



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**“MANUAL DE CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS PARA
COMERCIAL “ANITA”, CANTÓN LA LIBERTAD,
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTOR: MARJORIE CAROLINA VIDAL TIGRERO

TUTOR: ECON. MARGARITA PANCHANA PANCHANA MSc.

LA LIBERTAD - ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

**“MANUAL DE CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS PARA
COMERCIAL “ANITA”, CANTÓN LA LIBERTAD,
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTOR: MARJORIE CAROLINA VIDAL TIGRERO

TUTOR: ECON. MARGARITA PANCHANA PANCHANA MSc.

LA LIBERTAD - ECUADOR

2015

La Libertad, Junio del 2015.

APROBACIÓN DEL TUTOR.

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación “**Manual de control interno de inventarios para Comercial “ANITA”, Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015**”, elaborado por la Srta. MARJORIE CAROLINA VIDAL TIGRERO, con cédula de identidad N° 0928621648 egresada de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciada en Contabilidad y Auditoría, me permito aclarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académico y científico, razón por la cual lo apruebo en todas sus partes.

Atentamente

Econ. Margarita Panchana Panchana MSc.

TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación, “**MANUAL DE CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS PARA COMERCIAL “ANITA”, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015**”, elaborado por quien suscribe la presente declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica de la autora. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena

La Libertad, junio de 2015

Atentamente

.....
Marjorie Carolina Vidal Tigrero
C.I. 0928621648

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. José Villao Viteri, MSc.
**DECANO DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Cpa. Mariela Reyes Tomalá, MSc.
**DIRECTOR DE CARRERA
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

Econ. Margarita Panchana Panchana MSc.
PROFESOR - TUTOR

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

DEDICATORIA

A Dios todopoderoso, que me ha guiado siempre y me iluminó a lo largo de mi camino como estudiante universitaria, por haberme colocado en el lugar y momento indicado, por darme salud y las fuerzas necesarias para lograr mis objetivos y metas propuestas.

A mis padres por su apoyo incondicional y su permanente amor que me brindan cada día de mi vida, en especial a mi madre por darme el aliento para seguir adelante.

Marjorie Vidal

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios, porque gracias a él que me brindó las fuerzas y el valor suficiente para no desfallecer en los momentos difíciles.

A mis padres por su apoyo día tras día, a nuestro director de la Carrera de Contabilidad y Auditoría Cpa. Mariela Reyes por su compromiso y colaboración en la Gestión administrativa.

Mis sinceros agradecimientos a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por darme la oportunidad de dotarme de conocimiento y desarrollarme como profesional, y sobre todo a la Econ. Margarita Panchana por ser tutor y guía para desarrollar mi tesis, al propietario del comercial “ANITA” por brindarme su apoyo y colaboración.

Marjorie Vidal

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**“MANUAL DE CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS PARA
COMERCIAL “ANITA”, CANTÓN LA LIBERTAD,
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015”**

Autora: Marjorie Carolina Vidal Tigero

Tutor: Econ. Margarita Panchana Msc.

RESUMEN

El estudio denominado “Incidencia de la administración de inventarios en la razonabilidad financiera del Comercial Anita, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015”, tiene como finalidad satisfacer las necesidades del área contable y financiera, de una empresa dedicada a la actividad de venta de productos de consumo masivo, quién ha presentado varios inconvenientes, incidiendo estos su crecimiento como empresa, problema que, luego de investigado, revisado y analizado, se concluye que un “Manual Control Interno de Inventarios”, contribuirá a su solución, herramienta que puede ser utilizada por empresas afines y fortalecerá la administración de los inventarios, mejorando los niveles de efectividad y eficiencia en sus procesos, generando información razonable para la acertada toma de decisiones. El comercial “Anita” tiene un solo propietario cuyo nombre es Sra. Elba Pozo Pozo, con un capital de trabajo equivalente a \$ 311.651,05. El limitado conocimiento científico en administración de inventarios incidió negativamente en la información financiera, por lo que se estima que el Manual de Control Interno, será la herramienta útil para la mejora del control interno contable del Comercial “Anita”.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
TEMA.....	3
Planteamiento del problema.....	3
Ubicación del problema en contexto.....	4
Formulación del problema	6
Sistematización del problema	6
Justificación de la investigación	7
Objetivos.....	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos	8
Hipótesis.....	9
Operacionalización de las variables	9
Variable Dependiente:.....	9
Variable independiente:	9
CAPITULO I	
1. MARCO TEÓRICO	12
1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA.....	12
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	15
1.2.1. Administración de inventario de mercaderías.....	15
1.2.1.1. Valoración	16
1.2.1.1.1. Precio de Compra.....	16
1.2.1.1.2. Precio de Venta	17

1.2.1.2.	Sistema de facturación	18
1.2.1.2.1.	Ingreso de Códigos.....	19
1.2.1.2.2.	Ingreso de cantidad.....	20
1.2.1.3.	Responsabilidad	20
1.2.1.3.1.	Órdenes de Requisición.....	21
1.2.1.3.2.	Comprobantes de Retención.....	22
1.2.1.4.	Desabastecimiento.....	22
1.2.1.4.1.	Políticas Internas	23
1.2.1.4.2.	Stocks Máximos y Mínimos.....	24
1.2.1.5.	Toma física.....	25
1.2.1.5.1.	Informe de Recepción	26
1.2.1.5.2.	Importe de Almacenado	27
1.2.1.6.	Valuación	28
1.2.1.6.1.	Costo de Venta	28
1.2.1.6.2.	Costo de las Existencias	29
1.3.	RAZONABILIDAD FINANCIERA.....	30
1.3.1.	Confiabilidad.....	31
1.3.1.1.	Contable	31
1.3.1.2.	Auditoría.....	32
1.3.1.3.	EXPEDICIÓN.....	33
1.3.1.3.1.	Reportes de Despacho	33
1.3.1.3.2.	Órdenes de Embarque	34
1.3.1.4.	Despacho	34
1.3.1.4.1.	Registros Automatizados.....	35
1.3.1.4.2.	Registros en Bitácora	36
1.3.1.5.	Ventas	36
1.3.1.5.1.	Ventas Media por Clientes	37
1.3.1.5.2.	Fidelidad de los clientes	37
1.3.1.6.	Inversiones	38
1.3.1.6.1.	Tasa de Inversión Corriente	39
1.3.1.6.2.	Capital Invertido.....	39
1.3.1.7.	Financiera.....	40
1.3.1.7.1.	Revelación del Método de Inversión.....	40
1.3.1.7.2.	Utilidad Revelada.....	40

1.4.1.	Normativa IEPS. Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria Año	2014
	41
1.4.2.	Normativa de M.I.E.S Ministerio de Inclusión Económica Social ..	41
1.4.3.	Normativas de las N.I.C Nomas Internas Contables.....	42

CAPITULO II		
2.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	43
2.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	43
2.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	43
2.3.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	45
2.4.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	47
2.4.1.	Método inductivo	47
2.4.2.	Método Analítico.....	48
2.4.3.	Método Histórico.....	48
2.5.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	49
2.6.	INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	51
2.7.	POBLACIÓN Y MUESTRA	53
2.7.1.	Población.....	53
2.7.2.	Muestra.....	54
2.8.	PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN	57

CAPITULO III		
3.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	59
3.1.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA	59
3.2.	DIAGNÓSTICO INICIAL DEL CONTROL INTERNO	82
3.3.	DIAGNÓSTICO A TRAVÉS DE LA TÉCNICA DEL ESTIIONARIO.....	84
3.4.	CUESTIONARIOS DE CONTROL INTERNO BASADO EN EL MODELO COSO	84
3.4.1.	Resultados de la Evaluación Mediante el Modelo Coso I.....	87
3.5.	COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	87
3.5.1.	Informe sobre la Comprobación de la Hipótesis	94
3.6.	CONCLUSIONES	95
3.7.	RECOMENDACIONES	96

CAPÍTULO IV	
4. PROPUESTA	97
4.1. PRESENTACIÓN	97
4.2. DATOS INFORMATIVOS	98
4.3. OBJETIVO GENERAL	98
4.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	98
4.5. ESTRUCTURA ORGÁNICA DEL COMERCIAL “ANITA	99
4.6. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	101
4.7. CONTROL INTERNO “COSO”	106
4.8. ANTECEDENTES DEL COMMITTEE OF SPONSORING ORGANIZATION OF THE TREADWAY COMMISSION (COSO).....	106
4.9. OBJETIVOS DEL CONTROL INTERNO COSO.....	108
4.10. ESTRUCTURA DEL CONTROL INTERNO MODELO COSO II...109	
4.11. COMPONENTES DEL MODELO COSO II.....	110
4.12. CONTROL INTERNO DEL EFECTIVO	119
4.13. CUENTAS POR COBRAR	124
4.14. CONTROL INTERNO EN LOS INVENTARIOS.....	127
4.15. CONTROL INTERNO DE LOS ACTIVOS FIJOS	129
4.16. CUENTAS POR PAGAR	135
4.15. CONCILIACIÓN BANCARIA	138
4.17. EVALUACIÓN A NIVEL ENTIDAD Y ACTIVIDAD.....	148
4.18. PLAN DE ACCIÓN.....	151
4.19. PRESUPUESTO	152
4.20. CONCLUSIONES	153
4.21. RECOMENDACIONES	154
BIBLIOGRAFÍA.....	155
ANEXOS	
ANEXO N° 1: Glosario de Términos	160
ANEXO N° 2: Abreviaturas	162
ANEXO N° 3: Carta Aval	163
ANEXO N° 4: Fotografías de evidencia de visita a la Empresa	163
ANEXO N° 5: Formato de Encuesta Aplicada a Directivos y Empleados del Comercial “Anita”	165

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: Precio de Compra	60
TABLA N° 2: Precio de venta	60
TABLA N° 3: Ingreso de códigos	61
TABLA N° 4: Ingreso de cantidad	62
TABLA N° 5: Órdenes de requisición	63
TABLA N° 6: Comprobantes de recepción	64
TABLA N° 7: Políticas internas	65
TABLA N° 8: Stocks máximos y mínimos	66
TABLA N° 9: Informe de recepción	67
TABLA N° 10: Importe de almacenado	68
TABLA N° 11: Costo de venta	69
TABLA N° 12: Costo de las existencias	70
TABLA N° 13: Normas contables	71
TABLA N° 14: Normas de auditoria	72
TABLA N° 15: Reportes de despacho	73
TABLA N° 16: Órdenes de embarque	74
TABLA N° 17: Registros automatizados	75
TABLA N° 18: Registros en bitácora	76
TABLA N° 19: Ventas medias por cliente	77
TABLA N° 20: Fidelidad del cliente	78
TABLA N° 21: Tasa de inversión corriente	79
TABLA N° 22: Capital invertido	80
TABLA N° 23: Método de valoración	81

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No. 1:	Operacionalización de la variable independiente.....	10
CUADRO No. 2:	Operacionalización de la variable dependiente.....	11
CUADRO N° 3:	Población.....	53
CUADRO N° 4:	Muestra	57
CUADRO N° 6:	Resultados del cuestionario modelo coso	86
CUADRO N° 7:	Variable independiente	89
CUADRO N° 8:	Variable dependiente	90
CUADRO N° 9:	Resumen de los promedios obtenidos en las variables independiente y dependiente.....	90
CUADRO N° 10:	Determinación de tni of y tnioc.....	92
CUADRO N° 11:	Balance general del comercial “anita”	121
CUADRO N° 13:	Presupuesto del proyecto	152

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1: Precio de compra	59
GRÁFICO N° 2: Precio de venta	60
GRÁFICO N° 3: Ingreso de códigos.....	61
GRÁFICO N° 4: Ingreso de cantidad.....	62
GRÁFICO N° 5: Órdenes de requisición	63
GRÁFICO N° 6: Comprobantes de recepción	64
GRÁFICO N° 7: Políticas internas	65
GRÁFICO N° 8: Stocks máximos y mínimos.....	66
GRÁFICO N° 9: Informe de recepción.....	67
GRÁFICO N° 10: Importe de almacenado	68
GRÁFICO N° 11: Costo de venta	69
GRÁFICO N° 12: Costo de las existencias	70
GRÁFICO N° 13: Normas contables	71
GRÁFICO N° 14: Normas de auditoria	72
GRÁFICO N° 15: Reportes de despacho	73
GRÁFICO N° 16: Órdenes de embarque	74
GRÁFICO N° 17: Registros automatizados.....	75
GRÁFICO N° 18: Registros en bitácora	76
GRÁFICO N° 19: Ventas medias por cliente	77
GRÁFICO N° 20: Fidelidad del cliente	78
GRÁFICO N° 21: Tasa de inversión corriente	79
GRÁFICO N° 22: Capital invertido.....	80
GRÁFICO N° 23: Método de valoración.....	81
CUADRO N° 5: Cuestionario modelo coso.....	83
GRÁFICO N° 24: Organigrama de la empresa.....	99
GRÁFICO N° 25: Control interno “COSO”	108
GRÁFICO N° 26: Estructura del control interno	109
GRÁFICO N° 27: Componentes del control interno	110
GRÁFICO N° 28: Principios y políticas del ambiente de control	114
GRÁFICO N° 29: Objetivos de la evaluación de riesgo.....	117
GRÁFICO N° 30: pasos para la respuesta al riesgo.....	118
GRÁFICO N° 31: Principios y políticas de la evaluación de riesgos	145
GRÁFICO N° 32: principios y políticas de información y comunicación.....	146

INTRODUCCIÓN

Actualmente en el comercial “Anita” no existe una adecuada planificación, comunicación y control, debido a la falta de instrumentos que constituyan una verdadera herramienta de trabajo que ayude a mejorar el total y normal desarrollo de las actividades.

El comercial no cuenta con normas política y procedimientos que ayuden a un minucioso control, dificultando la gestión financiera que es realizada empíricamente.

A continuación se detalla el contenido de la investigación:

Capítulo I: incluye los conceptos bibliográficos y análisis del investigador, cada una de las variables con sus respectivas dimensiones e indicadores, teorías que facilitaron el desarrollo del objeto de estudio.

