa el desempeño laboral de los empleados de la entidad?		X	
5	¿Se evalúa al personal de ventas basándose en habilidades y destrezas?		X	
6	¿Se ha detectado errores o faltas del personal dentro de su horario de trabajo?	X		
7	¿Los empleados comunican las sugerencias a la Gerencia y administradora de la entidad?	X		
8	¿Se han establecido objetivos bien definidos para el proceso de comercialización?		X	
9	¿Se ha establecido capacitaciones al personal nuevo y antiguo?		X	
10	¿Se realizan controles periódicos entre los clientes para determinar si no existe desvío de dinero o fraude por parte de los vendedores?		X	En ningún momento se realizan controles entre los clientes y vendedores
11	¿El personal conoce de forma correcta sus deberes y obligaciones?		X	La mayoría desconoce debido a que no existe un manual de funciones
	TOTAL	3	8	
Elaborado por: Celia Lesano		Fecha: 10/01/2015		
Elaborado por: Celia Lesano		Fecha: 10/01/2015		

Determinación del riesgo

$$\text{Confianza Ponderada} = \frac{\text{Calificación ponderada}}{\text{Ponderación Total}} = \frac{3}{11} = 0,27 * 100 = 27\%$$

Tabla 29: Riesgo y confianza de entorno de control

CONFIANZA	RANGO	RIESGO
BAJO	15-50%	ALTO
MODERADO	51-75%	MODERADO
ALTO	76-99%	BAJO

Fuente: Análisis de la investigación

Elaborado por: Celia Lesano

Resultado

- **Confianza:** Baja
- **Riesgo:** Alto

Evaluación de riesgos

Con lo anteriormente desarrollado se puede deducir que al ser la confianza baja esto se debe a que actualmente no existe un control interno adecuado y por otro lado el riesgo alto, se debe a que no se comunican las políticas de ventas a todo el personal, además esto solo se lo realiza a nivel de gerencia y administración, no hay un manual de funciones y responsabilidades dirigido al proceso de comercialización, peor aún la políticas, no se evalúa el desempeño de los empleados, en ningún momento se realizan controles entre los clientes y vendedores para evitar desvío de dinero o fraude por parte de los vendedores y no existe una apropiada comunicación interna en la entidad.

La evaluación de los riesgos consiste en la identificación y el análisis de los riesgos relevantes para la consecución de los objetivos internos del proceso de comercialización y sirve de base para determinar cómo han de ser gestionados los riesgos.

Cuestionario de control

Elemento: Valoración de riesgos

Alcance: Proceso de comercialización

Objetivo: Evaluar el manejo de los riesgos relacionados con la elaboración de información financiera, operativa y de cumplimiento con el propósito de examinar el ambiente interno y externo en la empresa Bazar y Papelería "La Tranca"

Tabla 30: Cuestionario de Valoración de Riesgos

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS		Observaciones
		Si	No	
	OBJETIVOS DE OPERACIÓN			
1	¿Se ha establecido objetivos de ventas?	X		
2	¿Los pedidos son adecuadamente controlados y aprobados por la administradora?	X		
3	¿Se planifica las compras de mercadería en la entidad?		X	No se planifica se compra de forma empírica
	OBJETIVOS DE INFORMACIÓN FINANCIERA			
4	¿Se obtiene información financiera confiable en la entidad?		X	
5	¿El acceso al sistema contable de la entidad módulo de ventas está restringido para el personal no autorizado?		X	
	OBJETIVOS DE CUMPLIMIENTO			
6	¿Se elabora información de acuerdo a normas de contabilidad o principios de contabilidad generalmente aceptados?	X		
7	¿Se han establecido políticas de cumplimiento de las metas de ventas propuestas por la gerencia de la entidad?		X	
8	¿Se tiene control sobre el stock de existencias de artículos con grado de obsolescencia?		X	
	TOTAL	3	5	
Elaborado por: Celia Lesano		Fecha: 10/01/2015		
Elaborado por: Celia Lesano		Fecha: 10/01/2015		

Determinación del riesgo

Confianza Ponderada

Tabla 31: Riesgo y confianza de ambiente de control

CONFIANZA	RANGO	RIESGO
BAJO	15-50%	ALTO
MODERADO	51-75%	MODERADO
ALTO	76-99%	BAJO

Fuente: Análisis de la investigación
Elaborado por: Celia Lesano

Resultado

- **Confianza:** Baja
- **Riesgo:** Alto

Evaluación de riesgos

Se observa que el riesgo de control es moderado, y el riesgo de igual manera es moderado por lo que la valoración de riesgos, refleja múltiples falencias como que no se planifica las compras de mercadería se la hace de forma empírica, la información financiera no es confiables, no está restringido el acceso al módulo de ventas del Sistema Contable de la entidad, además no se han establecido políticas de cumplimiento de las metas de ventas propuestas por la gerencia, y finalmente no tiene un control de stock de existencias de artículos con grado de obsolescencia.

Cuestionario de control

Elemento: Actividades de control

Alcance: proceso de comercialización

Objetivo: Determinación de acciones a realizar para cumplir con las funciones asignadas con el fin de asegurar el logro de los objetivos de la empresa Bazar y Papelería "La Tranca"

Tabla 32: Actividades de Control

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS		Observaciones
		Si	No	
1	¿Se cuenta en la entidad con un plan de contingencia para el alza de impuestos a los productos importados?		X	
2	¿La recepción de mercadería devuelta se hace previa verificación de las facturas de venta emitidas?		X	La mercadería se reciben sin verificación alguna, además no se verifica si ya se ha vendido con anterioridad esos productos
3	¿Se emiten reportes de venta para su respectiva revisión y control en forma sistemática?		X	
4	¿Se coordina la recepción de la mercadería que se recibe en las bodegas de la empresa?	X		
5	¿Se llevan controles y registros sobre los bienes inventariados al personal encargado de los mismos?	X		
6	¿Existen medidas adecuadas de control para garantizar la eficiencia en el despacho de mercadería de la entidad?		X	
7	¿Se realizan controles en lo que se refiere a devoluciones de mercadería y su correspondiente aprobación por parte de la administración?	X		Las aprobaciones no se realizan previa la verificación del origen de la mercadería
8	¿Se han realizado trámites para dar de baja a los productos que están obsoletos o deteriorados?		X	
9	¿Existe un sistema de control para las entradas y salidas de inventarios?		X	Solo existe un sistema habilitado para facturación
10	¿Se ha aplicado algún método de valuación del inventario?	X		Pero no es el más adecuado
TOTAL		4	6	
Elaborado por: Celia Lesano		Fecha: 10/01/2015		
Elaborado por: Celia Lesano		Fecha: 10/01/2015		

Determinación del riesgo

Confianza Ponderada

Tabla 33:Riesgo y confianza de actividades de control

CONFIANZA	RANGO	RIESGO
BAJO	15-50%	ALTO
MODERADO	51-75%	MODERADO
ALTO	76-99%	BAJO

Fuente: Análisis de la investigación"
Elaborado por: Celia Lesano

Resultado

- **Confianza:** Baja
- **Riesgo:** Alto

Actividades de control

Las actividades de control se refieren a las acciones que realiza la gerencia y demás personal de la entidad, para cumplir diariamente con las funciones asignadas y constituye el medio más idóneo para el logro de objetivos el a entidad en la entidad se ha determinado un riesgo alto y un nivel de confianza baja , debido a que no se cuenta con un plan de contingencia para el alza de impuestos a los productos importados, la mercadería se reciben sin verificación previa, no se emiten reportes de venta, no existen medidas de control que garanticen la eficiencia en el despacho de mercadería, no se han establecido controles de devoluciones de mercadería no se efectúa ninguna verificación del origen de la misma, y finalmente no se efectúan procedimientos de baja de inventarios porque estén obsoletos o deteriorados.

Cuestionario de Control

Elemento: Información y comunicación

Alcance: Proceso de comercialización

Objetivo: Determinar si la comunicación es eficiente en esta área de la empresa Bazar y Papelería "La Tranca"

Tabla 34: Cuestionario de Información y Comunicación

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS		Observaciones
		Si	No	
1	¿El personal de ventas y comercialización conoce las responsabilidades y obligaciones para con la entidad?		X	Solo conoce la administradora y el gerente
2	¿Se comunica el desempeño del personal de ventas en la entidad a la Gerencia o Administradora de la entidad?		X	
3	¿Creen los empleados que la entidad les proporciona información adecuada para cumplir con las actividades a ellos asignadas?		X	
4	¿Se comunican las políticas referentes a la asignación de funciones y responsabilidades a todo el personal de ventas?		X	La comunicación de las políticas solo se efectúa a nivel de la administradora y la gerencia
5	¿Existen mecanismos para conseguir información externa e interna necesaria para cumplir los objetivos de la entidad?	X		
6	¿Se suministra información pertinente a la Gerencia y administración, con el detalle suficiente de forma oportuna para cumplir con sus obligaciones en forma eficiente?	X		
7	¿Existen políticas apropiadas para desarrollar y modificar el sistema contable de la entidad?		X	
	TOTAL	2	6	
Elaborado por: Celia Lesano		Fecha: 10/01/2015		
Elaborado por: Celia Lesano		Fecha: 10/01/2015		

Determinación del riesgo

Confianza Ponderada

Tabla 35:Riesgo y confianza de Información y comunicación

CONFIANZA	RANGO	RIESGO
BAJO	15-50%	ALTO
MODERADO	51-75%	MODERADO
ALTO	76-99%	BAJO

Fuente: Análisis de la investigación"
Elaborado por: Celia Lesano

Resultado

- **Confianza:** Baja
- **Riesgo:** Alto

Información y Comunicación

La información y comunicación son las acciones que realiza la gerencia y el resto del personal, implica la revisión de políticas y procedimiento y evaluación de su cumplimiento para asegurar el logro de los objetivos de la entidad, sobre las actividades y la información presentada en el proceso de devoluciones, debe contener una comunicación eficaz en un sentido más amplia, que fluya la información en todos los ámbitos, de arriba hacia abajo y viceversa

De la información y comunicación se obtuvo que la entidad maneja una confianza baja y un riesgo alto, lo que significa que la entidad no maneja una adecuada comunicación, además el personal de ventas y comercialización no conoce las responsabilidades y obligaciones a ellos asignadas, las políticas no se comunican a nivel de todo el personal solo lo conoce la gerencia y administración, no se proporciona información adecuada para que los empleados cumplan con sus actividades, y no existen políticas apropiadas para desarrollar y modificar el sistema contable de la empresa Bazar y Papelería La Tranca, la comunicación por parte de la gerencia y administración a todo el personal ha de ser claro, las responsabilidades del control han de tomarse en serio.

Cuestionario de control

Elemento: Monitoreo

Alcance: Proceso de comercialización

Objetivo: Evaluar la calidad del funcionamiento del control interno en el tiempo y permite efectuar revisiones, y la identificación de controles débiles que se requieren arreglar.

Tabla 36: Cuestionario de Supervisión y Monitoreo

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS		Observaciones
		Si	No	
1	¿Se realizan evaluaciones del cumplimiento de responsabilidades del personal del área de comercialización?		X	Solo se efectúa a una vez al año por pedido de gerencia
2	¿Se comprueba que el control se cumpla a cabalidad?		X	
3	¿Se efectúa comparaciones mensuales de ventas con el historial de las mismas?		X	
4	¿Al personal del departamento de ventas se le hace conocer diariamente acerca de sus funciones por parte de la Gerencia y Administradora de la entidad?	X		Desconocen el manual de funciones
5	¿Se supervisa el despacho de mercadería desde bodega hasta el cliente final?		X	No existen procedimientos de despacho de mercadería adecuados
6	¿Se toman acciones correctivas cuando ocurren inconvenientes a nivel de los controles predeterminados por la entidad?		X	
TOTAL		1	5	
Elaborado por: Celia Lesano		Fecha: 10/01/2015		
Elaborado por: Celia Lesano		Fecha: 10/01/2015		

Determinación del riesgo

Confianza Ponderada

Tabla 37: Riesgo y confianza de Supervisión y Monitoreo

CONFIANZA	RANGO	RIESGO
BAJO	15-50%	ALTO
MODERADO	51-75%	MODERADO
ALTO	76-99%	BAJO

Fuente: Análisis de la investigación"
Elaborado por: Celia Lesano

Resultado

- **Confianza:** Bajo
- **Riesgo:** Alto

Supervisión y Monitoreo

Los sistemas de control interno requieren de supervisión, es decir un proceso que compruebe que se mantienen adecuados funcionamientos del proceso de comercialización y todo el personal que intervienen en el mismo.

Esto se puede conseguir mediante la supervisión sistemática a través de evaluaciones periódicas o combinar las dos,

Se observa que el nivel de confianza es bajo y el nivel de riesgo es alto, lo que significa que la empresa requiere urgentemente de la elaboración de un Manual de Funciones y responsabilidades en la entidad.

Evaluación al control interno-hoja de hallazgos

Tabla 38: Hoja Hallazgo 1

N°	CONDICION	CRITERIO	CAUSA	EFECTO	RECOMENDACIÓN
1	No se comunican las políticas corporativas existentes a todo el personal de ventas	Se debe comunicar las políticas corporativas que existen en el departamento de ventas	La comunicación de las políticas solo se efectúa a nivel de la administradora y la gerencia	Errores en el registro de ventas	Se recomienda diseñar políticas corporativas en el proceso de comercialización
2	Se realizan controles periódicos entre los clientes para determinar si no existe desvío de dinero por parte de los vendedores	Los controles se los efectúa cuando existen problemas por concepto de desvío de dinero	En ningún momento se realizan controles entre los clientes y vendedores	Desvíos de dinero e inconsistencias en la cartera de clientes de la entidad	Se recomienda efectuar controles periódicos a la cartera de clientes y verificar los cobros efectuados por los vendedores esto ayudará a verificar que los saldos estén al día
3	No se planifican las compras de mercadería de la entidad	Se compra de forma empírica	Políticas de control en el subproceso de compras o adquisiciones no planificado	Excesivo stock de mercaderías	Desarrollar políticas de control de las mercaderías de la entidad
4	Las ventas no se registran en los resultados en el momento de efectuar la facturación	El facturador no registra en el sistema inmediatamente la venta efectuada sino al final de día	Los ingresos por concepto de ventas no se registran en el estado de resultados al momentos de facturar sino al finalizar el día	No se ingresan todas las facturas por concepto de ventas en el momento de realizar la transacción lo que provoca que en ocasiones no se ingrese todas las facturas por concepto de ventas del día	Es necesario registrar las ventas en el estado de resultados en el instante que se facturan las ventas, para evitar errores en la contabilización de ingresos

Elaborado por: Celia Lesano	Fecha: 10/01/2015
Elaborado por: Celia Lesano	Fecha: 10/01/2015

Evaluación al control interno-hoja de hallazgos

Tabla 39: Hoja Hallazgo 2

N°	CONDICION	CRITERIO	CAUSA	EFECTO	RECOMENDACIÓN
5	No se graba el costo de ventas en forma simultánea a la venta	Solo se registran las facturas de ventas sin efectuar los respectivos descargos	La mayoría de veces el costo de ventas no se registra con la venta efectuada	No se conoce la utilidad real de la venta de los productos que comercializa la entidad	Es necesario el registro de las ventas conjuntamente con el costos de ventas de los productos que comercializa la entidad
6	Se efectúa recuentos físicos de todas las existencias en el almacén solo una vez al año	El recuento físico se lo hace una vez al año al final del ejercicio económico	No se tiene un procedimiento para realizar recuentos físicos de las existencias	Inventario descuadrado	Se recomienda efectuar un inventarios físico general de las existencias en el almacén
7	No se efectúan procedimientos adecuados para conteos físicos de stock de inventarios	Solo se los realiza por pedido de la administradora	No se tiene control de los proceso para conteo físico del inventario	Excesivo stock de inventario	Se debe efectuar conteos físicos de stock de inventarios del stock localizado en las bodegas de la entidad
Elaborado por: Celia Lesano		Fecha: 10/01/2015			
Elaborado por: Celia Lesano		Fecha: 10/01/2015			

Evaluación al control interno-hoja de hallazgos

Tabla 40: Hoja Hallazgo 3

N°	CONDICION	CRITERIO	CAUSA	EFECTO	RECOMENDACIÓN
8	El personal de ventas y comercialización desconoce las responsabilidades y obligaciones para con la entidad	Solo conoce la administradora y el gerente	No se ha establecido un manual de funciones y responsabilidades para los colaboradores de la entidad	Desorganización interna	Elaborar el manual de funciones y responsabilidades para la entidad específicamente en el departamento de ventas
9	Se realizan evaluaciones del cumplimiento de responsabilidades del personal del área de comercialización	Solo se efectúa a una vez al año por pedido de gerencia	No se evalúa el cumplimiento de las responsabilidades del personal del área de comercialización	Errores en la atención y servicio al cliente	Se deben efectuar evaluaciones del cumplimiento de responsabilidades del personal del área de comercialización
10	No se supervisa el despacho de mercadería desde bodega hasta el cliente final	De vez en cuando se supervisa	No existen procedimientos de despacho de mercadería adecuados	Faltantes de mercadería	Es importante supervisar el despacho de mercadería desde bodega
11	No existe un sistema de control para las salidas de inventarios	Solo se realiza un control de entradas	Solo existe un sistema habilitado para facturación	Inventarios inconsistente	Es necesario habilitar el sistema de la entidad para registrar y controlar las entradas y salidas de existencias de la entidad
12	Se ha aplicado algún método de valuación de inventarios	El método de valuación del inventario es el método promedio	Pero no es el más adecuado	El método de valuación ya no se aplica actualmente	El método a aplicar por la actividad económica es el método de los minoristas
Elaborado por: Celia Lesano		Fecha: 10/01/2015			
Elaborado por: Celia Lesano		Fecha: 10/01/2015			

6.7.2 Fase II

6.7.2.1 Análisis Financiero

A continuación se realiza un análisis financiero en la empresa Bazar y Papelería “La Tranca” :

- Análisis Vertical y Horizontal de los Estados Financieros de Bazar y Papelería “La Tranca”

Tabla 41: Análisis Vertical Estado De Situación Financiera

ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
DESCRIPCION DE LA CUENTA	2014	ANALISIS VERTICAL	%	2013	ANALISIS VERTICAL	%
ACTIVO						
CORRIENTE	\$ 681.753,00		%	\$ 666.273,00		%
Bancos	\$ 12.365,00	1,79	%	\$ 620,00	0,09	%
Inversiones	\$ 320.000,00	46,46	%	\$ 320.000,00	47,52	%
Inventario de Mercadería	\$ 349.388,00	50,73	%	\$ 345.653,00	51,33	%
ACTIVO NO CORRIENTE						
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 7.051,90		%	\$ 7.098,90		
Terreno	\$ 6.500,00	0,94	%	\$ 6.500,00	0,97	%
Edificios	\$ 1.000,00	0,15	%	\$ 1.000,00	0,15	%
Muebles y Enseres	\$ 1.380,00	0,20	%	\$ 1.380,00	0,20	%
Equipo de Computo	\$ 860,00	0,12		\$ 860,00	0,13	
Depreciación Acumulada de PP&E	\$ (2.688,10)	-0,39		\$ (2.641,10)	-0,39	
TOTAL ACTIVO	\$ 688.804,90	100,00		\$ 673.371,90	100,00	
PASIVOS	\$ 32.642,00			\$ 46.523,00		
PASIVO CORRIENTE	\$ 32.642,00			\$ 46.523,00		