Capítulo II: Se explica la estructura del diseño de la investigación, metodología y técnicas que se emplearon en la recopilación de información confiable y relevante para la respectiva confirmación de los hallazgos preliminares descritos en el planteamiento del problema; se presenta la estructura de la población y la determinación de muestra a través de la estadística.

Capítulo III: Describe el análisis e interpretación de los resultados de la tabulación y representación gráfica de la información recopilada mediante encuestas aplicadas al personal que conforma el Comercial “Anita”; se presenta también el diagnóstico realizado a través del cuestionario de control interno modelo COSO; además se ilustra la comprobación de hipótesis de la investigación identificada como “ La administración de los inventarios de mercaderías y su incidencia en la razonabilidad financiera del Comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena”, información que confirmó el diagnóstico preliminar enunciado en el planteamiento del problema.

Capítulo IV: Detalla la propuesta denominada “Manual de Control Interno de Inventarios para Comercial Anita, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, instrumento administrativo que pretende contribuir a la solución del problema identificado como “Incidencia de la administración de los inventarios de mercaderías en la razonabilidad financiera del Comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015”.

El manual se sustenta en el modelo COSO I y II, técnicamente adaptado a las necesidades del comercial, fijando como objetivo general “Fortalecer la administración de los inventarios de mercaderías, mediante controles internos fundamentados en la metodología COSO I y II que promuevan la eficiencia, reduzcan los riesgos de pérdidas de activos, aseguren la confiabilidad de los estados financieros y el cumplimiento de leyes en la empresa.

MARCO CONTEXTUAL

TEMA

Incidencia de la administración de los inventarios de mercaderías en la razonabilidad financiera, mediante técnicas de instrumentos de recopilación de información. Manual de control interno de inventarios para Comercial “ANITA”, Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, Año 2015

Planteamiento del problema

La empresa “Comercial Anita”, ubicada en la ciudad de La Libertad, se ha dedicado a la compra y venta de productos de consumo masivo al por mayor y menor, no cuenta con procesos que le permita controlar sus inventarios, provocando el desconocimiento del valor real de los productos, que las existencias no coincidan con lo documentado y desajustes en los registros contables.

El comercial tiene a su cargo 2 sucursales ubicadas en el mismo cantón y otra en la comuna San Pedro del cantón Santa Elena, se espera abrir una nueva en la Comuna Valdivia.

Esta empresa realiza sus controles mediante kardex, cuenta con un sistema de facturación poco eficiente debido a que existen transferencias descontroladas en el despacho, en ocasiones no se realiza un adecuado y efectivo ingreso de los códigos de productos ocasionando pérdidas.

El poco control de la mercadería ha provocado que cuando se abre una sucursal o ingresa mercadería a las mismas se produzca un descuadre de inventarios debido a que no cuenta con un bodeguero o persona responsable de dichos productos, se realizan constataciones físicas imprevistas cada 3 meses por parte del administrador para evidenciar si las actividades se están realizando con

normalidad en cada sucursal. Cabe mencionar que no existe una segregación de funciones que permita delegar responsabilidades.

Lo expuesto anteriormente genera en la empresa un desorden en el área de inventarios, sin control eficiente que permita el crecimiento a nivel comercial.

El manual de control de inventarios pretende dar solución a dichas situaciones y optimizar sus recursos, enfatizando a que los clientes obtengan una atención acorde, eficiente y una mayor satisfacción en sus necesidades.

El presente tema a desarrollarse y dirigido al “Comercial Anita” será un instrumento base de información para la empresa, por cuanto su investigación aportará a la confirmación del problema y determinación de la viabilidad de un manual de control de inventarios que permita el correcto funcionamiento de la empresa, debido a que gran parte de las entidades no logran mantener su poder competitivo ni altos niveles de crecimiento, por el limitado control interno de las operaciones económicas y financiera que realizan.

Ubicación del problema en contexto

Santa Elena, es una provincia de la costa ecuatoriana, creada el 7 de noviembre de 2007, de las 24 jurisdicciones provinciales del país, actualmente está conformada por territorios que anterior a la fecha indicada, eran parte de la provincia del Guayas, siendo estos en orden de antigüedad: cantón Santa Elena, cantón Salinas, y cantón La Libertad. Tiene como capital a la jurisdicción con más años de existencia desde su creación, esta es la ciudad de Santa Elena. La provincia está dotada de una gran infraestructura hotelera, desde hace muchos años existe la refinería de petróleo, cuenta con el aeropuerto internacional “General Ulpiano Páez, localizado en el cantón Salinas; y los puertos pesqueros Santa Rosa y Anconcito. Es muy conocida la playa de Salinas. (santaelena.gob.ec)

Tras la creación de la provincia de Santa Elena, y debido a separación de la provincia del Guayas, sus cantones no experimentaron ninguna alternación territorial; geográficamente la provincia limita: al norte con la provincia de Manabí, al este y sur la provincia del Guayas y al oeste, el inmenso Océano Pacífico.

En la provincia de Santa Elena, las poblaciones más destacadas son: cantón La Libertad, Salinas, y Santa Elena; y las jurisdicciones parroquiales de: Manglaralto, Ancón, Anconcito, Atahualpa, Colonche, José Luis Tamayo, Chanduy, Simón Bolívar, comuna Montañita, entre otros.

El Cantón La Libertad tiene una superficie de 25,6 Km², su población según datos del Censo de Población y Vivienda de noviembre del 2010, es de 95.942 habitantes; de los cuales 47.912 son mujeres y 48.030 son hombres, La Libertad es un cantón netamente urbano, en él no existen parroquias rurales ni recintos, su densidad poblacional es de 3.747 habitantes por Km².

Es en este cantón se encuentra ubicado el Comercia Anita, con posicionamiento del mercado durante varios años, con dos sucursales en el mismo cantón y una en la Comuna San Pedro, dedicada a la compra y venta de productos de consumo masivo, siendo sus principales clientes los habitantes del dicho cantón pero abarcando a toda la provincia en general.

El Comercial Anita es una empresa encargada satisfacer las necesidades en cuanto a la venta al por mayor y menor de productos de consumo masivo en la Península de Santa Elena.

Actualmente presenta inconvenientes en la determinación y conocimiento con exactitud las cantidades de inventarios que salen del negocio, lo cual ocasiona un inadecuado y deficiente control de sus inventarios, provocando de esta manera

una dificultad al establecer los niveles de inventario de tales rubros y afectando a los registros contables.

El origen del problema radica en la ausencia de una adecuada identificación, clasificación, codificación y control de la mercadería que ingresa y sale de la empresa, lo cual no permite que haya una visualización clara de las existencias de productos que serán vendidos, evidenciando una baja organización.

Los locales comerciales desempeñan funciones importantes dentro de las organizaciones por muy pequeñas que sean, entre estas funciones están la de custodiar sus inventarios, lo cual permitirá llevar un adecuado control, manejo y uso de sus inventarios. De igual manera se deben contribuir a que los despachos de los mismos se hagan de manera inmediata evitando contratiempos ya que el responsable o administrador del almacén deben rendir información precisa y confiable a gerencia, para que se puedan escatimar esfuerzo y delinear funciones dentro del local.

Formulación del problema

¿Cómo incide la administración de los inventarios de mercaderías en la razonabilidad financiera del comercial “Anita”?

Sistematización del problema

- ¿Cómo inciden los métodos de valoración en la confiabilidad de los saldos de inventarios del comercial “ANITA”?
- ¿Cómo incide el ingreso del código y cantidad de productos de rotación media al sistema de facturación en la entrega al cliente del comercial “ANITA”?
- ¿Cuál es el efecto de la designación de responsabilidad en despacho de mercaderías del comercial “ANITA”?

- ¿Cuál es el efecto del agotamiento del stock sobre las ventas del comercial “ANITA”?
- ¿Cuál es el efecto de la ausencia de toma física sobre las inversiones en mercaderías del comercial “ANITA”?
- ¿Cuál es el efecto de la ausencia de valoración de inventarios sobre la razonabilidad de la situación financiera del comercial “ANITA”?
- ¿Cree usted en la necesidad de un manual de control interno de inventarios para comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena?

Justificación de la investigación

La investigación se fundamenta en la Normas Contables vigentes y tiene como fin aportar a corto plazo con la solución de la problemática actual titulada: “Incidencia de la administración de los inventarios de mercaderías en la razonabilidad financiera del Comercial ANITA, cantón Santa Elena”. Y como resultado de ejecutar la fase de inspección preliminar direccionada a la identificación de las sub-causas y sub – consecuencias o efectos de la situación problemática macro, se encontró algunas debilidades en el área contable, tales como: incumplimiento de políticas, objetivos, estrategias, actividades y otros factores debidamente establecidos en las normativas vigentes, entre otras acciones evidencian la inseguridad en la confiabilidad de la información financiera; eficacia y eficiencia del tratamiento de las operaciones; e incumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables.

El inventario dentro de una empresa representa el mayor rubro en el balance general, y el costo de mercancías vendidas, representa la mayor inversión en el estado de resultado, de ahí la importancia de llevar un buen control, y establecer un correcto análisis de las existencias en bodegas.

La investigación pretende afianzar el desarrollo cognitivo, y la observancia y aplicación de las reglamentaciones contables nacionales e internacionales, vigentes, contribuyendo a la administración del Comercial ANITA, cantón La Libertad, de igual forma los hallazgos que se pretende confirmar en la presente investigación, permitirán el desarrollo de habilidades cognitivas, analíticas, reflexivas, sintéticas, interpretativas y concluyentes en aquellos empleados con don de pertinencia para con la organización.

Objetivos

Objetivo general

Evaluar la incidencia de la administración de los inventarios de mercaderías en la razonabilidad financiera, mediante el uso de métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de información confiable y relevante, direccionada al modelo de control interno de inventarios para el comercial "ANITA", cantón La Libertad provincia Santa Elena.

Objetivos específicos

- Diagnosticar la incidencia de los métodos de valoración en la confiabilidad de los saldos de inventarios del comercial "ANITA", mediante el uso de métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de información confiable y relevante.
- Analizar la incidencia del incorrecto ingreso del código y cantidad de productos de rotación media al sistema de facturación en la expedición (entrega) al cliente del comercial "ANITA", mediante el uso de métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de información confiable y relevante.
- Valorar el efecto de la designación de responsabilidad sobre el despacho de mercaderías del comercial "ANITA", mediante el uso de métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de información confiable y relevante.

- Precisar el efecto del agotamiento del stock sobre las ventas del comercial "ANITA" mediante el uso de métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de información confiable y relevante.
- Medir el efecto de la ausencia de toma física sobre las inversiones en mercaderías del comercial "ANITA", a través del uso de métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de información confiable y relevante.
- Medir el efecto de la ausencia de valuación de inventarios sobre la razonabilidad de la situación financiera del comercial "ANITA", a través del uso de métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de información confiable y relevante.
- Determinar la viabilidad de un modelo de control interno de inventarios para el comercial "ANITA", a través del uso de métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de información confiable y relevante.

Hipótesis

La administración de los inventarios de mercaderías y su incidencia en la razonabilidad financiera del Comercial Anita, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

Operacionalización de las variables: El tema del proyecto de la presente investigación es:

“Incidencia de la administración de inventarios de mercaderías en la razonabilidad financiera del Comercial “ANITA”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015”

Variable Dependiente:

ADMINISTRACIÓN DE LOS INVENTARIOS DE MERCADERÍAS

Variable independiente:

RAZONABILIDAD FINANCIERA

CUADRO No. 1: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>La administración de los inventarios de mercaderías incidió en la razonabilidad financiera del Comercial Anita, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.</p>	<p>ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS DE MERCADERÍAS</p>	<p>Son políticas y procedimientos que posibilitan la disponibilidad de bienes al momento de requerir su uso o venta, y direccionan la aplicación de métodos y técnicas que permiten la identificación de las necesidades de valorar la mercadería, facturarla, asignar responsabilidades, así también advierten las consecuencias de un desabastecimiento; ausencia de toma física, y valuación del inventario.</p>	<p>Valoración</p>	<p>Precio de compra</p>	<p>El precio de compra es determinado por:</p>	<p>HISTÓRICO, ANALÍTICO, SINTÉTICO, INDUCTIVO; ENTREVISTAS, ENCUESTAS; CUESTIONARIOS</p>
				<p>Precio de venta</p>	<p>El precio de venta es determinado por:</p>	
			<p>Sistema de facturación</p>	<p>Ingreso de códigos</p>	<p>El ingreso del código de la mercadería al sistema de facturación, es:</p>	
				<p>Ingreso de cantidad</p>	<p>El ingreso de la cantidad de mercadería al sistema de facturación, es:</p>	
			<p>Responsabilidad</p>	<p>Órdenes de requisición</p>	<p>Respecto a las órdenes de requisición de mercaderías, se conoce que:</p>	
				<p>Comprobantes de recepción</p>	<p>Los comprobantes de recepción de mercadería, son:</p>	
			<p>Desabastecimiento</p>	<p>Políticas internas</p>	<p>Las políticas internas son:</p>	
				<p>Stock máximos y mínimos</p>	<p>¿Aplica el comercial “ANITA” stocks máximos y mínimos?</p>	
			<p>Toma física</p>	<p>Informe de recepción</p>	<p>El informe de recepción contiene:</p>	
				<p>Importe de lo almacenado</p>	<p>El importe de lo almacenado en el año 2014 fue:</p>	
			<p>Valuación</p>	<p>Costo de Venta</p>	<p>El costo de ventas es igual a:</p>	
				<p>Costo de las existencias</p>	<p>El costo de las existencias fue igual a:</p>	

Fuente: Proceso investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

CUADRO No. 2: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La administración de los inventarios de mercaderías incidió en la razonabilidad financiera del Comercial Anita, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.	RAZONABILIDAD FINANCIERA	Es la presentación confiable y fidedigna de los efectos de las transacciones; expedición de reportes, despacho de mercaderías y de otros sucesos y condiciones, de acuerdo con las definiciones y los criterios de reconocimiento de activos (inversiones), pasivos, ingresos (ventas) y gastos; información revelada en el Estado Financiero de la empresa.	Confiabilidad	Contable	Las normas contables son:	HISTÓRICO, ANALÍTICO, SINTÉTICO, INDUCTIVO; ENTREVISTAS, ENCUESTAS; CUESTIONARIOS
				Auditoría	Las normas de auditoría son:	
			Expiración	Reportes de despacho	El reporte de despacho del comercial "ANITA" es:	
				Órdenes de embarque	Las órdenes de embarque del comercial "ANITA" son:	
			Despacho	Registros automatizados	Los registros automatizados corresponden a:	
				Registros en bitácora	¿Aplica el comercial ANITA registros de las mercaderías en bitácora?	
			Ventas	Ventas medias por clientes	Las ventas medias por cliente son :	
				Fidelidad de los clientes	La fidelidad del cliente equivale a:	
			Inversiones	Tasa de Inv. Cte.	La tasa de inversión corriente es igual a:	
				Capital invertido	El capital invertido proviene de:	
			Financiera	Revelación del método de valoración	El método de valoración se refiere a:	
				Preferencia revelada		

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA

Historia de la administración de inventarios de mercaderías y su incidencia en la razonabilidad financiera.