Proveedores	\$ 32.642,00			\$ 46.523,00		
TOTAL PASIVO	\$ 32.642,00	4,74	%	\$ 46.523,00	6,91	%
CAPITAL	\$ 656.162,90	95,26	%	\$ 626.848,90	93,09	%
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	\$ 688.804,90	100,00		\$ 673.371,90	100,00	

Fuente: Análisis de la investigación"

Elaborado por: Celia Lesano

Análisis Horizontal del Estado de Situación Financiera

Tabla 42: Análisis Horizontal Estado de Situación Financiera

DESCRIPCION DE LA CUENTA	2014	2013	Variación Absoluta	Variación Relativa
ACTIVO				
CORRIENTE	\$ 681.753,00	\$ 666.273,00	\$ 15.480,00	2,32 %
Bancos	\$ 12.365,00	\$ 620,00	\$ 11.915,00	1921,77 %
Inversiones	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 0,00	0 %
Inventario de Mercadería	\$ 349.388,00	\$ 345.653,00	\$ 3745,00	1,08 %
ACTIVO NO CORRIENTE				
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 7.051,90	\$ 7.098,90	\$ (47)	(0,66) %
Terreno	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 0,00	0 %
Edificios	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 0,00	0 %
Muebles y Enseres	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 0,00	0 %
Equipo de Computo	\$ 860,00	\$ 860,00	\$ 0,00	0 %
Depreciación Acumulada de PP&E	\$ (2.688,10)	\$ (2.641,10)	\$ 47	1,77%
TOTAL ACTIVO	\$ 688.994,90	\$ 673.371,90	\$ 15.623,00	2,32%
PASIVOS	\$ 32.642,00	\$ 46.523,00	\$ (13881)	(29) %
PASIVO CORRIENTE	\$ 32.642,00	\$ 46.523,00		
TOTAL PASIVO	\$ 32.642,00	\$ 46.523,00		
CAPITAL	\$ 639.232,90	\$ 626.848,90	\$ 13.084,00	2,08 %
TOTAL CAPITAL+PATRIMONIO	\$ 688.994,90	\$ 673.371,90	\$ 15623	2,32%

Fuente: Análisis de la investigación"
Elaborado por: Celia Lesano

Análisis e interpretación

Interpretación Análisis Vertical del Estado de Situación Financiera

En el análisis del Estado de situación financiera arrojó las siguientes conclusiones:

Cuenta Inversiones

En la empresa Bazar y papelería La Tranca la cuenta inversiones con respecto al total de activo representa el 46% lo que significa que en el año 2014 se mantuvo un activo circulante sin mayor productividad del mismo; En el 2013 la cuenta inversiones con respecto al total de activo representó el 47,72 % de igual manera no se dio un mejor uso a este activo circulante

Cuenta Inventarios de Mercadería

En la Empresa Bazar y Papelería La Tranca, la cuenta inventarios de mercadería con respecto al total de activos representa 50,73% lo que significa que la empresa tiene una mayor proyección para el futuro. En el año 2013 a cuenta inventarios de mercadería con respecto al total de activos fue de 51,33% de igual manera tuvo un buen nivel de proyección en ventas.

Cuenta Pasivo

En la empresa Bazar y papelería La Tranca la cuenta proveedores con respecto al total del pasivo + patrimonio representa el 4,74% lo que significa que en el año 2014 las deudas fueron mínimas con respecto al patrimonio. En el año 2013 la cuenta proveedores con respecto del total de pasivo+ patrimonio fue de 6,91 % y fue más alto con relación al año 2014, sin embargo fue mínimo con respecto al patrimonio.

Cuenta Capital

En la empresa Bazar y papelería La Tranca la cuenta capital con respecto el total del pasivo más patrimonio representa el 95,26% lo que significa que en el año 2014 tiene mejor porcentaje lo que deja entrever que es una empresa sólida. En el año 2013 la cuenta capital con respecto al total de pasivo fue de 93,09 % de igual manera fue el más alto porcentaje, sin embargo podemos concluir que la Empresa Bazar y Papelería La Tranca creció en proporciones mínimas, ya que el nivel de crecimiento para el 2014 con respecto en relación al 2013 2,32 %.

Tabla 43: Análisis Vertical Estado de resultados

ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS						
DESCRIPCION DE LA CUENTA	2014	ANÁLISIS VERTICAL	%	2013	ANÁLISIS VERTICAL	%
INGRESOS TOTALES						
INGRESOS	\$ 966.717,45	100,00	%	\$ 974.635,10	100,00	
Ventas 12%	\$ 503.296,77	54,03	%	\$ 524.230,60	53,79	
Ventas 0%	\$ 463.420,68	45,97	%	\$ 450.404,50	46,21	
COSTO DE VENTAS	\$ 877.604,79	100,00	%	\$ 896.228,70	100,00	%
Inventario Inicial	\$ 345.563,00	42,79	%	\$ 386.212,00	43,09	%
Compras	\$ 881.339,79	94,79	%	\$ 855.669,70	95,47	%
Inventario Final	\$ (349.388,00)	-37,58	%	\$ (345.653,00)	-38,57	%
COSTOS Y GASTOS	\$ 80.717,21	100,00	%	\$ 81.512,34	100,00	%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 29.468,05	36,51	%	\$ 32.054,29	39,32	%
Sueldos y Salarios	\$ 12.976,77	44,04	%	\$ 12.477,67	38,93	%
Beneficios Sociales	\$ 1.826,74	6,20	%	\$ 1.756,49	5,48	%
Aporte Patronal	\$ 2.099,54	7,12	%	\$ 2.018,79	6,30	%
Honorarios Profesional	\$ 4.500,00	15,27	%	\$ 4.200,00	13,10	%
Mantenimiento Y Reparaciones	\$ 7.000,00	23,75	%	\$ 10.600,00	33,07	%
Depreciación AF	\$ 195,00	0,66	%	\$ 188,00	0,59	%
Suministros de Oficina	\$ 870,00	2,95	%	\$ 813,35	2,54	%
GASTOS VENTAS	\$ 51.249,16	63,49	%	\$ 49.458,05	60,68	%
Sueldos y Salarios	\$ 38.930,31	75,96	%	\$ 37.433,00	75,69	%
Beneficios Sociales	\$ 5.480,23	10,69	%	\$ 5.269,46	10,65	%
Aporte Patronal	\$ 6.298,62	12,29	%	\$ 6.056,37	12,25	%
Publicidad	\$ 540,00	1,05	%	\$ 699,23	1,41	%
Resultado del ejercicio	\$ 8.395,45	100,00		\$ (3.105,94)	100,00	%

Tabla 44: Análisis horizontal estado de resultados					
DESCRIPCION DE LA CUENTA	2014	2013	Variación Absoluta	Variación Relativa	
INGRESOS TOTALES					
INGRESOS	\$ 996.717,77	\$ 974.635,10	\$ 22.082,67	2,27	%
Ventas 12%	\$ 503.296,77	\$ 524.230,60	(\$ 26.211,53)	(3,99)	%
Ventas 0%	\$ 463.420,68	\$ 450.404,50	\$ 13.016,18	2,88	%
COSTO DE VENTAS	\$ 877.604,79	\$ 896.228,70	(\$ 18.263,91)	(2,08)	%
Inventario Inicial	\$ 345.563,00	\$ 386.212,00	(\$ 40649)	(10,5)	%
Compras	\$ 881.339,79	\$ 855.669,70	\$ 25.670,09	3,00	%
Inventario Final	\$ 349.388,00	\$ 345.653,00	\$ 3.735,00	1,08	%
COSTOS Y GASTOS	\$ 80.717,21	\$ 81.512,34	(\$ 795,13)	(0,98)	%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 29.468,05	\$ 32.054,29	(\$ 2.586,24)	(8,07)	%
Sueldos y Salarios	\$ 12.976,77	\$ 12.477,67	\$ 499,10	4,00	%
Beneficios Sociales	\$ 1.826,74	\$ 1.756,49	\$ 70,25	4,00	%
Aporte Patronal	\$ 2.099,54	\$ 2.018,79	\$ 80,75	4,00	%
Honorarios Profesional	\$ 4.500,00	\$ 4.200,00	\$ 300,00	7,14	%
Mantenimiento Y Reparaciones	\$ 7.000,00	\$ 10.600,00	(\$ 3.600,00)	(33,96)	%
Depreciación AF	\$ 195,00	\$ 188,00	\$ 7,00	3,72	%
Suministros de Oficina	\$ 870,00	\$ 813,35	\$ 56,65	6,97	%
GASTOS VENTAS	\$ 51.249,16	\$ 49.458,05	\$ 1.791,11	3,62	%
Sueldos y Salarios	\$ 38.930,31	\$ 37.433,00	\$ 1.497,31	4,00	%
Beneficios Sociales	\$ 5.480,23	\$ 5.269,46	\$ 210,77	4,00	%
Aporte Patronal	\$ 6.298,62	\$ 6.056,37	\$ 242,25	4,00	%
Publicidad	\$ 540,00	\$ 699,23	(\$ 159,23)	(22,77)	%
Resultado del ejercicio	\$ 8.395,45	(\$ 3.105,94)	\$ 11.501,39	(370,30)	%

Elaborado por: Celia Lesano

Fuente Análisis de la investigación

Conclusión:

Se concluye que en el análisis de Estado de Resultados de la empresa Bazar y papelería La tranca de los años 2013 y 2014 que: las ventas con tarifa 12 % en el año 2013 fue del 53,79% mientras que para el 2014 su porcentaje fue del 54,03 % lo que significa que hubo una mínima variación con respecto al año anterior de tan solo 0,24 % mientras que las ventas con tarifa 0 % se redujeron ya que en el 2013 tuvo un porcentaje 46,21% mientras que para el 2014 fue de 45,97%, Las compras en el año 2014 fue de 94,79 con respecto al costo de ventas, lo que significa fue superior al inventario inicial.

En lo relacionado con la utilidad del ejercicio se incrementó en el año 2014 en \$5.289,51 lo que significa que la entidad mantuvo resultados favorables en comparación con el año anterior, ya que en el año 2013 presentó una pérdida de \$-3.105,94, este incremento en la utilidad en el año 2014 se debió que hubo mayor movimiento en las ventas representado en la reducción del porcentaje del costo ventas en el año 2014, además hubo una disminución en los costos y gastos comparado con el año 2013; sin embargo la rentabilidad alcanzada en este año aun no es significativa pues apenas alcanza el 0,53 % de rentabilidad de las ventas

Desarrollo de indicadores de rentabilidad

Tabla 45: Desarrollo de indicadores de rentabilidad

INDICADOR	FÓRMULA	DESARROLLO	INTERPRETACIÓN
Rentabilidad sobre activos	$ROA = \frac{Utilidad\ Netas}{Activos}$	$ROA\ 2013 = \frac{\$(3.105,95)}{\$673.371,90} = -0,0046 * 100\%$ $= -0,46\%$ $ROA\ 2014 = \frac{\$8.395.846,46}{\$688.994,90} = 0,0121 * 100\%$ $= 1,22\% = 1\%$	Se observa que la rentabilidad sobre los activos para el año 2013 refleja un porcentaje de -0,46%, mientras que para el 2014 fue de 2%, lo que significa que la entidad en el año 2013 generó una utilidad del -0,46 ctvs., por cada dólar invertido en activos, mientras que en el año 2014 fue de \$1, de utilidad por cada dólar invertido en activos de la entidad.

<p>Rentabilidad sobre patrimonio</p>	$ROE = \frac{Utilidad\ Netas}{Patrimonio}$	$ROE\ 2013 = \frac{\$(3.105,95)}{\$626.848,90} = -0,0049 * 100\%$ $= -0,495\% = 0,50\%$ $ROE\ 2014 = \frac{\$8.395,45}{\$639.232,90} = 0,01300 * 100\%$ $= 1.31\%$	<p>Se observa que la rentabilidad sobre los activos para el año 2013 refleja un porcentaje de -0,50%, mientras que para el 2014 fue de 2%, lo que significa que la entidad en el año 2013 generó una utilidad del -0,50 ctvs., por cada dólar invertido por los propietarios de la entidad, mientras que en el año 2014 fue de \$1,32, de utilidad por cada dólar invertido de capital por parte del Gerente de Bazar y papelería "La Tranca", esto significa que la entidad para el año 2014 creció en cantidades mínimas.</p>
<p>Capital de Trabajo</p>	<p>Sistema Dupont</p> $= \frac{Utilidad\ Neta}{Ventas}$ $* \frac{Ventas}{Activo\ Total}$ <p>* Multiplicador de capital</p>	<p>Sistema Dupont 2013</p> $= \frac{\$(3.105,95)}{\$974.635,10} * \frac{\$974.635,10}{\$673.371,90}$ $* 100 = -0,4478 * 100\%$ $= -0,45\%$ <p>Sistema Dupont 2014 = $\frac{\\$12.846,46}{108.980,28} * \frac{108.980,28}{\\$671.874,90} * 100$</p>	<p>La Rentabilidad de análisis Dupont, para el año 2013 fue del -0,45%, este valor representa al margen neto de ventas mostrando que la empresa no está usando de forma eficiente sus activos para la generación de ingresos, mientras que para el año 2014 fue de \$2 ya que por cada dólar que rota o circula en los activos se generó \$1,55 ctvs., en ventas.</p>

Fuente: Análisis de la investigación"
Elaborado por: Celia Lesano

6.7. Fase III

6.7.3.1 Establecimiento de controles para los riesgos establecidos en la fase 1 y 2

Riesgo	Control
-No se elaboran presupuestos de ventas anuales -Información desactualizada	<ul style="list-style-type: none"> • Se requiere elaborar un presupuesto anual de objetivos de ventas, tomando en cuenta toda la información entregada por la Administradora, en consenso con la Gerencia.
-Información financiera no razonable -Limitada revisión de variaciones reflejadas en los Estados Financieros	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar de forma mensual las variaciones generales tanto en la realidad del desarrollo del negocio en la consecución de los objetivos y de ser el caso replantear las metas para que sean razonables.
- No hay reporte de gastos de los vendedores -Excesos gastos de ventas sin justificación	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar que todos los reportes de gastos del departamento de ventas, se presente máximo en 3 días calendarios, en el caso de los viáticos los documentos no deberán tener antigüedad mayor a un mes.
-Incremento de cartera de crédito vencida	<ul style="list-style-type: none"> • Observar la política de control de facturación y ventas, donde se contemplan parámetros para la aprobación de pedidos previo a la aprobación de ventas, para evitar que se despache mercadería a clientes que no se encuentren al día en los pagos.
-Personal desmotivado -baja estabilidad laboral -Elevada rotación de personal	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar los cálculos de los incentivos ganados por el personal de ventas, de acuerdo a los porcentajes establecidos en los beneficios a los empleados de Bazar y Papelería "La Tranca"
-No se cancela a tiempo los roles a los empleados	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer políticas de control para la nómina de empleados, con el fin de respetar las fechas de entrega de la información de las comisiones para que los empleados reciban sus haberes a tiempo.
- Desorganización de bodega - Stock excesivo de inventario	<ul style="list-style-type: none"> • Separar la mercadería recibida en buen estado de las devoluciones en ventas, para determinar si es procedente efectuar la respectiva devolución a la bodega de la entidad, o en su defecto solicitar se autorice promociones y/o descuentos.

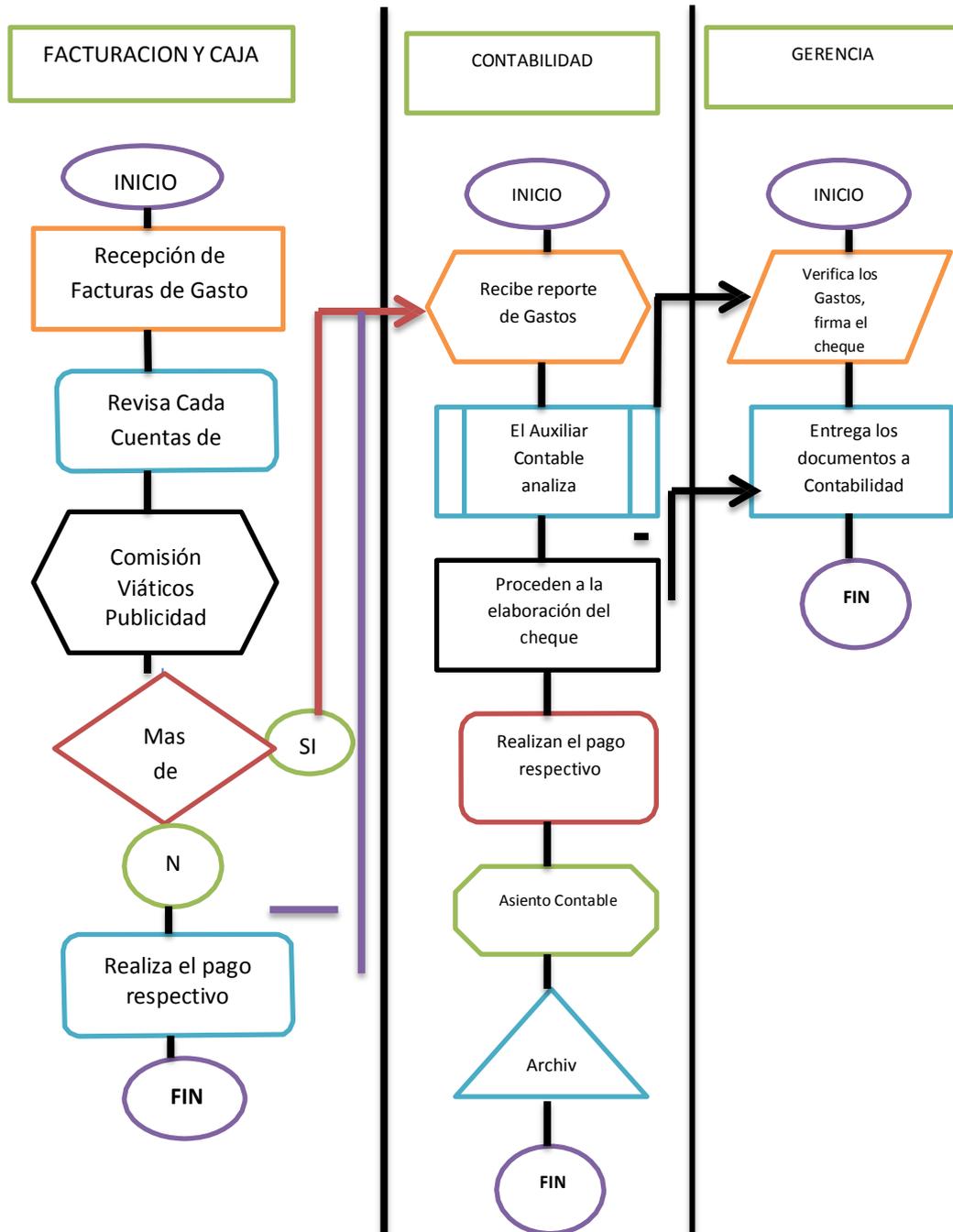
Fuente: Análisis de la investigación"