La administración de inventarios de mercaderías, proceso con importancia relevante, ya que viabiliza el tratamiento idóneo de los activos, y demanda contar con estados financieros depurados, acciones que garantizan el manejo de los recursos disponibles, motivando a que su uso sea eficiente, bajo concepciones técnicas que aseguren su integridad, custodia y registro oportuno; fue hasta finales del siglo XIX con el nacimiento de la partida doble que se implementa este sistema, adecuado, teniendo como objetivo la salvaguarda y protección de las ganancias de cada entidad o negocio.

Los inventarios probablemente han sido muy atendidos en la filosofía contable y en discusiones entre contadores públicos, en los últimos años, que otra clasificación encontrada en los estados financieros. Las razones de esta importante significación concedida a la constatación y verificación de los inventarios son evidentes:

Los inventarios usualmente representan el activo de mayor importancia en una empresa; numerosas bases y metodologías alternativas para su evaluación han sido aprobadas por la contabilidad y auditoría y agencias gubernamentales reguladoras; la determinación de los valores de los inventarios afecta directamente al costo de venta y consecuentemente a la utilidad de un ejercicio; los inventarios son los activos más susceptibles de errores y manipulaciones de importancia que cualquier otra categoría de activos; los cambiantes niveles de precios llaman la

atención sobre la inconsistencia e ineficiencia en los métodos convencionales de contabilización de los inventarios; la verificación de sumas y cantidades, condiciones y valor de los inventarios es una de las más complejas y difícil labor, que la verificación de la mayor parte de los elementos que conforman una situación financiera.

La actitud del auditor en la verificación de los inventarios deberá ser la de consiente reconocimiento de la posibilidad de falsas representaciones intencionales, así como el de prevalecer de errores accidentales en la determinación de cantidades e importe en los inventarios. La falsificación intencional de los inventarios ha sido empleada con frecuencia para evadir impuestos sobre la renta, ocultar faltantes provenientes de varias irregularidades y confundir a los accionistas y otros propietarios inactivos en cuanto a las utilidades reales y financieras.

El término inventario es utilizado para significar: 1) Bienes en existencias libres para su venta, sea la mercadería de un comercio o el producto terminado de una empresa industrial; 2) Bienes en proceso de producción comúnmente denominados manufactura en proceso o también llamado trabajo en proceso; y 3) Bienes que serán consumidos directa o indirectamente en la producción (matriz primas, partes y accesorios).

El control sobre los inventarios de mercaderías

La importancia sobre los controles de los inventarios de mercaderías radica tanto desde el punto de vista de la administración como del auditor de la empresa. En muchos ocasiones la administración se inclina a preocuparse por el establecimiento de controles sobre caja y valores, pero no le da importancia y relevancia al control sobre los inventarios de mercaderías Esta posición puede ser inadecuada en cuanto a la noción de que el objetivo fundamental del control interno es prevenir y descubrir fraudes. En vista de que numerosas clases de

inventarios se integran por partidas que no son particularmente susceptibles de ser robadas, la administración puede considerar innecesarios los controles en esta área.

Un buen control interno constituye un medio por el cual se proporciona información precisa para la valuación de los inventarios así como correcta información respecto a las cantidades en existencia.

Controles internos inadecuados pueden ocasionar pérdidas al permitir que la administración utilice información errónea en cuanto a costos para establecer precios de venta y tomar otras decisiones basadas en los márgenes de utilidad reportados.

Si las cuentas no proporcionan un panorama realista del costo de inventarios en existencia, del costo de los productos manufacturados y del costo de los bienes vendidos, los estados financieros pueden ser claramente engañosos, tanto respecto a las utilidades como a la posición financiera, motivo por el cual, se propone realizar un control constante en las existencias de las mercaderías del comercial “Anita” mediante un manual de control interno de inventarios basado en la metodología de los modelos Coso I y II.

Dado que un buen manejo en las actividades de control interno sobre los inventarios es fundamental para un correcto desempeño en las funciones del área contable y financiera de toda empresa es necesario que se realice un control periódico sobre las existencias en las empresas dedicadas a la venta de productos masivos, en este caso el comercial “Anita” del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena. Siendo esta sociedad una empresa posicionada hoy en día en la comercialización, al por mayor y menor de productos de consumo masivo o también llamados de primera necesidad.

De esta manera el presente trabajo de investigación es denominado “Manual de control, interno de inventarios, y dirigido precisamente a esta importante organización, de la provincia.

1.2.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.2.1. Administración de inventario de mercaderías

El inventario es el conjunto de bienes o artículos que posee una institución para comercializar con otras empresas, permitiendo la compra y venta o la fabricación antes de ponerlos a la venta, en un periodo determinado. Los Inventarios son bienes tangibles que se tienen para la venta en el curso habitual del negocio o para ser adquiridos por los consumidores en la producción de bienes o servicios para su posterior comercialización.

La contabilidad para los inventarios forma parte muy importante para los sistemas de contabilidad de mercancías, porque la venta del inventario es el corazón del negocio. El inventario es, por lo general, el activo mayor en sus balances generales, y los gastos por inventarios, llamados costo de mercancías vendidas, son usualmente el gasto mayor en el estado de resultados.(Vargas, 2007)

Menciona lo siguiente:

Recordemos que cuando una empresa tiene el sistema de registro de inventario periódico, la única manera de obtener el inventario final de un período y por ende el costo de la mercadería vendida, es haciendo un inventario físico (conteo físico), el cual se realiza normalmente una vez al año, pues resulta en la mayoría de las veces muy caro e incómodo. Este conteo físico se realiza en nuestro país cada 30 de septiembre, fecha de finalización del período contable.

Pero sucede que a menudo es importante obtener un inventario de mercaderías estimado, en períodos intermedios, sin la necesidad de realizar un conteo físico. La única manera de obtenerlos en forma *estimada*. Muchas Empresas estiman el inventario para preparar estados financieros mensuales o trimestrales, sin la necesidad de realizar una toma física total. O bien

también se estiman inventarios cuando la empresa ha sucedido un siniestro y se requiere saber el monto del inventario a una fecha determinada, aunque sea en forma estimada. (pág. 139)

1.2.1.1. Valoración

El tema del valor ha venido siendo fundamental en la economía desde que se diera propiciada por padre de la economía; Adam Smith y su definición de los términos “valor de uso” y “valor de cambio”.

En el tema de la valoración de una empresa, es importante destacar que la institución la conforman todos los integrantes, es por eso que la valoración que ésta recibe depende directamente de los empleados, gerentes, ejecutivos y quien conformare la empresa.

En cuanto a la valoración de un producto o servicio depende de diversos factores; por ejemplo la mano de obra, el tiempo de fabricación y los materiales que se utilizaron, en el caso de un producto, para un bien hay que estimar la calidad de lo que se está ofreciendo y hacia qué mercado está dirigido. (Juma'h, 2015) Dice con respecto a la valoración de un producto:

Los factores financieros y no financieros influyen en la decisión de una empresa de fijar el precio de los productos o servicios. Los factores financieros o cuantitativos incluyen los costos estimados y los gastos relacionados con la empresa, los costos relacionados con el producto o servicio y la clasificación de los costos: costos variables y fijos. Además, los factores económicos son útiles para considerar la decisión de precios. (pág. 96)

1.2.1.1.1. Precio de Compra

La fijación del precio de compra en la función de valor de precio de venta se conoce como la determinación de precio de compra. Se pueden utilizar varios procesos diferentes en la determinación de precio de compra. Estos están

relacionados con las características de artículo particulares, características particulares de aprovisionamiento y los procesos empresariales para las determinaciones de precio de venta.

En el precio de compra también influye lo que denominamos competencia, puesto que si el mercado es competitivo el precio de un bien o servicio va a variar, si no hay una competencia establecida en el caso de los monopolios el cliente o consumidor tiene que ajustarse al precio que imponga la empresa dueña de ese producto o servicio. (Definiciones.De, 2015) Dice con respecto al precio de compra:

Compra es la acción y efecto de comprar. Este verbo refiere a obtener algo a cambio de dinero. La compra implica necesariamente otra operación: la venta. Se trata de actividades opuestas: quien compra entrega dinero para recibir un bien o servicio, mientras que quien vende entrega el bien o servicio a cambio del dinero. Esto quiere decir que el comprador entrega dinero al vendedor y éste hace lo propio con el producto.

1.2.1.1.2. Precio de Venta

Los ingresos se establecen considerando las proyecciones de tamaño definido para los diferentes años o para la demanda hacia donde está proyectada, y el respectivo precio unitario de los productos actuales o determinados en el estudio. Entonces, el pronóstico de ventas define el límite máximo al que puede aspirar el tamaño de planta, ya que no tiene mucho sentido que el tamaño de la misma sea superior a la capacidad de absorción que tiene el mercado de consumo.

En este caso también hay que tener en cuenta varios factores elementales antes de fijar un precio de venta de un producto o de un servicio, entre ellos se debe considerar el precio de la competencia; hay que hacer un estudio sobre la competencia, los clientes que tienen y la calidad de servicio que ofrecen, el precio de productos similares en que se encuentran en el mercado ofertándose, también hay que tener en cuenta el precio de los productos que son considerados como

sustitutos para el producto o servicio que se va a ofrecer, una vez que se ha analizado y sacado conclusiones sobre esta investigación se puede proceder a determinar el precio de los productos que la empresa o sociedad va a ofrecer a sus clientes en el mercado. (Definición.De, 2015) Aporta lo siguiente con respecto al tema:

La venta, consiste en el traspaso de la propiedad de un bien a otra persona tras el pago del precio acordado. Cuando un producto está en venta y un individuo desea comprarlo, tiene la obligación de entregar una determinada cantidad de dinero para completar la operación.

El precio de venta, por lo tanto, es el dinero que debe abonar el consumidor para comprar un producto. En un mercado libre, el precio de venta se establece a través de la ley de la oferta y la demanda: si aumenta la oferta, el precio cae; en cambio, si la oferta disminuye (es decir, hay una escasez de los productos ofertados), el precio aumenta.

1.2.1.2. Sistema de facturación

En nuestro país el sistema de facturación es regulado por el Servicio de Rentas Internas, cada sociedad, empresa o institución dedicada a la actividad comercial tiene la obligación de emitir facturas a sus clientes. Hoy en día la facturación en locales comerciales que realizan una actividad económica – financiera, compromete al empresario o dueño del local comercial, rendir un control al SRI sobre las actividades que realiza, de esta manera cumple con una de las normas tributarias establecidas por este órgano regulador.

La tecnología también ocupa un lugar importante en el sistema de facturación, dado que en la mayoría de las empresas Pymes y grandes empresas emiten facturas electrónicas, como un paso para contribuir con el medio ambiente y reducir el gasto de papeles. Éstas facturas llegan a los clientes vía internet, mediante correos electrónicos personales.(Bustos, 2007) Menciona con lo siguiente:

En las distintas leyes desde el Impuesto a las Transacciones Mercantiles y Prestación de Servicios (1970) hasta el Impuesto al valor agregado (1989),

siempre ha existido la obligación de emitir factura; sin embargo, solo sería a partir de 1999 que, con la promulgación del Reglamento de Facturación y la autorización previa de la administración para emitir comprobantes, ha permitido un control efectivo en la facturación de los sujetos pasivos; y a través de este sistema es posible depurar también la información del Registro Único de Contribuyente (RUC) por sujetos inscritos que no solicitan autorización.

El sistema actualmente vigente ha permitido un control eficaz en la documentación, registro y declaración de los hechos económicos.

De esta manera, ahora es posible ejecutar programas masivos de determinación con información que se obtiene sobre autorizaciones otorgadas por el Área de Facturación, y de las facturas de compras presentadas por exportadores y sector público a las Unidades de Devolución de SRI para obtener la devolución del IVA pagado en sus compras; información que se encarga de los sujetos pasivos que actúan como agentes de percepción del impuesto. (págs. 108 - 109)

1.2.1.2.1. Ingreso de Códigos

Los Códigos de Barra de un artículo comercial, permiten resolver de forma eficiente las oportunidades de identificación en la cadena logística, así como también en los activos o documentos principales de una empresa.

Dentro del proceso logístico de las empresas, el Código de Barras facilita el trabajo en términos estratégicos y reduce costos administrativos, lo que se puede traducir en un aumento de la utilidad y en obtener una respuesta ágil en la etapa final de la cadena, nos referimos a los puntos de venta, lugar clave en la comercialización de sus productos. Se utiliza para identificar cualquier ítem sobre el cual existe la necesidad de obtener información definida de un producto comercial y a la cual se le debe establecer un precio para el consumidor.

Los códigos de un producto se ingresan al sistema informático de la empresa para poder ser registrados y emitir la factura correspondiente al consumidor o cliente que este adquiriendo el producto de la empresa. (Vinciana, 2011) Aporta con el siguiente concepto:

Serie de dígitos o caracteres que representan un producto en concreto. Existen **códigos de barras variables** que además de identificar el producto añaden información adicional. Una parte del código es utilizada para identificar al producto y la otra indica la cantidad. Es muy habitual encontrar estos códigos de barras variables en grandes superficies donde los productos vendidos a granel son pesados en balanzas diseñadas para el autoservicio.