Elaborado por: Celia Lesano

6.7.3.2 Flujoograma de procesos propuestos

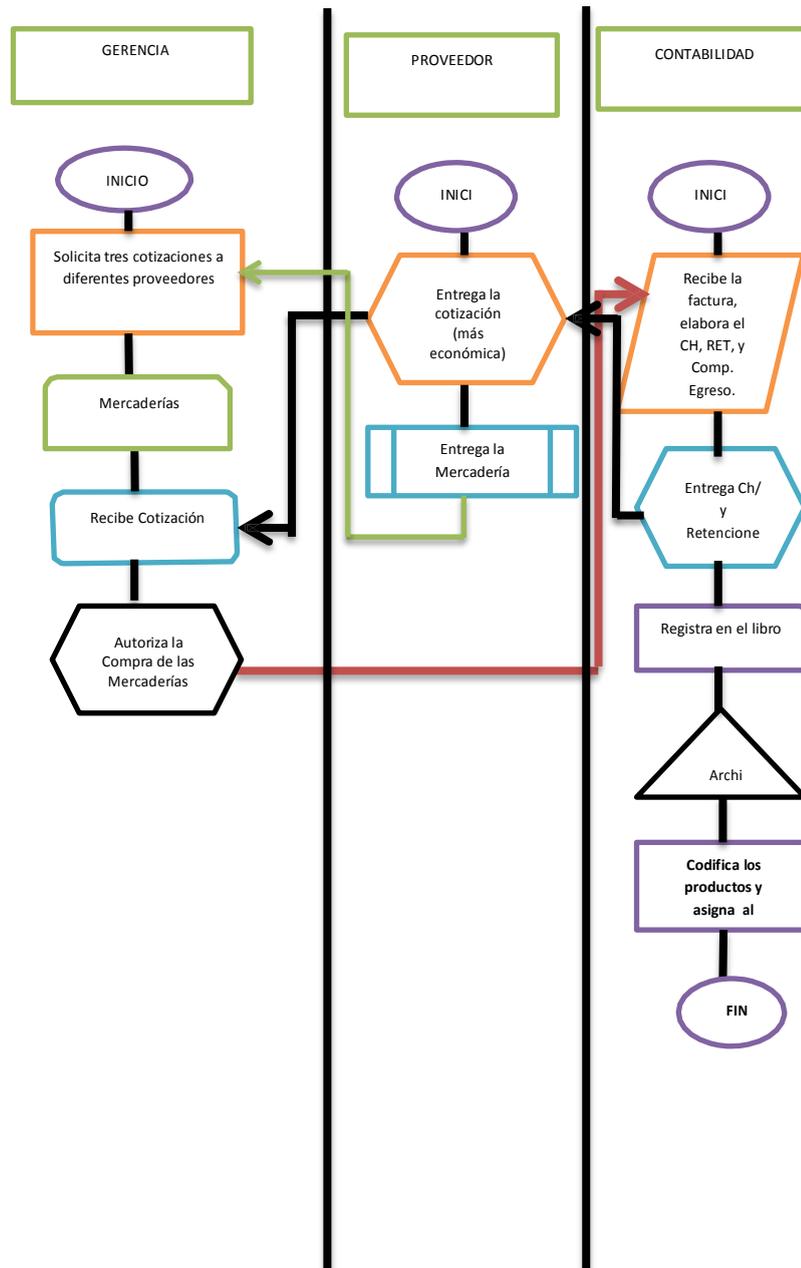
A continuación se describen los procedimientos a seguir para solucionar hallazgos detectados en el control interno aplicado en las fases anteriores:

Figura 3: Proceso de registro de gastos



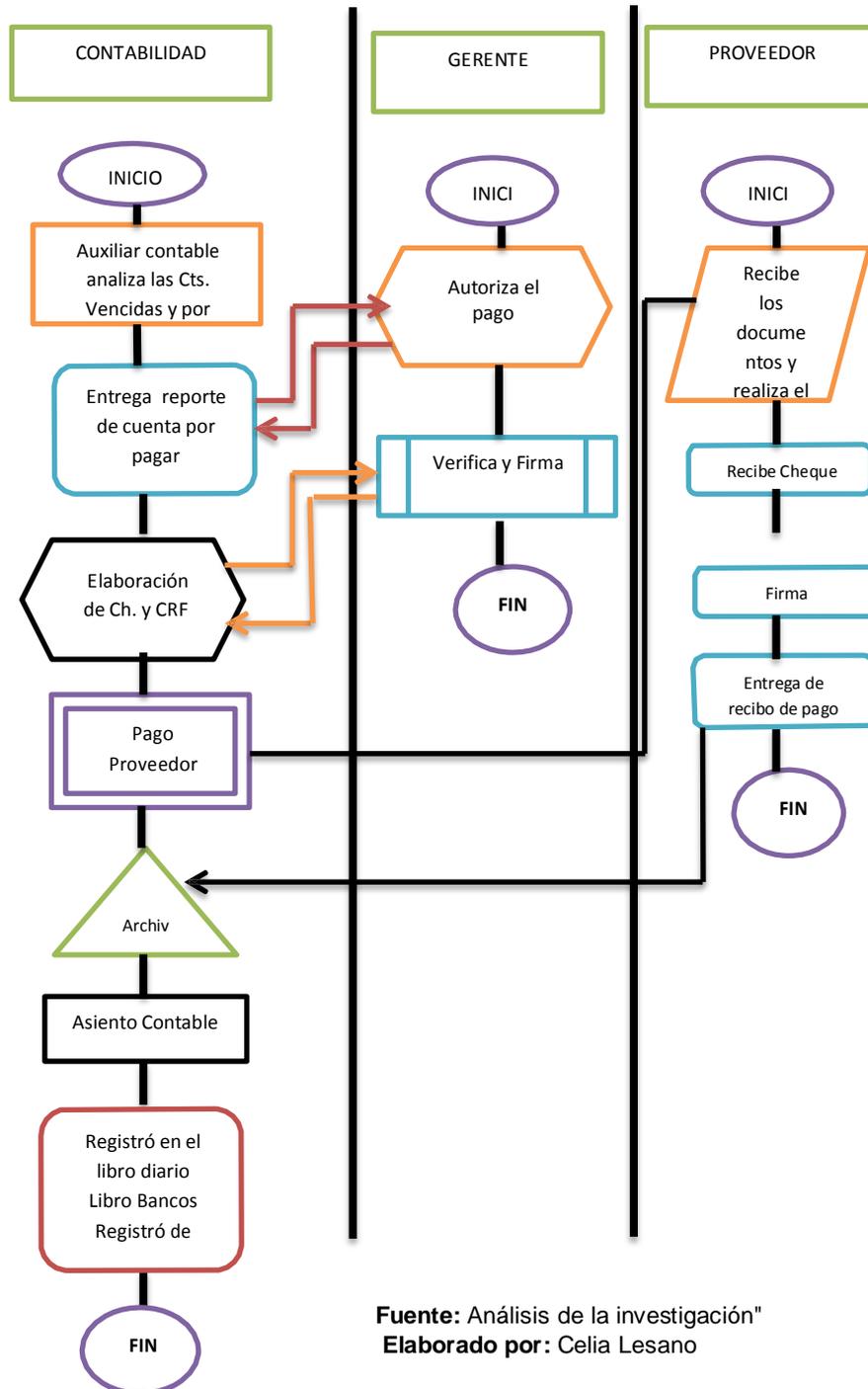
Fuente: Análisis de la investigación"
Elaborado por: Celia Lesano

Figura 4: Proceso compra de mercadería



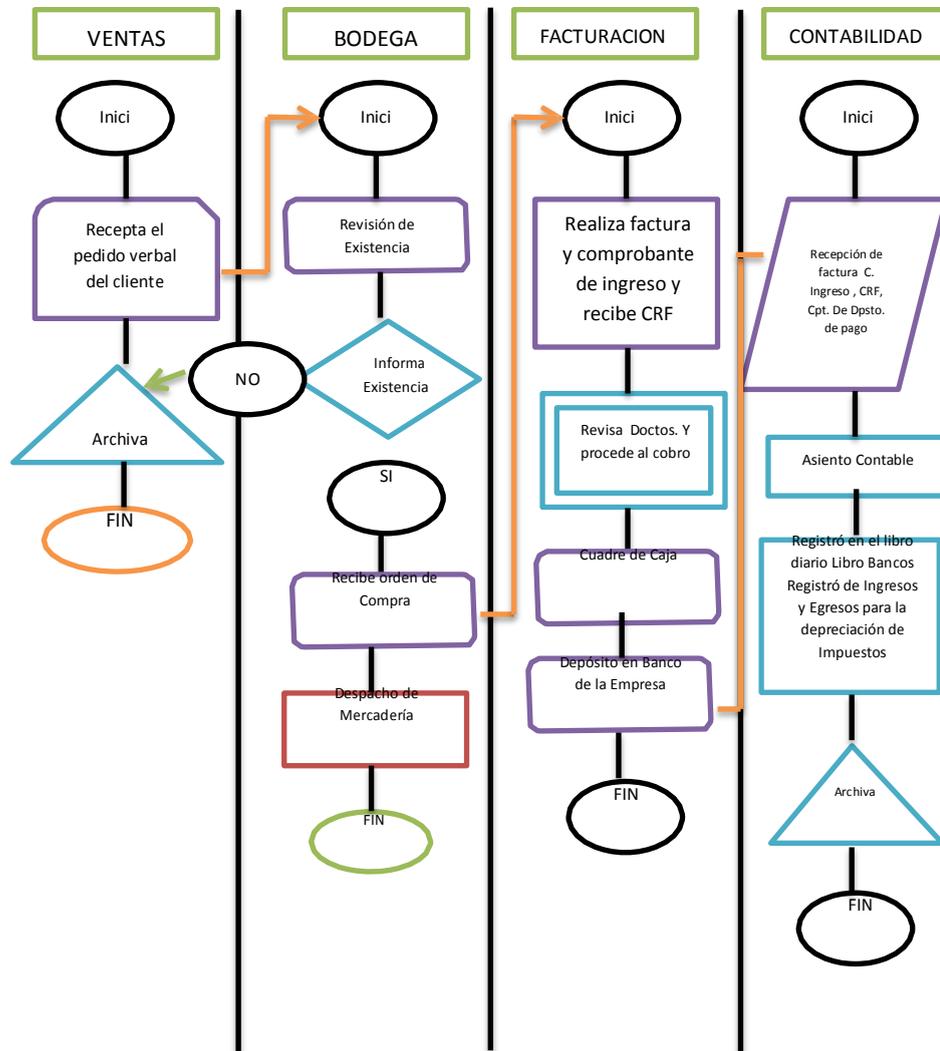
Fuente: Análisis de la investigación"
Elaborado por: Celia Lesano

Figura 5: Proceso de pago a proveedor



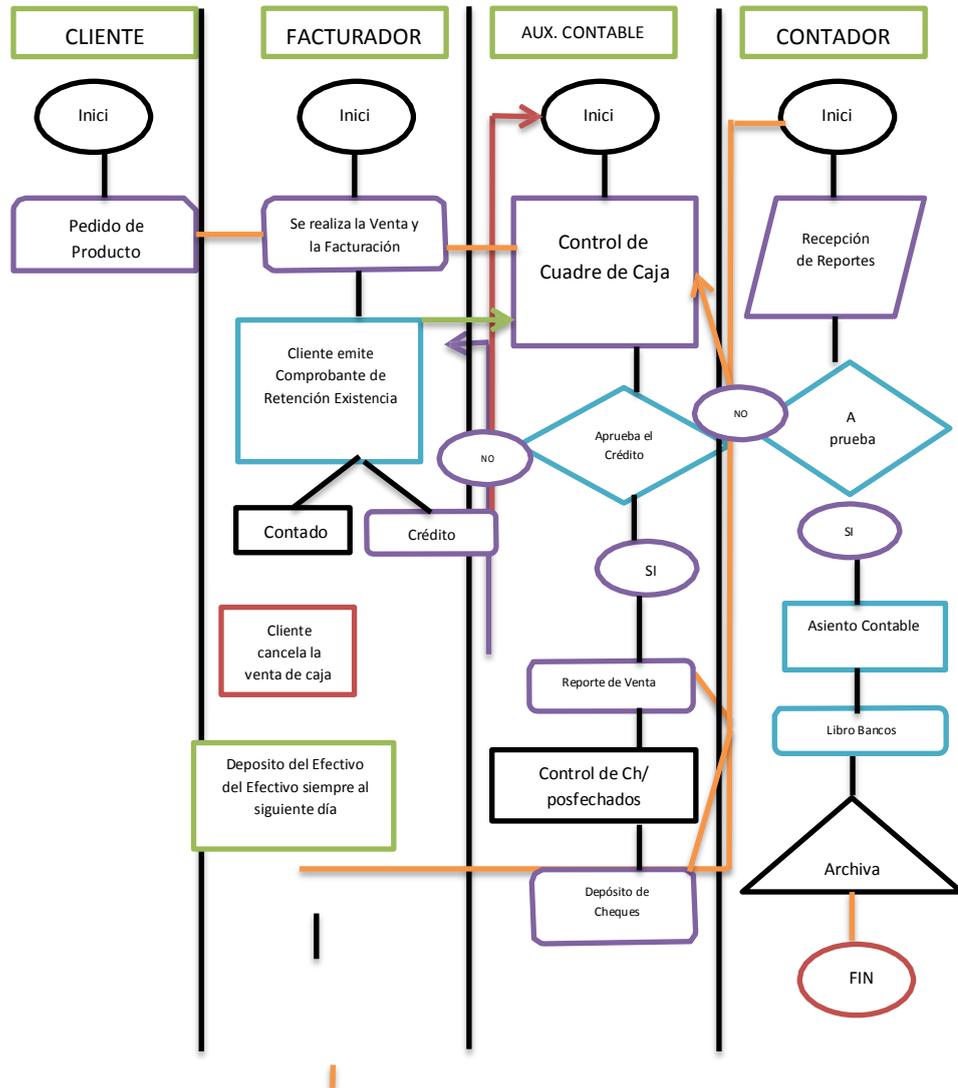
Fuente: Análisis de la investigación"
 Elaborado por: Celia Lesano

Figura 6: Proceso de contabilización de la venta



Fuente: Análisis de la investigación"
Elaborado por: Celia Lesano

Figura 7: Proceso de contabilización de venta.



Fuente: Análisis de la investigación"
Elaborado por: Celia Lesano

6.7.4 Fase IV

6.7.4.1 Indicadores de gestión para el Proceso de Comercialización

En vista de que la empresa Bazar y Papelería “La tranca” no aplica indicadores de gestión en el proceso de comercialización, se propone los siguientes, los mismos que fueron planteados a través de los objetivos de los riesgos detectados.

Los indicadores de gestión son medidas utilizadas para determinar el éxito de un proyecto o una organización. Los indicadores de gestión suelen establecerse por los líderes del proyecto u organización, y son posteriormente utilizados continuamente a lo largo del ciclo de vida, para evaluar el desempeño y los resultados.

Todas las actividades pueden medirse con parámetros que enfocados a la toma de decisiones son señales para monitorear la gestión, así se asegura que las actividades vayan en el sentido correcto y permiten evaluar los resultados de una gestión frente a sus objetivos, metas y responsabilidades. Estas señales son conocidas como indicadores de gestión. Un indicador de gestión es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso, cuya magnitud, al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas según **(Jaramillo, s/f)**

Los indicadores de gestión aplicados para el proceso de comercialización nos permitirán medir las variables relacionadas con las metas impuestas por la administración a, así como el desempeño del departamento. Así tenemos los indicadores para el proceso de comercialización de Bazar y Papelería “La Tranca”.

Cabe mencionar que la importancia de estos indicadores no es solo el levantamiento de una línea base que nos ubique en tiempo y espacio en la librería sino el establecer indicadores de gestión que permitan desarrollar un seguimiento continuo que se transforme en sugerencias y recomendaciones para la mejora del negocio y acoplarse a las tendencias

nacionales e internacionales generando una mayor rentabilidad en el corto, mediano y largo plazo

A continuación se recomienda indicadores de Gestión para que puedan ser aplicados al proceso de comercialización en la Empresa Bazar y Papelería “La Tranca”

OBJETIVO	INDICADO
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un presupuesto anual de objetivos de ventas, tomando en cuenta toda la información entregada por la Administración, en consenso con la Gerencia. 	<p>Proyección en ventas</p> <p>_____</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar de forma mensual las variaciones generales tanto en la realidad del desarrollo del negocio en la consecución de los objetivos con finalidad de plantear metas razonables. 	<p>Nivel de efectividad en la entrega de Información financiera a tiempo</p> <p>_____</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Observar la política de control de facturación y ventas, donde se contemplan parámetros para la aprobación de pedidos previo a la aprobación de ventas, 	<p>Determinación para aprobación de pedidos.</p> <p>_____</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar los cálculos de los incentivos ganados por el personal de ventas, de acuerdo a los porcentajes establecidos en los beneficios a los empleados de Bazar y Papelería “La Tranca” 	<p>Entrega Adecuada de Incentivos</p> <p>_____</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer políticas de control para la nómina de empleados, con el fin de respetar las fechas de entrega de la información de las comisiones para que los empleados reciban sus haberes a tiempo. 	<p>Efectividad en entrega de comisiones</p> <p>_____</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Separar la mercadería recibida en buen estado de las devoluciones en 	<p>_____</p> <p>Trato adecuado de mercadería devuelta</p>
<ul style="list-style-type: none"> • ventas, para determinar si es procedente efectuar la respectiva devolución a la bodega de la entida 	<p>_____</p>

Fuente: Análisis de la investigación"

Elaborado por: Celia Lesano

6.9. PREVISION DE LA EVALUACIÓN

Tabla 46: Previsión de la Evaluación

ASPECTO PARA EL PLAN DE EVALUACIÓN	ELEMENTOS O RECURSOS TÉCNICOS EN EL PROCESO DE EVALUACIÓN
Interesados en evaluar	Gerente General de la Empresa Bazar y Papelería "La Tranca"
Razones que justifica la evaluación	Se justifica porque el método de control interno COSO I, logrará mejorar el proceso de comercialización lo que mejorará los ingresos por ende la rentabilidad de la entidad
Objetivos del plan de evaluación	Examinar cuan efectiva es la aplicación de los cuestionarios de control interno en la generación de información oportuna en el proceso de comercialización Realizar oportunamente las actividades implantadas en cada procedimiento en el Departamento de ventas, de la entidad
Aspectos a ser evaluados	Proceso de comercialización
Personas encargadas de evaluar	Investigadora: Celia Lesano Tutora: Dra. Jazmina Salazar
Período de evaluación	Semanal, mensual y anual
Período de evaluación	Eficacia, eficiencia y efectividad
Recursos	Encuestas Cuestionarios de Control Observación directa en la entidad

Fuente: Análisis de la investigación"

Elaborado por: Celia Lesano

”