1.2.1.2.2. Ingreso de cantidad

Para finalizar el proceso de facturación de un producto o artículo se procede a ingresar el total de la cantidad de productos que el consumidor está adquiriendo, una vez realizado esto se emite la respectiva factura. La cantidad de productos que adquieran los clientes depende desde la atención hasta la calidad del producto, a fin de que el cliente se vaya satisfecho y que se hayan cumplido sus necesidades. (Conceptos, 2012) Menciona lo siguiente:

Palabra que proviene del latín *quantitas* y que refiere a todo aquello que tiene la capacidad de medirse o numerarse, en tanto tiene la propiedad de aumentar o disminuir.

Dicho término fue pensado inclusive en la antigüedad por filósofos de la época, tal como Aristóteles quien argumentó que la cantidad es una de las categorías; distinguiendo dentro de ella, lo mensurable de lo numerable.

La escolástica y en particular el tomismo, analizo minuciosamente las diversas formas de cantidad como medida de la sustancia. Este concepto ontológico fue debilitándose en la época moderna y pasó a ser una expresión matemática de las relaciones, sin dejar su carácter de categoría, no de real sino de mente.

1.2.1.3. RESPONSABILIDAD

La responsabilidad financiera en una empresa significa que se deben manejar informes financieros regulares para todos aquellos que tienen derecho a saber lo que está haciendo la organización con sus fondos, la organización puede contar con fondos mediante la producción de pruebas de recibos y pagos, también puede mostrar el dinero que se ha gastado en los objetivos y en el trabajo particular que se intenta cubrir, no acepta las obligaciones financieras que no se puedan lograr, la

toma de decisiones toma un lugar importante dentro de la responsabilidad financiera de la empresa puesto que toma todas las precauciones necesarias para prevenir la malversación de fondos y para guardar los fondos y registros para luego recuperarlos. (Grover, 2012) Aporta con respecto a la Responsabilidad, lo siguiente:

La responsabilidad financiera es una parte importante de ser un adulto. Por desgracia, es algo que muchas personas no aprenden hasta que es demasiado tarde, en todo caso. Vivir un estilo de vida financieramente responsable va a reducir las tensiones sobre ti de acuerdo a como eres capaz de ganarte la vida sin caer en deuda y de cubrir los gastos imprevistos

1.2.1.3.1. Órdenes de Requisición

Es un documento que emite el departamento de producción para solicitar los materiales a la bodega, hay que saber diferenciar entre una orden de requisición y requisición de compra, pues esto muchas veces es confundido en una organización y se realizan incorrectamente los movimientos financieros. Una requisición de compra es un documento que se utiliza para solicitar al departamento de **compras** o área de la empresa que se encarga de realizar la adquisición de bienes y servicios que las empresas solicitan para realizar sus operaciones. La diferencia con una orden de compra es que la requisición de compra es un documento de uso interno de la empresa, mientras que la orden de compra es un documento que se envía a los proveedores, es decir es de uso externo. (Definiciones.De, 2015) Menciona lo siguiente:

Una requisición de compra es una solicitud escrita que usualmente se envía para informar al departamento de compras acerca de una necesidad de materiales o suministros. La requisición implica que el Estado hace uso de su facultad soberana y, a través de un acto jurídico de derecho público, obliga a las personas a transferir, de manera temporal, ciertos bienes. Se entiende que aquellos recursos cedidos por la población tienen importancia social y son necesarios para el bien público.

CONFECCIONES TELY, S.A.
Ruc. 129391-9283

REQUISICIÓN DE MATERIALES Y SUMINISTROS No: 0001

DEPARTAMENTO: Producción FECHA: 7/1/2004
CÁRGUESE A LA ORDEN NO: 0201 y 0202

CANTIDAD	UNIDAD	REMITIDO	DESCRIPCIÓN	PRECIO	TOTAL
1,500	Yarda	orden 0201	Tela blanca 60% algodón y 40% poliester	45	67,500
300	Yarda	orden 0202	Tela amarilla 60% algodón y 40% poliester	45	13,500
10	Rollo	orden 0201	Hilo blanco core 40 kobav 40	20	200
2	Rollo	orden 0202	Hilo amarillo core 40 kobav 40	20	40
7,000	Unid.	orden 0201	Botones blancos N° 18	0,25	1,750
1,400	Unid.	orden 0202	Botones amarillos N° 18	0,25	350
1,000	Unid.	orden 0201	Biquetas	2	2,000
200	Unid.	orden 0202	Biquetas	2	400
Total					85,740

Elaborado Por: _____ Autorizado por: _____ Bodega: _____

Imprenta San Sebastián, Managua - Nicaragua - Tel: 289 3849 Fax: 289 7364

Fuente: Economía Virtual

1.2.1.3.2. Comprobantes de Retención

Toda persona jurídica o persona natural obligada a llevar contabilidad que pague o acredite en cuenta cualquier tipo de ingreso que constituya renta gravada para quien los reciba, actuará como agente de retención del Impuesto a la Renta. Los agentes de retención están obligados a entregar el respectivo comprobante de retención, dentro del término no mayor de cinco días de recibido el comprobante de venta, a las personas a quienes deben efectuar la retención según nos dice el (SRI, 2015).

Por lo tanto es obligación de las empresas grandes, medianas o pequeñas emitir este tipo de comprobantes para cumplir con las normativas vigentes del Servicio de Rentas Internas del Ecuador y evitar sanciones que puedan perjudicar a la empresa. (Córdova & Cruz, 2012) Aportan con lo siguiente:

Son comprobantes de retención los documentos que acreditan las retenciones de impuestos realizadas por los agentes de retención en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno, este reglamento y en las resoluciones que, para el efecto, dictará el Director General del Servicio de Rentas Internas.

1.2.1.4. Desabastecimiento

El desabastecimiento implica carencia de productos o recursos necesarios según el fin de que se trate, refiriéndonos al tema empresarial o comercial es cuando no

hay una oferta mayor en el mercado de los productos que se ofrecen, es decir, el consumidor no tiene mayores alternativas de elección cuando se dirige a adquirir un producto o artículo.

Es por ello que el desabastecimiento debe seguir un proceso que comienza con el pedido de los insumos a los proveedores u organizaciones que se encargan de abastecer los productos que se requiere, de acuerdo a la copia que envía el sector de ventas.

(Finanzas, 2009) Dice lo siguiente:

Desequilibrio en un Mercado consistente en que la Cantidad Demandada excede a la Cantidad Ofrecida al Precio vigente. Puede ocurrir cuando el Precio ha sido fijado por debajo de su nivel de Equilibrio y la autoridad no cuenta con suficientes Reservas del Bien para cubrir el exceso de Demanda. También se puede originar cuando una Empresa o grupo de Empresa debe interrumpir transitoriamente su Oferta por razones de fuerza mayor.

1.2.1.4.1. Políticas Internas

Una política financiera no es un documento legal. Es un acuerdo basado en los principios o directrices de un área de actividad clave de una organización. Una política expresa cómo va la organización sobre su trabajo y cómo lo dirige.

Las buenas políticas expresan un modo justo y sensible de tratar los asuntos. Mientras que sea posible, ninguna organización debería cambiar sus políticas a menudo. La intención es guiar el trabajo de una organización durante un tiempo razonable.

Una vez que la política se convierte en práctica organizacional y ha sido aprobada por la Junta Directiva o por la estructura del gobierno, está uniéndose a todo el mundo de la organización. Una política financiera general tendría políticas financieras relacionadas con un número de áreas que se tenga dentro de la empresa. (Etkin, 2009) Con respecto a las políticas internas dice:

Las políticas internas tienen el peligro del aislamiento, porque la empresa es un sistema abierto y las líneas internas suelen repercutir sobre las relaciones con los diversos actores externos, Las definiciones de políticas pueden establecer preferencias, o bien exclusiones respecto de dichas fuerzas institucionales; por ejemplo, la idea de acercarse o de confrontar o de permanecer distantes al respecto de dichas fuerzas. Así surgen las políticas respecto de los competidores, los sindicatos, los organismos públicos, las asociaciones civiles, etc. Una empresa puede afirmar que su política es no representarse en licitaciones del sector público, o que no interviene en las políticas internas de los sindicatos, o que está dispuesta a desarrollar sus proveedores o incorporarlos como socios de la empresa. (pág. 173)

1.2.1.4.2. Stocks Máximos y Mínimos

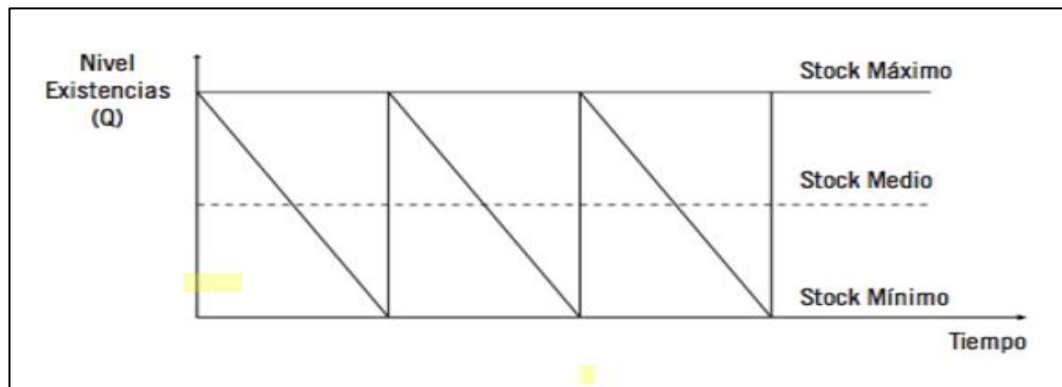
El significado de stock máximo se refiere a la mayor cantidad de existencias que se pueden mantener en el almacén en función de los costos que deben soportarse. En general a las empresas le interesa mantener grandes cantidades de inventarios cuando los costos de almacén son bajos, obtienen importantes descuentos por volumen, se espera un incremento de la demanda del producto vendido o fabricado y se esperan incrementos considerables en el precio de los materiales.

Y en cuanto a los stocks mínimos o también llamados de seguridad de una empresa se refiere a la menor cantidad de existencias que se pueden mantener en el almacén para que no se produzcan rupturas de stock.

Conviene mantener inventarios bajos cuando los costos de almacenamientos son altos, la demanda de productos vendidos es estable, con lo que se reduce un riesgo de rompimiento, los proveedores son de confianza y cuando se esperan bajas en los precios. (Gaitán, 2013) En referencia a los stocks aporta con lo siguiente:

Existen numerosos tipos de stocks que se clasifican según la vida útil de los productos que se almacenan, la actividad de la industria, o la función que desempeñan en la empresa, es decir, disponibilidad de suministros de productos instantáneamente, aprovisionamiento a fechas establecidas, etc. En este último grupo es donde se incluirán los stocks máximo, mínimo y de seguridad.

Asociado a los conceptos de **stocks máximo y mínimo** se encuentra el de **stock medio**, que se trata del volumen medio de existencias que se encuentran en el almacén durante un periodo de tiempo. Así, el nivel de stocks variará entre dos niveles, un máximo, cuando entra un pedido en el almacén de materias prima. O sale de producción uno o varios lotes de producto terminado hacia el almacén correspondiente, y un valor mínimo que será el volumen de existencias antes de la llegada de un nuevo pedido o de uno o varios lotes de producción según se trate, como se ha comentado, del almacén de materias primas o productos determinado respectivamente. Pues bien, considerando un rango de tiempo comprendido entre dos entradas consecutivas en el almacén, el stock medio sería la media entre el máximo y el mínimo. En la siguiente figura se puede apreciar gráficamente la diferencia entre stock máximo, mínimo y medio.



Fuente: Operaciones y Control del Almacén de Conservas Vegetales – Antonio Jesús Gaitán.

1.2.1.5. Toma física

La toma física de inventarios es un proceso que se debe realizar para conocer la valoración del stock que se tiene en la empresa y los costos que se suministran, todo esto nos lleva a realizar un mejor control de inventarios y saber las cifras verdaderas a favor y en contra de los productos que se encuentran disponibles.

La finalidad de la toma física de inventarios es determinar la existencia física de los suministros, insumos, repuestos y otros bienes o materiales de propiedad de la organización, disponibles en los diferentes almacenes o depósitos, esta verificación deberá ser contrastada con las existencias que figuran en los registros contables de la empresa a la fecha del inventario.

Los pasos que se deben seguir en la toma física de inventarios son los siguientes:

- Programación del inventario a realizarse.
- Preparación
- Ejecución del inventario
- Verificar los resultados del inventario

Esto nos lleva a tener un mejor control interno en la empresa, y que la gerencia o administración tome las medidas necesarias en la organización. (Logística, 2009)

Menciona lo siguiente:

Toma Física de Inventarios.

Inventarios Financieros.- El proceso de Toma Física de Inventarios se centra en la valorización del stock físico según los precios o costes que usted nos suministra. A partir de dicha valorización usted contará con un saldo de inventario que le permitirá tener cifras claras y exactas acerca de las inconsistencias del mismo.

Inventarios por Unidades.- Se realiza el conteo del inventario capturando la información en función de los códigos de los artículos, aunque si Ud. lo requiere también se puede hacer el levantamiento de características tales como descripciones, tallas, colores, peso, fecha de caducidad, ubicación, número de lote, etc.

Inventarios de Activos.- Auditamos su base de datos de Activos (bienes en uso) o en caso de no disponer de ella, podemos levantarla.

Inventarios en poder de Terceros.- Podemos auditar a sus franquiciados o consignatarios determinando así si las ventas fueron o no reportadas en el momento y en la forma precisa evitando de tal forma costos ocultos.

Inventarios Cíclicos.- Establecemos un cronograma anual acorde con las necesidades específicas de su empresa, para asegurarnos de medir correctamente los índices de error a los que está sujeto su stock y detectar oportunamente las desviaciones del mismo.

1.2.1.5.1. Informe de Recepción

El informe de recepción es un documento elaborado con la finalidad de conocer y especificar la cantidad y clase de materiales recibidos en la empresa por concepto de transferencias recibidas o por concepto de producción terminada.

Este documento se emite por el almacén receptor, una vez verificado e inspeccionado el producto recibido, se utiliza un modelo por cada factura o documento parecido.

Cuando se detecta faltantes, sobrantes, averías o cambio en las especificaciones de los productos; se establece la reclamación correspondiente, mediante los modelos establecidos legalmente Informe de Reclamación-Reparos Bancarios, acompañándolos el original del Informe de Recepción. (ConocimientosWeb, 2008) Aporta con la siguiente definición:

Documento primario y soporte contable donde se detallan las recepciones en un área de almacenamiento. Debe mostrar el código, la descripción, cantidad y valor de las mercancías recibidas así como la fecha de recepción y la firma de quien recibió.

OpenERP S.A. Chaussee de Namur 40 1367 Gerompont - Bélgica Phone: (+32).81.81.37.00 Mail: _____				
Dirección de envío: ASUSTek 31 Hong Kong street 23410 Taiwan Taiwán			Dirección de contacto : Tang 31 Hong Kong street 23410 Taiwan Taiwán	
Recepción: IN/00003				
Diario	Pedido (origen)	Destinatario	Fecha de envío prevista	Peso
	PO00006	Tang	24/08/2011 00:00:00	
Descripción	Lote	Estado	Ubicación	Cantidad
[CPU3]		done	Proveedores	1,000 Unidad
[FAN]		done	Proveedores	1,000 Unidad
[KEYA] AZERTY		done	Proveedores	1,000 Unidad
Total				3,00 Unidad

Fuente: Aula Open ERP (internet)

1.2.1.5.2. Importe de Almacenado

La mercadería debe estar bajo el control del almacenista que tenga clara conciencia de sus responsabilidades, cuando estén en uso numerosas bodegas, un almacenista independiente deberá ser designado responsable de cada una de ellas, debiendo emplearse cuentas control por separado para cada almacén.

1.2.1.6. Valuación

Los métodos de valoración o métodos de valuación de inventarios son técnicas utilizadas con el objetivo de seleccionar y aplicar una base específica para conocer el valor de los inventarios en términos monetarios. La valuación de inventarios es un proceso vital cuando los precios unitarios de adquisición han sido diferentes. Existen numerosas técnicas de valoración de inventarios, sin embargo también existen en la actualidad las comúnmente utilizadas por las organizaciones.

La importancia de realizar un control eficiente de los inventarios se basa en que al hacer una buena administración se puede brindar un mejor servicio al cliente porque se consigue controlar pedidos retrasados o carencia de artículos para la venta. Un buen inventario significa una buena producción porque a la vez evidencia tener disponible toda la contabilidad de inventarios. (Definiciones.De, 2015) Menciona lo siguiente:

Valuación es el acto y el resultado de valuar (fijar el precio o el valor de algo). El proceso de valuación puede desarrollarse tanto sobre activos como sobre pasivos. Por lo general se apelan a distintas técnicas para lograr establecer el valor monetario de aquello que se analiza.

La valuación puede utilizarse cuando una empresa comienza a ofrecer sus acciones en el mercado de capitales o cuando un grupo inversor analiza comprar una compañía, por citar dos posibilidades. El proceso también se lleva a cabo a la hora de preparar una fusión corporativa.

Para que una valuación sea adecuada, es importante contar con datos financieros confiables. Supongamos que una empresa de tecnología presenta balances o estados contables adulterados, donde exagera los ingresos. Si se realiza una valuación sobre esta información, el resultado será que la compañía sea valorada de un modo más alto del que su realidad indica

1.2.1.6.1. Costo de Venta

Se puede puntualizar como costo de venta a la inversión inicial que se hace al obtener un producto ya sea para elaboración o reventa y es el que se deduce del

total del costo para separar la ganancia final del costo total. En cantidades muy elevadas se requiere de mucho tiempo y atención para separar el costo de venta del resto de los gravámenes y costos añadidos, es por ello, que se separa el costo de venta, del costo de producción, publicidad, renta de servicios y demás que pudieran añadirse al costo de venta.

(Gerencie.com, 2011) Con respecto al costo de venta expresa lo siguiente:

El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende.

1.2.1.6.2. Costo de las Existencias

Generalmente las existencias componen el activo corriente más importante de una empresa, y es necesaria su valuación eficiente para asegurar que los estados contables sean exactos. Si las existencias no son valuadas correctamente, no se logra la coincidencia correcta de los costos y los ingresos. Si el inventario al cierre no es correcto, los siguientes datos del balance también serán incorrectos: inventario de mercancías, activos totales, y patrimonio neto. Cuando el inventario al cierre es incorrecto, el costo de las mercancías vendidas y los ingresos netos también serán incorrectos en el estado de resultados.

Cuando se efectúa un inventario, se incluyen en él todas las mercancías que tiene una empresa. Esto requiere que se examinen todos los documentos de envío, y se identifique toda la mercancía entregada en depósito. Al menos dos personas deben estar presentes en la elaboración del inventario de mercancías, y una tercera debe verificar la precisión del recuento. Al determinar el costo de la mercancía, deben incluirse en el precio de compra todos los gastos realizados en su adquisición.

(Contable, 2007) Dice con respecto al costo de las existencias:

Valoración de existencias.

Para valorar las existencias se toma en cuenta el menor valor comparando el coste y el valor neto realizable. El coste de las existencias comprenderá todos los costes derivados de la adquisición y transformación de las mismas,

así como otros costes en los que se haya incurrido para darles su condición y ubicación actuales.

Costes de adquisición

El precio de compra, los aranceles de importación y otros impuestos (que no sean recuperables posteriormente de las autoridades fiscales), los transportes, el almacenamiento y otros costes directamente atribuibles a la adquisición de las mercaderías, los materiales o los servicios hacen parte del coste de adquisición de las existencias. Los descuentos comerciales, las rebajas y otras partidas similares se deducirán para determinar el coste de adquisición.

1.3.RAZONABILIDAD FINANCIERA

La razonabilidad financiera se refiere al criterio que maneja el empresario, gerente o administrador al dirigir o encaminar una sociedad, institución o empresa. Para realizar una eficiente razonabilidad se debe tener conocimientos financieros, es indispensable para un administrador o gerente conocer sobre las leyes tributarias que estén vigentes, dado que de él depende que la administración futura de la empresa logre los objetivos deseados.

Los estados financieros de las empresas deben prepararse y presentarse de acuerdo a las políticas contables establecidas, para que se ajusten al principio de razonabilidad en su presentación, los resultados de las operaciones y los flujos de efectivo de la empresa. **Razonabilidad**, es sinónimo de justicia, conforme a las normativas vigentes y criterios profesionales.

La aplicación de los principios contables incluidos en los apartados siguientes deberá conducir a que las cuentas anuales, formuladas con claridad, expresen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la empresa. (Finanzas C. , 2013) Expresa con respecto a la razonabilidad Financiera lo siguiente:

La razonabilidad de los estados financieros se fundamenta en la aplicación de cada una de las Secciones, de tal manera que existiendo la necesidad de aplicarla la gerencia decide continuar con el procedimiento local o regional, los estados financieros no se pueden certificar con base a la aplicación de las NIIF para Pymes.

La seguridad de aplicación de la razonabilidad, permite la confianza en la información de propósito general, para que un amplio grupo de usuarios, satisfagan las necesidades para tomar decisiones económicas.

1.3.1. Confiabilidad

La Confiabilidad es la capacidad de desempeñar una función requerida, en condiciones establecidas durante un período de tiempo determinado, es decir, que habremos logrado la confiabilidad demandada cuando los resultados son favorables para nuestra empresa y en el momento que queremos que se realicen.

La Confiabilidad impacta directamente sobre los resultados de la empresa, debiendo aplicarse no sólo a máquinas o equipos aislados sino a la totalidad de los procesos que la constituye.

La confiabilidad del producto, la contabilidad de las utilidades y la del servicio reflejan la confiabilidad de la administración. Tener o carecer de ella, es el reflejo de la cultura que posee una organización, de su infraestructura y de la influencia que sus gerentes tienen dentro de la misma. La confiabilidad constituye un valor al cual el Líder le concede mucha importancia. (Ellmann, 2008) Dice con respecto a la confiabilidad:

En el mundo moderno, el concepto de Confiabilidad adquiere gran trascendencia. Confiabilidad es la "capacidad de un ítem de desempeñar una función requerida, en condiciones establecidas". Habremos logrado la Confiabilidad requerida cuando el "ítem" hace lo que queremos que haga.

Al decir "ítem" podemos referirnos a una máquina, a una planta industrial, a un proceso, a un rodado, a un sistema y también a una persona. La Confiabilidad impacta directamente sobre los Resultados de la Empresa, debiendo aplicarse no sólo a máquinas o equipos aislados sino a la totalidad de los procesos que integran la cadena de valor de la Organización.

1.3.1.1. Contable

El término contable hace referencia a una algo que puede ser contabilizado o numerado o a su vez que se puede llevar un control, ya sea de un artículo, elemento o producto. El término que se aproxima más al proceso de investigación es el sistema contable.

Un sistema contable, son todos aquellos elementos de información contable y financiera que se relacionan entre sí, con el fin de apoyar la toma de decisiones gerenciales de una empresa, de manera eficiente y oportuna; pero esta información debe ser analizada, clasificada, registrada (Libros correspondientes: Diario, mayor, Auxiliares, etc.) y resumida (Estados financieros), para que pueda llegar a un sin número de usuarios finales que se vinculan con el negocio, desde los inversionistas o dueños del negocio, hasta los clientes y el gobierno. (Definiciones.De, 2015) Menciona lo siguiente:

Contable es aquello perteneciente o relativo a la contabilidad (la aptitud de las cosas para poder reducirlas a cálculos o el sistema adoptado para llevar las cuentas en una oficina pública o particular). El término, que procede del latín computabilis, también permite referirse en general a todo lo que puede ser contado. Un contable es un sujeto que se encarga de registrar los libros de contabilidad de una organización. Su título académico es Contador Público y su tarea es llevar el registro de los movimientos monetarios de bienes y derechos.

Gracias a los contables, las empresas cuentan con la información necesaria para la toma de decisiones. Los balances que llevan los contables permiten realizar presupuestos o someterse a auditorías por parte de terceros (obligatorias en ciertos casos). Los directivos de las compañías, por otra parte, consultan a los contables para saber el estado financiero de la organización (nivel de deuda, ingresos, etc.).

El contable o contador público también se encarga de la liquidación de impuestos, una actividad que confiere a su tarea una gran responsabilidad legal (si una empresa pretende evadir impuestos, deberá contar con la complicidad de su contador).

1.3.1.2.Auditoría

La auditoría financiera examina a los estados financieros y a través de ellos las operaciones financieras realizadas por el ente contable, con la finalidad de emitir una opinión técnica y profesional.

Consiste en el examen de los registros, comprobantes, documentos y otras evidencias que sustentan los estados financieros de una entidad u organismo,

efectuado por el auditor para formular el dictamen respecto de la razonabilidad con que se presentan los resultados de las operaciones, la situación financiera, los cambios operados en ella y en el patrimonio; para determinar el cumplimiento de las disposiciones legales y para formular comentarios, conclusiones y recomendaciones tendientes a mejorar los procedimientos relativos a la gestión financiera y al control interno. (Resendiz, 2009) Menciona lo siguiente:

La Auditoría “es un examen sistemático de los estados financieros, registros y operaciones con la finalidad de determinar si están de acuerdo con las NIFS, con las políticas establecidas por la dirección y con cualquier otro tipo de exigencias legales o voluntariamente aceptadas”, la Auditoría tiene como objeto averiguar la exactitud, integridad y autenticidad de los estados financieros.

Su principal tarea es la adecuación y fiabilidad de los sistemas de información y de las políticas y procedimientos operativos existentes en los distintos departamentos de la empresa, por eso en estas existen varios departamentos y empleados responsables de todas sus actividades.

1.3.1.3. EXPEDICIÓN

La adecuada expedición de materiales requiere que las salidas de mercancía se realicen solo en base a una requisición debidamente autorizada. El bodeguero en tanto que es el responsable de todos los bienes que tiene bajo su custodia debe exigir de todas las partidas que salgan de su control se le proporcione una requisición autorizada acompañada por un recibo firmado proveniente del departamento que recibió los bienes. Con respecto a expedición (DefiniciónABC, 2015) dice lo siguiente:

El concepto de expedir se utiliza en nuestro idioma para indicar que alguien, una institución, una autoridad competente, entre otras, están extendiendo por escrito algún documento, que puede ser de suma importancia a la hora de realizar un trámite o de concretar alguna acción concreta.

1.3.1.3.1. Reportes de Despacho

En lo que concierne a las órdenes de despacho de las mercaderías es un proceso que se realiza para tener un control de las mercaderías que se venden, éstas

pueden ser distribuidas a proveedores como a consumidores, dependiendo del tipo de empresa que sea. (Definiciones.De, 2015) Con respecto al tema dice lo siguiente:

Gracias a los reportes cualquier persona puede proceder a realizar un resumen de datos o a clasificar estos en grupos determinados. Por todo ello, se entiende que estos documentos sean tan importantes en cualquier empresa ya que gracias a ellos cuenta con sus propias bases de datos (de trabajadores, de clientes, de proveedores...), realiza recopilaciones de las ventas acometidas en un periodo determinado...

Así, teniendo en cuenta los datos que abordan y la extensión que tienen, estos reportes se pueden luego clasificar en diversos niveles en cuanto a su complejidad dando lugar a catálogos, a listas, etc.

1.3.1.3.2. Órdenes de Embarque

Las órdenes de embarque son documentos que amparan la carga de exportación, dando fe de todas las formalidades de tipo legal entre el embarcador y consignatario, requisitos para realizar su embarque. El armador o su representante dejan constancia de que la carga ha sido embarcada, o dan fe de que esta cuenta con espacio para ser embarcada de acuerdo a lo indicado en el documento, llevando la firma de la respectiva carga.