BIBLIOGRAFÍA

- Alma Del Cid, A. (2011). *Investigación Fundamentos y Metodología*. Mexico D.F: PEARSON EDUCACIÓN MEXICO.
- Bernal C, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Pearson Educación.
- Bernal C, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Pearson Educación.
- Bernal C, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Pearson Educación.
- Bernal C, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Pearson Educación.
- Bravo M, M. (2011). *Contabilidad General*. Quito: Escobar Impresores.
- Bravo M, M. (2011). *Contabilidad General decima edición*. Quito: Escobar impresores.
- Cantú G, G. (2008). *Contabilidad Financiera*. Mexico: McGraw-Hill.
- Cantú G, G. G. (2008). *Contabilidad Financiera*. Mexico: McGraw-Hill.
- Cepeda G, G. (2002). *Auditoria y Control Interno*. Colombia: McGraw-HILL Interamericana.
- Cepeda G, G. (2002). *Auditoria y el Control Interno*. Colombia: McGraw.
- Coral L, L. (2008). *Contabilidad Plus*. Bogota: McGraw-Hil.
- De Lara Bueno M, M. (2007). *Manual Básico de Revisión y Verificación Contable*. Mexico: Dykinson.
- De Lara Bueno M, M. I. (2007). *Manual Basico de Revisión y Verificación Contable*. MEXICO: DYKINSON.
- Del Cid A, A. (2011). *Investigación Fundamentos y Y Metodología*. Mexico: Pearson Educacion Mexico.
- Eslava J, J. (2008). *Las claves del análisis financiero de la empresa*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Eslava J, J. (2008). *Las claves del análisis económico- financiero de la empresa*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

- Estupiñan R, R. (2012). *Control interno y fraudes*. Bogota: ECOE EDICIONES.
- Estupiñan R, R. (2012). *Control Interno Y fraudes*. Bogota: ECOE EDICIONES.
- Hernandez R, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-HILL Interamericana.
- Hernandez, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Herrera L, L. (2002). *Tutoria de la Investigación Científica*. Quito: Dimerino Editores.
- Herrera L, L. (2004). *Tutoría de la Investigación*. Quito: Dimerino Editores.
- Herrera L, L. (2004). *Tutoria de la Investigación Científica*. Quito: Dimerino Editores.
- Herrera, L. (2002). *Metodología de la Investigación (Primera ed.)*. Quito: Diemerino Editores.
- Kotler P, P. (2005). *Los 80 conceptos esenciales del Marketing*. Madrid: Pearson Printece Hall.
- Kotler, P. (2005). *Los 80 conceptos esenciales de Marketing*. Madrid: Pearson Printice Hall.
- Kuhn T, T. (1997). *Thomas Kuhn y la difernecia de la ciencia contemporanea*. Santiago de Cali: Universidad del Valle.
- Kuhn, T. (1997). *Tomas Khun y la diferencia de la ciencia contemporanea*. Santiago de Cali: Universidad del Valle.
- Lawrence G, G. (2003). *Pricipios de la contabilidad Financiera*. Mexico: Pearson.
- Lawrence G, G. (2003). *Principios de Contabilidad Financiera*. Mexico: PearsonEducación.
- Lawrence G, G. (2005). *Fundamento de las inversiones*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Lawrence G, G. (2005). *Fundamentos de Inversiones*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Lucy Coral, E. G. (2008). *Contabilidad Plus (sexta edición)*. Bogota: McGraw-Hill.

- Mantilla S, S. (2004). *Auditoría de la información*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Mantilla S, S. (2009). *Auditoría de Información Financiera*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Mantilla S, S. (2011). *Control Interno Informa Coso*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Mantilla S, S. (2011). *Control Interno informe coso*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Mantilla S, S. (2011). *Control Interno Informe Coso*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Navas M, M. (2009). Analisis Financiero una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Redalyc.org*, 606.
- Rivas G, G. (8 de Julio de 2011). Modelos Contemporaneos de Control Interno. *Redalyc org*.
- Rodriguez J, J. (2010). *Auditoría Administrativa*. Mexico: Editorial Trillas.
- Rodríguez, J. (2010). *Auditoría Administrativa*. Mexico: Editorial Trillas.
- Sierra G, G. (2001). *Fundamentos de la Contabilidad Financiera para economistas*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Sierra G, G. (2001). *Fundamentos de la Contabilidad Financiera para Economistas*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Sierra G, G. (2001). *Fundamentos de la Contabilidad Financiera para Economistas*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Sierra G, G. (2001). *Fundamentos de la Contabilidad Financiera Para Economistas*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Sotomayor A, A. (2008). *Contabilidad Administrativa*. Mexico: McGRAW-HILL Interamericana.
- Sotomayor A, A. (2008). *Contabilidad Administrativa*. Mexico: McGraw-HILL Interamericana.
- Villalba, C. (2014). *Metodología de la Investigación Científica*. Quito: Impresores MYL.
- Villalba C, C. (2014). *Metodología de la Investigación Científica*. Quito: Impresores MYL.

- Zapata P, P. (2008). *Conabilidad General*. Colombia: McGraw-Hill Interamericana.
- Zapata P, P. (2008). *Conabilidad General*. Colombia: Interamericana.

LINKOGRAFIA

- *Definiciones,abc, economía*. (20 de 11 de 2014). Recuperado el 20 de 11 de 2014, de Definiciones,abc, economía: <http://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php>
- Castaño J, J. C. (4 de 2011). *Redalyc.Org*. Recuperado el 23 de 1 de 2015, de <http://www.redalyc.org/pdf/849/84921327016.pdf>
- Coello N, N. (4 de Agosto de 2011). *"El Control Interno y su efecto en el proceso de comercialización de la Distribuidora MARCECI en el Segundo Semestre del año 2010"*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2014, de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/1733/TA0068.pdf?sequence=1>
- Deficiones A,B,ceconomía. (14 de 11 de 2014). *Definiciones A,b,c economía*. Recuperado el 22 de 1 de 2015, de <http://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php>
- Gonzalez Peralo R, R. (12 de Diciembre de 2006). *Marco Teórico y Conceptual de la Auditoría de Gestión*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2014, de <http://www.monografias.com/trabajos43/auditoria/auditoria2.shtml>
- Internet. (2014). *Proceso de comercializacion y ventas de un producto*. Obtenido de <http://es.calameo.com/read/0002145263f9b8efdfc17>.
- Londoño M, M. (2014). *Proceso de comercializacion y ventas de un producto*. Recuperado el 10 de 2 de 2015, de <http://es.calameo.com/read/0002145263f9b8efdfc17><http://es.calameo.com/read/0002145263f9b8efdfc17>
- Paima B, B. (Noviembre de 2013). *Influencia del control interno en el area de compras de compras en la empresa Autonrt Trujillo S.A de la ciudad de Trujillo*. Recuperado el 16 de Enero de 2015, de positorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/133/1/PAIMA_BRIGGITH_INFLUENCIA_SISTEMA_CONTROL.pdf
- Paiva F, F. (Julio - de 2013). *Control Interno y si incidencia en la rentabilidad de la Empresa Cobros del Norte*. Recuperado el 15 de enero de 2015, de <file:///C:/Users/Celia/Downloads/732-1403-1-PB.pdf>

- Salvado Luisa E, E. (2012). *La Contabilidad de Gestión como herramienta para la toma de decisiones*. Recuperado el 2014 de Noviembre de 14, de <file:///C:/Users/Celia/Downloads/Dialnet-LaContabilidadDeGestionComoHerramientaParaLaTomaDe-229732.pdf>
- Trujillo M, M. (16 de Noviembre de 2013). *"El Control y Evaluación de la Comercialización"*. Recuperado el 12 de 02 de 2015, de <https://prezi.com/rgx1pkoswamh/control-y-evaluacion-de-la-comercializacion/>
- Vega Rojano R, R. d. (4 de Agosto de 2011). *El control interno y su efecto en la rentabilidad de la Empresa Akabados de la ciudad de Ambato durante el año 2010*. Recuperado el 08 de Noviembre de 2014, de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/1700/TA0044.pdf?sequence=1>

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO N° 1 ESTADOS FINANCIEROS

Estado de Resultados Año 2013

BAZAR Y PAPELERIA LA TRANCA			
ESTADOS DE RESULTADOS			
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2013			
INGRESOS			\$ 974.635,10
Ventas 12%		\$ 524.230,60	
Ventas 0%		<u>\$ 450.404,50</u>	
COSTO DE VENTAS			\$ 896.228,70
Inventario Inicial	\$ 386.212,00		
Compras	\$ 855.669,70		
Inventario Final	<u>\$ 345.653,00</u>		
COSTOS Y GASTOS			\$ 81.512,34
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 32.054,29	
Sueldos y Salarios	\$ 12.477,67		
Beneficios Sociales	\$ 1.756,49		
Aporte Patronal	\$ 2.018,79		
Honorarios Profesional	\$ 4.200,00		
Mantenimiento Y Reparaciones	\$ 10.600,00		
Depreciación AF	\$ 188,00		
Suministros de Oficina	<u>\$ 813,35</u>		
GASTOS VENTAS		\$ 49.458,05	
Sueldos y Salarios	\$ 37.433,00		
Beneficios Sociales	\$ 5.269,46		
Aporte Patronal	\$ 6.056,37		
Publicidad	<u>\$ 699,23</u>		
Resultado del Ejercicio			<u>\$ (3.105,94)</u>
Freddy Naranjo			Milton Ortega
GERENTE			CONTADOR

a)
b)
c)