1.3.1.4. Despacho

El despacho de la mercancía es la entrega que realiza el almacenista a una persona, sociedad o empresa, es el recibo que prueba el embarque de la mercancía ya que de esta forma no se puede retirar la mercancía en el lugar de destino.

La de la tecnología a nivel global que afecta aquellas prácticas, y en particular los distintos mecanismos de elaboración de los contratos de transporte, financiero y de compraventa de mercaderías a distancia, todo esto sumados a la transformación que se observa en el transporte y comercialización, motivan la aparición de nuevos documentos y de una mecánica innovadora en su emisión, a requerimiento

de las partes, importadores y exportadores del comercio exterior. Ante esto (Mendoza, 2013) Menciona lo siguiente:

Este proceso es llevado por el jefe de bodega que es el encargado de llevar las existentes de la mercancía que entra y sale del almacén. El control de inventarios El recibo de la mercancía: Es el jefe de recibos se pone de acuerdo con el proveedor para asignar el día la hora y la fecha de entrega de los productos el jefe de recibos es el encargado de organizar la logística organizando a los recibos es el encargado de organizar la logística organizando a los recibidores para cada tipo de productos.

Las revisiones de la mercancía El recibidor tiene como función revisar y verificar la mercancía con el orden de compra donde estiba se embala en él se clasifica se almacena Programación de despacho Las solicitudes de los productos es el jefe de ventas elabora una solicitud delos productos salientes. El orden de venta esta orden se monta en el sistema de la compañía por el jefe de despacho que tiene en cuenta los siguientes factores grupos de despacho, fecha, dirección.

1.3.1.4.1. Registros Automatizados

El servicio de una entidad financiera mediante una base de datos ayuda a llevar un registro organizado de las actividades que se realizan, en este sentido un sistema de registro automatizado es un control que se tiene de las actividades que se ejecutan en la empresa y permite tener un mejor manejo de información y organización de la empresa para ser más competitiva y adaptarse a las nuevas tecnologías, y ofrecer calidad de servicio para los clientes. (Scrib.com, 2009) Dice lo siguiente con respecto a los registros automatizados:

La automatización es un sistema donde se transfieren tareas de producción, realizadas habitualmente por operadores humanos a un conjunto de elementos tecnológicos. Un sistema automatizado consta de dos partes principales:

- Parte de Mando
- Parte Operativa

La Parte Operativa es la parte que actúa directamente sobre la máquina. Son los elementos que hacen que la máquina se mueva y realice la operación deseada. Los elementos que forman la parte operativa son los accionadores

de las máquinas como motores, cilindros, compresores. Y los captadores como fotodiodos, finales de carrera.

La Parte de Mando suele ser un autómata programable (tecnología programada), aunque hasta hace bien poco se utilizaban relés electromagnéticos, tarjetas electrónicas o módulos lógicos neumáticos (tecnología cableada). En un sistema de fabricación automatizado el autómata programable está en el centro del sistema. Este debe ser capaz de comunicarse con todos los constituyentes de sistema automatizado.

1.3.1.4.2. Registros en Bitácora

Los registros en bitácora se realizan mediante un documento físico, que presenta en orden cronológico información sobre las actividades ocurridas durante un periodo determinado que por lo general es una jornada de trabajo, es por eso que también es conocido como “diario” o cuaderno de bitácora, en el comercial “Anita” esta actividad es realizada para anotar novedades en los movimientos que se realizan en el área contable.

1.3.1.5. Ventas

El término ventas tiene múltiples definiciones, dependiendo del contexto en el que se maneje. Una definición general es cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero. Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.

En cualquier caso, las ventas son el corazón de cualquier negocio, es la actividad fundamental de cualquier aventura comercial. Se trata de reunir a compradores y vendedores, y el trabajo de toda la organización es hacer lo necesario para que esta reunión sea exitosa. (Thompson, 2007) Dice con respecto a las Ventas lo siguiente:

La venta es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo (productos, servicios u otros) en

su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen ésta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo

1.3.1.5.1. Ventas Media por Clientes

La venta media por clientes es una cifra donde se tiene en cuenta las utilidades que han generado las ventas por áreas, es decir, se lleva un control de los clientes que han adquirido el producto o artículo y un sector o área determinada, por ejemplo:

Si la empresa se dedica a la venta de productos masivos, mediante el control de la venta media por cliente que se realiza se puede estimar que productos son los que tienen mayor demanda, por lo tanto se va a tener una cifra exacta de cuál es la ganancia que ha dejado la venta de ese producto. Es necesario llevar el control de la venta media por clientes porque va a permitir a la empresa proyectarse a futuro. (Bradley, 2011) Dice lo siguiente:

Muchas empresas han experimentado un crecimiento de ingresos, sin beneficios. Si estás en el negocio de las ventas o generas un beneficio por la venta de bienes y servicios, es tan importante centrarte en los beneficios como en el crecimiento de los ingresos. Una manera de hacer esto es enfocarse en la comprensión de la rentabilidad del cliente. Aunque hay muchas teorías acerca de dicha rentabilidad, tales como la regla 80/20 (80 por ciento de tus ganancias provienen del 20 por ciento de tus clientes), hay un menor número de métodos establecidos para el cálculo de la rentabilidad del cliente.

1.3.1.5.2. Fidelidad de los clientes

Un cliente es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de servicios. Es decir es un agente económico con una serie de necesidades y deseos, que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado.

El cliente es el elemento más importante en el desarrollo de la empresa, dado que es por ellos que la empresa funciona, elabora productos, ofrece servicios y de ellos se obtiene la utilidad para el funcionamiento de la empresa. El cliente es el protagonista de la acción comercial, por muchos motivos es la razón de existencia y garantía de futuro de la empresa.

La fidelidad del cliente depende directamente de la atención que se le brinda dentro de la empresa, de la calidad de productos que se le ofrezcas y de las alternativas que tenga al momento de realizar una adquisición. (Santo, 2013) Dice con respecto a la fidelidad de los clientes:

La calidad y un buen servicio al cliente son las claves para fomentar la lealtad de los clientes. **El 88% afirma que para que una empresa se gane su confianza, ésta debe ofrecer un servicio de calidad.** Otro factor determinantes es la atención al cliente, así lo constató el 72% de los participantes en el estudio. Una mala gestión de la atención al cliente puede suponer la pérdida de hasta el 85% del volumen de negocio, se trata de un lujo que las empresas no se deben permitir.

El precio y la comodidad son aspectos secundarios, aunque también muy a tener en cuenta por la mitad de los usuarios, aunque generan cierta vinculación hacia la marca, más que lealtad propiamente dicha; en el momento en que otra marca le ofrezca una ventaja competitiva, el cliente no dudará en pasarse de acera.

1.3.1.6. Inversiones

Se habla de inversión cuando se destina dinero para la compra de bienes que no son de consumo final y que sirven para producir otros bienes, o también cuando se realiza un gasto para obtener ganancias de ese presupuesto que se destinó.

La inversión financiera no tiene una función económica directa, la inversión en activos reales sí la tiene; bienes que sirven para producir otros bienes. La inversión financiera posibilita la transferencia de fondos y de riesgos. (Iborra, Dasí, Dolz, & Ferrer, 2014) Aportan con lo siguiente:

En la práctica, se entiende por inversión la dedicación de unos recursos financieros a la modernización y expansión de los bienes de activo de la empresa. Se dice que una empresa ha incrementado sus inversiones cuando adquiere nueva maquinaria o cuando amplía sus líneas de producción o incrementa sus instalaciones o sus centros de venta o tiendas. La inversión se lleva a cabo por el empresario cuando existen expectativas de obtener un beneficio futuro. El empresario invertirá cuando el rendimiento que espera obtener del proyecto es superior, por ejemplo, al interés que tiene que pagar por el uso del dinero.

Por tanto, las expectativas de beneficio son provocadas por la existencia de una atractiva inversión. La existencia de una oportunidad, por ejemplo, de una demanda insatisfecha, es condición necesaria, pero no suficiente, para que una inversión se realice. La condición suficiente es que la diferencia entre el tipo de rendimiento esperado de la inversión y el coste de capital necesario para financiarla sea lo suficientemente grande, es decir, atractiva, como para que el empresario se decida a llevarla a cabo. (pág. 349)

1.3.1.6.1. Tasa de Inversión Corriente

Monto de la inversión que se realiza en un año, es igual a la inversión planeada más los cambios no planeados en los inventarios. En el presente trabajo de investigación la inversión corriente que realiza el comercial “Anita”

1.3.1.6.2. Capital Invertido

El capital invertido de una empresa es la cantidad total de dinero que se provisionó, ya sea por accionistas, o en el caso del comercial “Anita” por un solo propietario.

El capital invertido, se determina sumando las obligaciones totales de deuda y la cantidad de capital aportada por los accionistas de la empresa y se resta el efectivo fuera de las ventas y las inversiones. (Finanzas.com, 2011) Menciona con respecto al tema:

El Capital Invertido son los Bienes que constituyen el Activo de una Sociedad. El Capital Invertido por lo general refleja al desembolso realizado

por los inversionistas para iniciar una Empresa y a las adiciones de Capital realizadas durante su funcionamiento

1.3.1.7. Financiera

Dimensión que está relacionada con la decisión de financiamiento y administración razonable de los activos, esta dimensión se puede dividir en 3 áreas principales: decisiones de inversión de financiamiento y de administración de los activos; la decisión de invertir es la más importante de las 3 decisiones principales del comercial “Anita”.

(Martínez, 2010) Menciona lo siguiente:

La función financiera en la empresa proporciona las herramientas tendentes a interpretar los hechos que ocurren en el mundo financiero y su incidencia en la empresa, así como también situaciones que antes eran irrelevantes y pueden traer aparejado consecuencias graves, en una época de cambios constantes en el mundo. (pág. 10)

1.3.1.7.1. Revelación del Método de Inversión

Un método de inversión es un conjunto de reglas conforme a las que se decide la compraventa de acciones (o de otros activos financieros) a fin de obtener la máxima rentabilidad con el mínimo riesgo. Existe una infinidad de inversiones.

Algunos son extremadamente sencillos y otros se basan en complejas operaciones matemáticas, estadísticas y análisis gráfico, mediante la revelación de este método se puede conocer las actividades donde se están invirtiendo el capital del comercial “Anita”, es obligación de la empresa revelar el método de inversión.

1.3.1.7.2. Utilidad Revelada

La utilidad revelada se refiere al margen de utilidad compuesta por las actividades de venta del comercial “Anita” debidamente determinadas en el estado de resultados a fecha 31 de diciembre de 2014 y revelado en el estado de situación

financiera con corte a la fecha anteriormente indicada. La utilidad revelada por lo general es distribuida entre accionistas o socios, para el presente trabajo de investigación, la utilidad queda en manos del propietario del comercial “Anita” en vista de que este negocio corresponde a un solo dueño.

1.4. MARCO LEGAL

1.4.1. Normativa IEPS. Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria Año 2014

Art.283. de la Constitución de la República, establece al Sistema Económico Social y Solidario, reconoce al ser humano como sujeto y fin, propende a una relación dinámica y solidaria entre Sociedad, Estado y Mercado en armonía con la naturaleza. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica, pública, privada, mixta, solidaria. Incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

1.4.2. Normativa de M.I.E.S Ministerio de Inclusión Económica Social

“Es una institución del sector público que garantiza el aseguramiento como aporte a la movilidad social que se direcciona a reducir las brechas de desigualdad que existe entre los ecuatorianos para lograr igualdad, entre ellos, así como la inclusión social y territorial dentro de la diversidad existente promoviendo al Buen Vivir”. Normativa ANT Agencia Nacional de Regulación y control de transporte terrestre. Tránsito y seguridad vial.

Art 15. Que la rectoría del Sistema Nacional comprenderá al sistema de transporte terrestre y seguridad vial, comprenderá al Ministerio de Transporte y Obras Publicas que se ejecuta a través de la Agencia Nacional de Tránsito.

Art 62. El servicio de taxi se encuentra en la ley Orgánica de transporte Terrestre. Resol 154 Año 2011. Presenta los requisitos solicitados en los respectivos formularios para obtener el permiso de operación.

Art 44 del Reglamento Ejecutivo. La compañía deberá constar con la infraestructura adecuada para prestar sus servicios, caso contrario, serán verificadas como prueba de incumplimiento.

1.4.3. Normativas de las N.I.C Nomas Internas Contables.

NIC 8.- Políticas Contables.

La NIC 8. Establece los criterios para la selección y cambios de políticas contables y especifica los requerimientos de contabilización e información a revelar cuando se cambia a una política contable.

También, establece los requerimientos de contabilización e información a revelar para los cambios, estimaciones y correcciones contables de error de periodos anteriores. La NIC 8 trata de mejorar la relevancia, fiabilidad de los estados financieros de una entidad, así como la comparabilidad de los estados financieros a lo largo del tiempo y con respecto a los elaborados por otras entidades.

La gerencia debe ejercer el juicio profesional para aplicar y desarrollar una política contable que dé lugar a la información relevante y fiable sobre la transacción, condición o suceso al realizar el juicio profesional.

Las políticas deben aplicarse de forma congruente a transacciones y sucesos similares a lo largo del tiempo.

Una Norma o interpretación nueva modificada puede requerir cambio en una política contable y puede incluir disposiciones transitorias específicas.

CAPITULO II

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se realizó en esta propuesta fue documental, porque se analizó información relacionada a Estrategias de Mercado, Planificación de Compras y Ventas, Recursos Humanos y logística empresarial de control administrativas; a su vez se fomentó el sentido de pertenencia del personal con la empresa. Desde luego se llevó a cabo una investigación de campo con la aplicación de técnicas como la entrevista la misma que fue dirigida específicamente al personal administrativo con los que cuenta la empresa en determinados puntos de la provincia.

El diseño de investigación es de tipo no experimental; por que las variables no se vieron afectadas. Obteniendo como variables el control interno de inventarios y la gestión contable, fue de tipo transaccional, porque el instrumento que se utilizó para la obtención de información se lo aplicó en un solo momento en el tiempo por lo que se procedió a analizar, comparar y explicar los resultados obtenidos.

Para la presente investigación, se utilizaron tanto el enfoque cualitativo y cuantitativo. El enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica, con la finalidad de establecer preguntas para su interpretación en la investigación. Por otro lado, el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos numéricos y el análisis estadístico para demostrar una hipótesis o probar teorías.

2.2.MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Consiste en la elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable, para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas,

programas, tecnologías, métodos o procesos. Para su formulación u ejecución se apoyó en investigaciones de tipo documental, de campo o un diseño que incluye a ambas modalidades.

En la estructura del Proyecto Factible, constan las siguientes etapas: diagnóstico, planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta, procedimiento metodológico, actividades y recursos necesarios para su ejecución; análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del Proyecto; y en caso de su desarrollo, la ejecución de la propuesta u evaluación tanto del proceso como de sus resultados.

Este trabajo de investigación es de modalidad proyecto factible o de intervención, se lo considera proyecto factible, debido a que comprende la elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos y necesidades de una organización o grupos social, ya que este puede referirse a la formulación de políticas y ejecución.

El trabajo a realizar para el comercial “Anita” es un proyecto viable, por que solucionará problemas internos de la cooperativa y donde se implementará un manual de control interno el mismo que ayudará a que los trabajos que se realicen dentro de la cooperativa tengan un orden y que mejore el proceso contable. La cooperativa contará con las etapas propias de un proyecto factible, tales como: diagnóstico, planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta, metodología, el respectivo análisis de los resultados de las entrevistas y encuestas, la realización del proyecto. (UPEL, 2008) Aporta con la siguiente definición:

La investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. El Proyecto debe tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades. (pág. 21)

2.3.TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Se determina todo el enfoque de la investigación influyendo instrumentos, y la manera de cómo se analiza los datos recaudados. Así, el punto de los tipos es una investigación que constituye un paso importante en la metodología, pues este va a determinar el enfoque del mismo.

Este puede dividirse en investigación descriptiva, documental y de campo. (Tamayo, 2008) Dice con respecto a los tipos de investigación:

Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo, institución o cosa se conduce o funciona en el presente.

2.3.1. Investigación Descriptiva

En las investigaciones de tipo descriptiva en su mayor parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste esencialmente en describir los hechos o situaciones relevantes y concretas de la investigación, indicando sus rasgos más significativos o diferenciadores.

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en obtener información de las actitudes predominantes a través de la descripción concreta de las actividades, objetivos y procesos a realizarse en todo el estudio. El propósito no se limita a la recolección de datos, sino va más allá buscando el pronóstico y relación que existen entre dos o más variables.

El investigador no solamente se lo puede denominar como tabulador de datos relevantes, sino que almacena los datos sobre la base de la hipótesis planteada al comienzo de la investigación, luego de esto se procesa y exponen la información de manera minuciosa y luego se analiza eficientemente los resultados, a fin de contribuir con información significativa que aporte al conocimiento.

2.3.2. Investigación Documental

La investigación documental se define como el proceso donde el investigador realiza una breve revisión de documentos bibliográficos para aportar con información de libros, revistas, artículos, leyes, normativas, libros contables, balances y datos que sean necesarios para continuar con el desarrollo de la investigación, haciendo posible la descripción, explicación, análisis, comparación, críticas, entre otras acciones de intelecto. (Arias, 2012) Menciona con respecto a la investigación documental lo siguiente:

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas, como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (pág. 27)

2.3.3. Investigación de Campo

La investigación de campo se define como un proceso sistemático, estricto y racional de recolección de datos en el lugar donde se desarrolla la investigación, en esta etapa se realiza el procedimiento, análisis y presentación de datos, fundamentado en la destreza de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la investigación de acuerdo con el propósito planteado en los objetivos.

Para el presente estudio se procedió a hacer visitas al comercial “Anita” , constatando de forma directa los inconvenientes que se presentan en el manejo administrativo, en el área de contabilidad y de talento humano. Sobre el tema (Palella & Martins, 2010) Define:

La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (pág. 1)

2.4.MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Los métodos son las formas, a través de las cuales se realiza la búsqueda de información necesaria para la investigación, comprende la compilación, y el análisis de la información obtenida. El método de investigación científica es donde se realiza la estructura del proceso de investigación para transformar el estudio, alcanzar los objetivos que se plantearon y comprobar la hipótesis.

Se puede dividir dos clases de métodos de investigación: los métodos lógicos y los empíricos. El método lógico es aquel que se basa en la utilización del pensamiento en funciones de deducción, análisis y síntesis, mientras que el empírico, se acerca a la comprensión del objeto, mediante conocimientos directos y el uso de la experiencia.

2.4.1. Método inductivo

Estudia los problemas desde los sucesos particulares a afirmaciones con particularidades universales, su eficacia se fundamenta en la formulación de la hipótesis y se dirige hacia la arquitectura cognitiva científica, igualmente es de gran importancia destacar que este método tiene sus bases en una serie de concepciones que hacen posible señalar las observaciones referentes a un hecho que es visible, los particulares y los universales hacen posible un proceso de indagación que resalta porque están probados empíricamente. Al respecto (Cegarra, 2011) Dice lo siguiente:

Es utilizado en la ciencia experimental. Consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías. Ellos es como decir que la naturaleza se comporta siempre igual cuando se dan las mismas circunstancias, lo cual es como admitir que bajo las mismas condiciones experimentales se obtienen los mismos resultados, base de la repetitividad de las experiencias, lógicamente aceptado. (pág. 83)

2.4.2. Método Analítico

El Método analítico consiste en la disociación de un todo, dividiéndolo en partes o elementos para la observación de las causas, características, y consecuencias. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Además amerita conocer las particularidades del fenómeno y objeto de estudio, entonces con conocimiento de causa interpretar su esencia. Este método viabiliza el mayor conocimiento del objeto que se estudia, permitiendo entender su comportamiento y establecer nuevas y relevantes teorías sobre el tema.

Este método fue de gran utilidad para la realización del estudio y análisis a la problemática administrativa que incide en el funcionamiento del comercial “Anita”, también permitió erigir conclusiones específicas sobre las causales del macro – problema, vinculadas directamente con el área financiera de la empresa. (Lópera, Ramírez, Zuluaga, & Ortíz, 2010) Aportan con la siguiente definición:

El método analítico da cuenta del objeto de estudio del grupo de investigación que en este trabajo se ocupa, con una rigurosa investigación documental, del método mismo que orienta su quehacer.

Este método, empleado particularmente en las ciencias sociales y humanas, se define en el libro como un método científico aplicado al análisis de los discursos que pueden tener diversas formas de expresión, tales como las costumbres, el arte, los juegos lingüísticos y, de manera fundamental, la palabra hablada o escrita. (pág. 1)

2.4.3. Método Histórico

Se vincula con el conocimiento científico de la realidad histórica de las fases evolutivas o sucesión cronológica de los objetos, para conocer el desarrollo del tema que se investiga y estudia, se hace obligatorio conocer su historia, las etapas principales de su desarrollo y los vínculos históricos fundamentales.

Para realizar el manual de control interno de inventarios para el comercial “Anita” fue necesario realizar un análisis sobre la historia de la empresa, acta de constitución, balances, libros contables e información necesaria sobre los movimientos financieros del mencionado comercial.

2.5.TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Entre las técnicas de investigación empleadas en el trabajo de investigación se utilizó la observación para confirmar directamente el problema principal, también se realizó una entrevista personal al propietario de la empresa y la encuesta fue aplicada a los empleados de la institución, con el fin de recopilar información necesaria para elaborar el modelo de control interno para el comercial “Anita” para que la empresa realice sus funciones financieras de forma eficaz y eficiente.

2.5.1. Observación

La observación es un procedimiento de recopilación de datos e información consistente en estudiar de forma directa el objeto de estudio, situaciones, comportamientos en donde desarrollan normalmente las actividades. Mediante la observación se intentan captar la mayor cantidad de aspectos que son más significativos con respecto al problema a investigar para recopilar los datos que se estiman convenientes.

En las visitas que se realizaron a las instalaciones del comercial “Anita” se pudo constatar las falencias en el sector financiero y administrativo, acciones que fueron de gran ayuda, ya que contribuyeron a la obtención de información

confiable, relevante y pertinente con el desarrollo del tema de investigación. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) Sostienen lo siguiente en cuanto a la técnica de la observación:

Cada día cobra mayor credibilidad y su uso tiende a generalizarse, debido a que permite obtener información directa y confiable, siempre y cuando se haga mediante un procedimiento sistematizado y muy controlado (pág. 194)

2.5.2. Entrevista

La técnica de la entrevista, acción de dialogo entre el entrevistador y el entrevistado, permitió conocer la realidad financiera del comercial “Anita” y el grado de interés de los empleados del área financiera, contable y de talento humano de dicha empresa, esta técnica fue aplicada al propietario, administradores y empleado para conocer el grado de conocimientos financieros y su capacidad para administrar una empresa. Sin duda alguna, la interacción social es la que ayudó a la obtención de datos e información relevante para llevar a cabo la investigación. (Yuni & Urbano, 2007) Aportan con el siguiente concepto:

La entrevista es una técnica de investigación muy utilizada en la mayoría de las disciplinas empíricas. Apelando a un rasgo propio de la condición humana –nuestra capacidad comunicacional- esta técnica permite que las personas puedan hablar de sus experiencias, sensaciones, ideas, etc. El capítulo expone una caracterización de la técnica, presentando la variedad de formatos que pueden adquirir. Luego se presentan las características del procedimiento de aplicación de la técnica, para concluir señalando las ventajas y desventajas de su uso en las investigaciones. (pág. 81)

2.5.3. Encuesta

Considerada como una de las técnicas más útiles para la recolección de datos a través de la aplicación de un cuestionario a una muestra poblacional, puesto que puede ajustarse a distintas circunstancias, tiempos o individuos, su único objetivo es aclarar hipótesis, conocer teorías o criterios que sirvan de aporte para el

planteamiento de soluciones sobre el tema que se investiga. (Yuni & Urbano, 2007) Dicen lo siguiente con respecto a la encuesta:

Según el diccionario la palabra encuesta significa “averiguaciones o pesquisa. Acopio de datos obtenidos mediante consulta o interrogatorio”. En el campo de la investigación la encuesta alude a un procedimiento mediante el cual los sujetos brindan directamente información al investigador. En ese sentido puede incluirse la encuesta dentro de las técnicas llamadas de reporte personal, ya que son las personas las que aportan la información. (pág. 63)

2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los instrumentos de investigación son los recursos metodológicos útiles para el desarrollo del estudio y que el investigador utiliza a lo largo del proceso, son materializados mediante un formato o un dispositivo, es decir, pueden ser físicos o digitales y sirven para almacenar y facilitar el procesamiento de los datos obtenidos. En el presente trabajo investigativo se utilizaron los siguientes instrumentos de investigación:

- Registro de Observación
- Guía de Entrevista
- Cuestionario o Encuesta

2.6.1. Registro de Observación

El registro de observación consiste en anotar y detallar los sucesos, eventos, hechos o situaciones que se constatan en el lugar donde se realiza la investigación, este proceso es factible puesto que en base a los registros anotados se puede realizar un mejor análisis de las situaciones que se presentaron en el momento de la observación.

2.6.2. Guía de Entrevista

La guía de entrevista es un instrumento de recolección de datos basada en el intercambio de opiniones mediante el diálogo o conversación directa con los sujetos involucrados en la investigación. El entrevistado es la persona que entrega la información necesaria al entrevistador, la entrevista puede ser digital ya que el investigador puede utilizar grabadoras o filmadoras para recolectar la información que proporcionan los entrevistados, y también pueden ser materializadas ya que mientras el entrevistado responde a las preguntas que se le realizan el investigador las escribe en el instrumento que se elaboró.

Para realizar la investigación en el comercial “Anita” se formuló un cuestionario de preguntas direccionados a recopilar información sobre el manejo de la institución y se pidió información financiera sobre los conocimientos que tienen los empleados en el área financiera de la empresa.

2.6.3. Cuestionario o Encuesta

La encuesta es un instrumento que permite la obtención de datos e información suministrada por un número de personas determinado, con relación a un tema o asunto en particular, que son de mucha utilidad a la investigación planteada. El cuestionario es el instrumento utilizado en la técnica de la encuesta, se lo realiza de forma escrita mediante un formulario que deben contener una serie de preguntas, ítems, enunciados o reactivos, donde el encuestado pueda señalar una o varias alternativas.

La encuesta en el ejercicio de esta investigación fue aplicada a los empleados del comercial “Anita” con el fin de obtener información para procesarla y analizarla posteriormente.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1. Población

(Tomás-Sábado, 2009) Menciona en referencia al estudio de la población

Es el conjunto de todos los individuos que cumplen ciertas propiedades y de quienes deseamos estudiar ciertos datos. Podemos entender que en una población abarca todo el conjunto de elementos de los cuales podemos obtener información, entendiendo que todos ellos han de poder ser identificados. La población deberá ser definida sobre la base de características que la delimitan, que la identifican y que permiten la posterior selección de unos elementos que se puedan entender como representativos (muestra). (pág. 21)

En todo proceso de investigación se establece el objeto de estudio, como lo es la población, de ella se extrae la información requerida para su respectivo estudio. El proyecto de revista planteado se enfocará en la población de los directivos y colaboradores de Comercial Anita ubicada en La Libertad en Santa Elena.

La población de la presente investigación está constituida por el Personal administrativo y empleados de Comercial Anita (20) Clientes (3000), Proveedores (300), es decir, un total de 3320, los mismos que se detallan a continuación en el cuadro N° 5.

CUADRO N° 3: POBLACIÓN

COMERCIAL "ANITA"	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Gerente	1
Administrador	1
Contador	1
Empleados	17
TOTAL	20

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial "Anita"

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

2.7.2. Muestra

La muestra permite al investigador, elegir las unidades de la población a las que se les solicitará la información requerida para la investigación, por otro lado va a permitir interpretar los resultados con el fin de estimar los parámetros de la población sobre la que se determina la muestra para comprobar la hipótesis.