Balance de situación Financiera 2013

BAZAR Y PAPELERIA LA TRANCA					
BALANCE GENERAL					
Al 31 de Diciembre de 2013					
ACTIVO			PASIVO		
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE		
		\$ 666.273,00			\$ 46.523,00
Bancos	\$ 620,00		Proveedores	\$ 46.523,00	
Inversiones	\$ 320.000,00				
Inventario Mercadería	\$ 345.653,00		PATRIMONIO		
			Capital Social	\$ 626.848,90	
ACTIVO NO CORRIENTE					
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO					
		\$ 7.098,90			
Terreno	\$ 6.500,00				
Edificios	\$ 1.000,00				
Muebles y Enseres	\$ 1.380,00				
Equipo Cómputo	\$ 860,00				
Depreciación Acumulada de PP&E	\$ (2.641,10)				
TOTAL ACTIVO		\$ 673.371,90	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 673.371,90
Freddy Naranjo					Milton Ortega
GERENTE					CONTADOR

Estado de Resultados 2014

BAZAR Y PAPELERIA LA TRANCA			
ESTADOS DE RESULTADOS			
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2014			
INGRESOS			966.717,45
Ventas 12%		503.296,77	
Ventas 0%		463.420,68	
COSTO DE VENTAS			877.604,79
Inventario Inicial	345.653,00		
Compras	881.339,79		
Inventario Final	349.388,00		
COSTOS Y GASTOS			80.717,21
GASTOS ADMINISTRATIVOS		29.468,05	
Sueldos y Salarios	12.976,77		
Beneficios Sociales	1.826,74		
Aporte Patronal	2.099,54		
Honorarios Profesional	4.500,00		
Mantenimiento Y Reparaciones	7.000,00		
Depreciación AF	195,00		
Suministros de Oficina	870,00		
GASTOS VENTAS		51.249,16	
Sueldos y Salarios	38.930,31		
Beneficios Sociales	5.480,23		
Aporte Patronal	6.298,62		
Publicidad	540,00		
Resultado del Ejercicio			8.395,45
Fredi Naranjo			Milton Ortega
GERENTE			CONTADOR

A. Balance General 2014

Tabla 44: Balance Situación Financiera 2014

BAZAR Y PAPELERIA LA TRANCA					
ESTADOS DE SITUACION FINANCIERA					
Al 31 de diciembre 2014					
ACTIVO				PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		681.753,00	PASIVO CORRIENTE		32.642,00
Bancos	12.365,00		Proveedores	32.642,00	
Inversiones	320.000,00				
Inventario Mercadería	349.388,00		PATRIMONIO		
			Capital Social	656.162,90	
ACTIVO NO CORRIENTE					
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		7.051,90			
Terreno	6.500,00				
Edificios	1.000,00				
Muebles y Enseres	1.380,00				
Equipo Cómputo	860,00				
Depreciación Acumulada de PP&E -	2.688,10				
TOTAL ACTIVO		688.804,90	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		688.804,90
Fredi Naranjo					Milton Ortega
GERENTE					CONTADOR

ANEXO Nº 2 RUC



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NUMERO RUC: 1800194886001

APELLIDOS Y NOMBRES: NARANJO PAREDES FREDI BOANERGES

NOMBRE COMERCIAL: BAZAR Y PAPELERIA LA TRANCA

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

FEC. NACIMIENTO: 25/08/1927 **FEC. ACTUALIZACION:** 04/05/2005

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 01/01/1964

FEC. INSCRIPCION: 31/03/1981

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ARTICULOS DE BAZAR EN GENERAL

DIRECCION DOMICILIO PRINCIPAL:
Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: ATOCHA - FICOA Calle: AV. LOS GUAYTAMBOS
Número: 4-17 Intersección: LA DELICIA Referencia: A MEDIA CUADRA DE LA IGLESIA EVANGELICA
ALIANZA DE FICOA, BARRIO FICOA Teléfono: 032827813

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

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

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: ABIERTOS: 2 CERRADOS: 1

JURISDICCION: REGIONAL CENTRO I, TUNGURAHUA

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

Usuario: NACEPDA **Lugar de emisión:** AMBATO, TUNGURAHUA **Fecha y hora:** 04/05/2005 12:05:21

SRI
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
RUC. *



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NÚMERO RUC: 1800134896001

APELLIDOS Y NOMBRES: NARANJO PAREDES FREDI BOANERGES

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

Nº ESTABLECIMIENTO: 347 ESTADO: AMBATO MATRIZ FIC. INICIO ACT. 01/01/1984
NOMBRE COMERCIAL: BAZAR Y PAPELERIA LA TRINCA

ACTIVIDADES ECONÓMICAS: FIC. ACT. 04050005

- VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ARTICULOS DE BAZAR EN GENERAL
- VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PAPELERIA EN GENERAL
- VENTA AL POR MENOR DE LIBROS

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia TUNDUBUZA - Cantón AMBATO - Parroquia SAN FRANCISCO - Cofe JUAN BENIGNO VELA
Manzana 03/14 - Edificio ESPÍJOL - Referencia: FRENTE AL MERCADO MODELO - Barrio CENTRO
COMERCIAL NARANJO - Teléfono Tumbuco 02202910 - Tumbuco Tumbuco 02202141 - Ambato Píscos 0900209

Nº ESTABLECIMIENTO: 003 ESTADO: AMBATO FIC. INICIO ACT. 01/05/2011

NOMBRE COMERCIAL:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS: FIC. ACT. 04050005

- AL QUELLE DE BENER KEMERILES PARALOCALES COMERCIALES

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia TUNDUBUZA - Cantón AMBATO - Parroquia SAN FRANCISCO - Cofe JUAN BENIGNO VELA
Manzana 03 - Edificio ESPÍJOL - Referencia: FRENTE AL MERCADO MODELO - Barrio CENTRO
COMERCIAL NARANJO - Teléfono Tumbuco 02202910

Nº ESTABLECIMIENTO: 001 ESTADO: CARRIZO FIC. INICIO ACT. 01/05/1994

NOMBRE COMERCIAL: BAZAR Y PAPELERIA LA TRINCA FIC. CIERRE: 04/05/1995

ACTIVIDADES ECONÓMICAS: FIC. INICIO: 04/05/1994 FIC. ACT. 04050005

- VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE PAPELERIA

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia TUNDUBUZA - Cantón AMBATO - Parroquia SAN FRANCISCO - Cofe JUAN B VELA - Número
03-25 - Edificio ESPÍJOL - Referencia: JUNTO AL MERCADO MODELO - Barrio MERCADO MODELO
No. 1 - Oficina 24 - Teléfono Tumbuco 02202910

Firma del Contribuyente: **SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS**
Código: 1800134896001 Lugar de emisión: AMBATO, TACTO (CANTÓN) URBANO Y LAZAR Fecha y hora: 24/05/2011 12:35:01



ANEXO Nº 3 ENCUESTA



**UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA
MODALIDAD: SEMI- PRESENCIAL**

Objetivo: Recoger información sobre el proceso de comercialización y su efectos en la rentabilidad de Bazar y papelería “La Tranca”.

Instrucciones: Marque con una X la respuesta

Questionario

a. ¿Es necesario establecer políticas de control interno al proceso de comercialización?

Si

No

b. ¿El sistema contable con que cuenta la empresa arroja los precios correctos?

Si

No

c. ¿Qué periodicidad de planificación existe para salvaguardar la mercadería en las bodegas de la entidad?

Mensual

Trimestral

Semestral

Anual

d. ¿Las mercaderías de la entidad están organizadas en perchas o estanterías de forma correcta?

Siempre
En Ocasiones
Casi Nunca

e. ¿Existe un manual adecuado para el personal de ventas?

Si
No
Desconozco

f. ¿Existe un control minucioso de las entradas y salidas de mercadería?

SI
NO

g. ¿Se emiten comprobantes de egreso que soporten las erogaciones del dinero recaudado de las ventas?

SI
NO

h. ¿Las ventas realizadas tienen su respectivo documento de soporte?

SI
NO

i. ¿Cada que tiempo se realizan arquezos de caja en Bazar y Papelería “La Tranca”?

Diario

Semanal

Mensual

j. ¿Se otorga crédito a los clientes?

Siempre

En ocasiones

Casi nunca

k. ¿Existe una lista de precios vigente y actualizada?

SI

NO

l. ¿Existen políticas que controlen la rentabilidad por concepto de ventas?

SI

NO

m. ¿Los propietarios de la entidad han obtenido un rendimiento razonable de los activos bajo su control?

Siempre

A veces

Casi nunca

n. ¿Se ha obtenido beneficios por el patrimonio invertido de los propietarios de la entidad?

SI

NO

o. ¿Cómo se establece el margen de utilidad en la entidad?

A traves de los productos vendidos
A traves de los gastos incurridos

p. ¿Se da un uso eficiente de los activos fijos de la entidad?

SI
NO

q. ¿Qué tipo de inversión se utiliza para que la entidad opere con normalidad?

Aporte socio o dueños
Préstamos a entidades financieras

r. ¿Se ha realizado análisis de rentabilidad de los estados financieros?

SI
NO

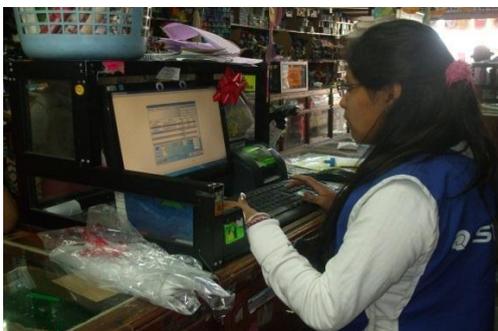
¡Gracias por su colaboración!

ANEXO Nº 4. INSTALACIONES DE BAZAR Y PAPELERÍA “LA TRANCA”

Instalaciones de la entidad



Servicio al cliente



Bodegas