(Tomás-Sábado, 2009) Aporta con el siguiente concepto con respecto a la muestra:

Una muestra es una porción de algo. Si deseamos preguntar a un conjunto de cinco mil personas sobre un determinado fenómeno, tenemos dos opciones: efectuar las preguntas persona por persona o efectuar las preguntas solamente a una muestra de estas personas, es decir, a un grupo de elementos representativos de ese conjunto.

Así, la muestra es una parte o un subconjunto de la población en el que se observa el fenómeno a estudiar y de donde sacaremos unas conclusiones generalizables a toda la población. (pág. 22)

2.7.2.1. Tipos de Muestra

La muestra debe alcanzar una representación proporcionada de la población, en la que se represente de manera correcta los rasgos esenciales de la población de estudio y que sean significativos para la investigación.

Para que una muestra sea representativa, debe de reflejar las similitudes y diferencias encontradas en la población, es decir ejemplificar las características de ésta.

Existen varios criterios de clasificación de los tipos de muestreo que utilizan los investigadores en los estudios que realizan a la población entre los más utilizados por el nivel de confianza que dan los resultados son:

Muestreo aleatorio simple

En un muestreo aleatorio simple todos los individuos de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos, la selección de la muestra puede realizarse a través de cualquier mecanismo probabilístico en el que todos los elementos tengan las mismas opciones de salir.

Muestreo aleatorio estratificado

Es frecuente que cuando se realiza un estudio interese estudiar una serie de subpoblaciones (estratos) en la población, siendo importante que en la muestra haya representación de todos y cada uno de los estratos considerados. El muestreo aleatorio simple no garantiza que esto suceda.

Muestreo aleatorio por conglomerados o áreas

Mientras que en el muestreo aleatorio estratificado, cada estrato presenta cierta semejanza, un conglomerado se considera una agrupación de elementos que presentan características similares a toda la población.

2.7.2.2. Tamaño de la Muestra

El tamaño de la muestra se determinó, utilizando la fórmula aleatoria simple aplicada a todos los elementos que conforman la población de estudio detallado anteriormente en el cuadro N° xx del comercial Anita ubicada en La Libertad en la provincia de Santa Elena.

Para realizar el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula, con los siguientes atributos:

$$n = \frac{N(p \cdot q)}{N - 1 \left(\frac{e}{k}\right)^2 + p \cdot q}$$

n: Tamaño de la muestra (*i*)

P: Proporción de éxito (50% = 0,5)

Q: Proporción de fracaso (50% = 0,5)

k: Valor de confianza (1,96)

E: Margen de error (5% = 0.05)

N: Número de población o universo (3320)

Fórmula:

$$n = \frac{N(p \cdot q)}{N - 1 \left(\frac{e}{k}\right)^2 + p \cdot q}$$

Desarrollo:

$$n = \frac{20 (0,5)(0,5)}{20 - 1 \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{5}{19(0,00065077) + 0,25}$$

$$n = \frac{5}{0,26236403}$$

$$n = 20$$

Para el mejor análisis del estudio, la muestra está distribuida por el 100% del universo total de la población, tal como se demuestra en el cuadro N° 4, que hace referencia a los directivos, empleados, clientes y proveedores de Comercial Anita.

CUADRO N° 4: MUESTRA

COMERCIAL “ANITA”	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Gerente	1
Administrador	1
Contador	1
Empleados	17
TOTAL	20

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Por lo expuesto en el cuadro N° X, fue necesario realizar 344 encuestas a los elementos que conforman el objeto de estudio como es el comercial “Anita” ubicado en el cantón La Libertad de la provincia de Santa Elena, con la finalidad de contar con una muestra que reúna las características de validez y confiabilidad para la obtención de datos necesarios para procesarla y convertirla en información de gran utilidad para el planteamiento de soluciones.

2.8.PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Procedimientos

- Conseguir información mediante documentos del área financiera del comercial “Anita” para conocer el estado financiero de la institución.
- Utilizar el cuestionario para obtener información real del problema en el lugar de estudio.

- Tabular los datos obtenidos por los instrumentos utilizados en la investigación.
- Analizar toda la información referente al tema y los datos obtenidos.

CAPITULO III

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

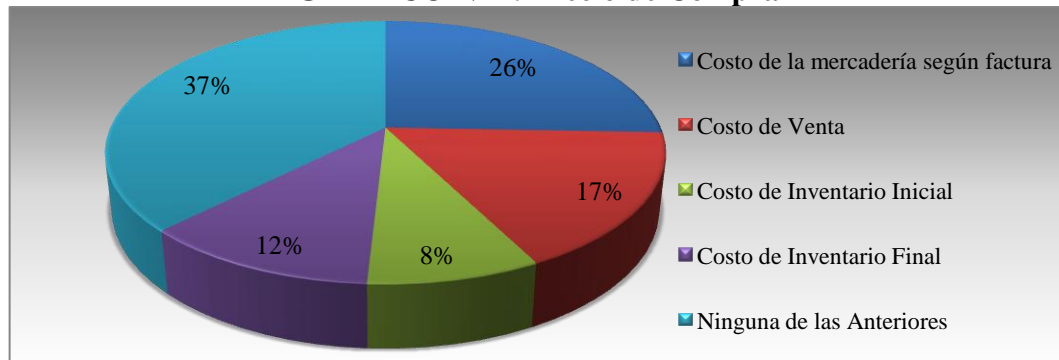
TABLA N° 1: Precio de Compra

El precio de compra es determinado por:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Costo de la mercadería según factura	5	26%
	Costo de Venta	3	17%
	Costo de Inventario Inicial	2	8%
	Costo de Inventario Final	2	12%
	Ninguna de las Anteriores	7	37%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

GRÁFICO N° 1: Precio de Compra



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

Luego del análisis realizado, se concluye que el 37% de los encuestados no tiene conocimiento sobre como es determinado el precio de compra de los productos dentro del Comercial “Anita”, reflejando que solo el personal involucrado conoce sobre el tema.

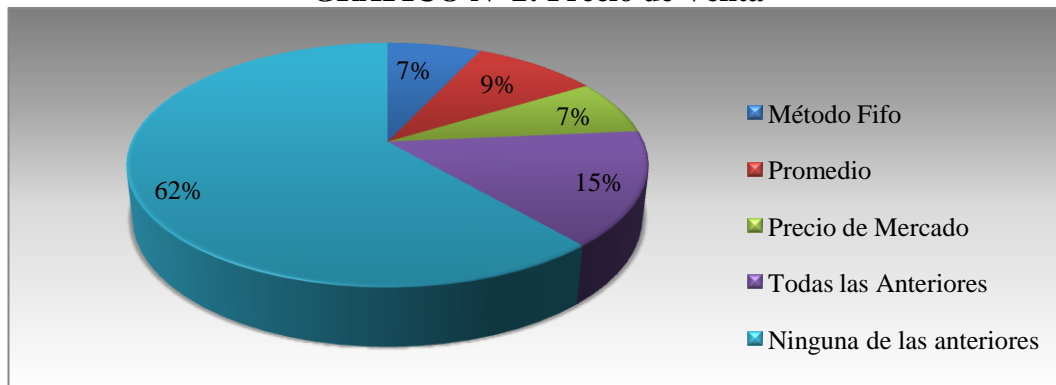
TABLA N° 2: Precio de Venta

El precio de venta es determinado por:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	Método Fifo	1	7%
	Método Promedio	2	9%
	Precio de Mercado	1	7%
	Todas las anteriores	3	15%
	Ninguna de las anteriores	12	62%
	TOTAL		20

Fuente Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

GRÁFICO N° 2: Precio de Venta



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

Luego del análisis realizado, se concluye que el 62% de los encuestado no tiene conocimiento sobre la determinación del precio de venta, según los datos amerita que el gerente, administrador, contador y empleados de la empresa reciban capacitaciones en temas relacionados con información contable – financiera para comercial “Anita”.

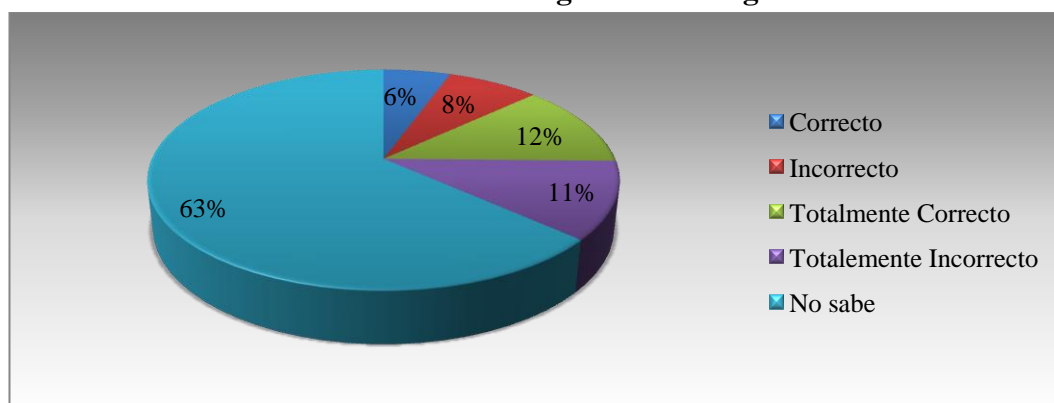
TABLA N° 3: Ingreso de Códigos

El ingreso del código de la mercadería al sistema de facturación, es:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	Correcto	1	6%
	Incorrecto	2	8%
	Totalmente correcto	2	12%
	Totalmente Incorrecto	2	11%
	No sabe	13	63%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

GRÁFICO N° 3: Ingreso de Códigos



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

Luego del análisis realizado, el 63 % de las personas consultadas no conocen sobre el proceso de ingreso de códigos de la mercadería al sistema de facturación, por lo que se concluye que los empleados del comercial “Anita” no dominan el tema de ingreso de códigos de los productos que se tiene para la venta, siendo entonces conveniente socializar esta información para que clientes conozcan sobre este procedimiento.

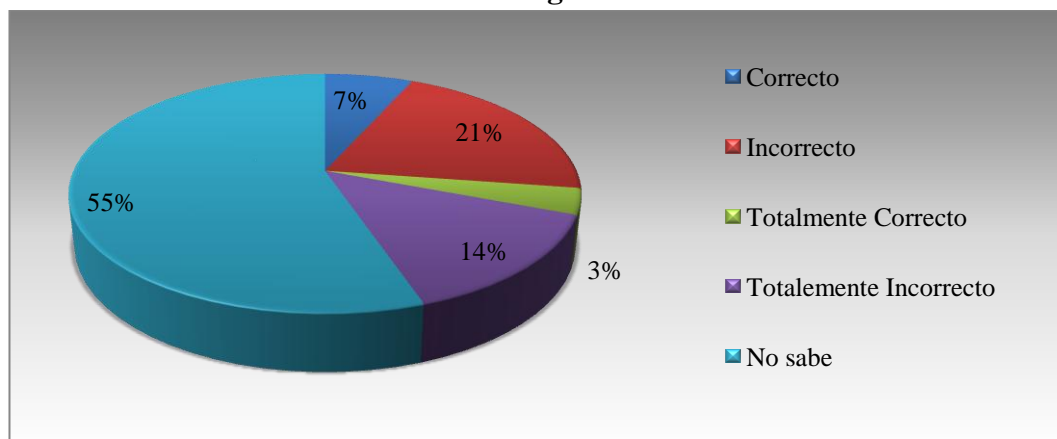
TABLA N° 4: Ingreso de Cantidad

El ingreso de la cantidad de mercadería al sistema de facturación, es:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	Correcto	1	7%
	Incorrecto	4	21%
	Totalmente correcto	1	3%
	Totalmente Incorrecto	3	14%
	No sabe	11	55%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

GRÁFICO N° 4: Ingreso de Cantidad



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Luego del análisis realizado, se concluye que el 55% de las personas encuestadas no saben acerca del ingreso de cantidad de los productos que se comercializan en el comercial “Anita”, es prudente realizar capacitaciones dirigidas especialmente a los empleados y personal administrativo de la empresa.

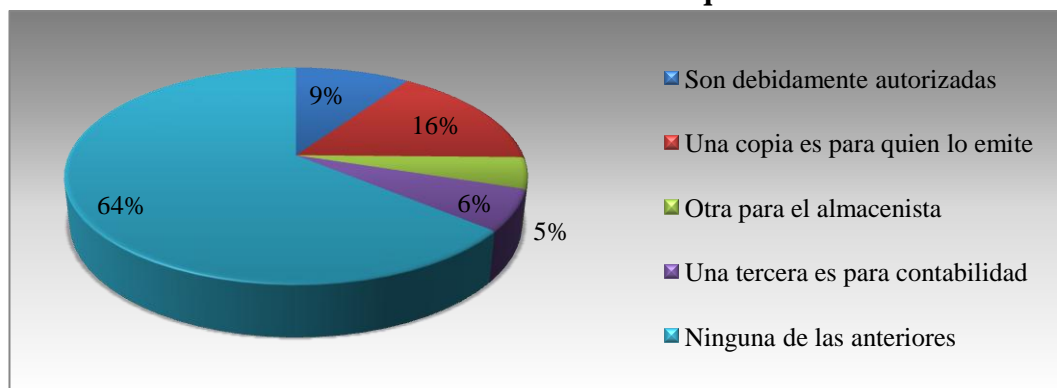
TABLA N° 5: Órdenes de Requisición

Respecto a las órdenes de requisición de mercaderías, se conoce que:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Son debidamente autorizadas	2	9%
	Una copia es para quien lo emite	3	16%
	Otra para el almacenista	1	5%
	Una tercera es para contabilidad	1	6%
	Ninguna de las anteriores	13	64%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

GRÁFICO N° 5: Órdenes de Requisición



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Luego del análisis realizado, se concluye que el 64% de los encuestados no tiene conocimiento sobre las opciones relacionadas con las órdenes de requisición. El personal administrativo y empleados del comercial “Anita” no tienen conocimientos acerca de las órdenes de requisición que emite y recibe el comercial por lo tanto se debe preparar a los empleados con conocimientos del tema.

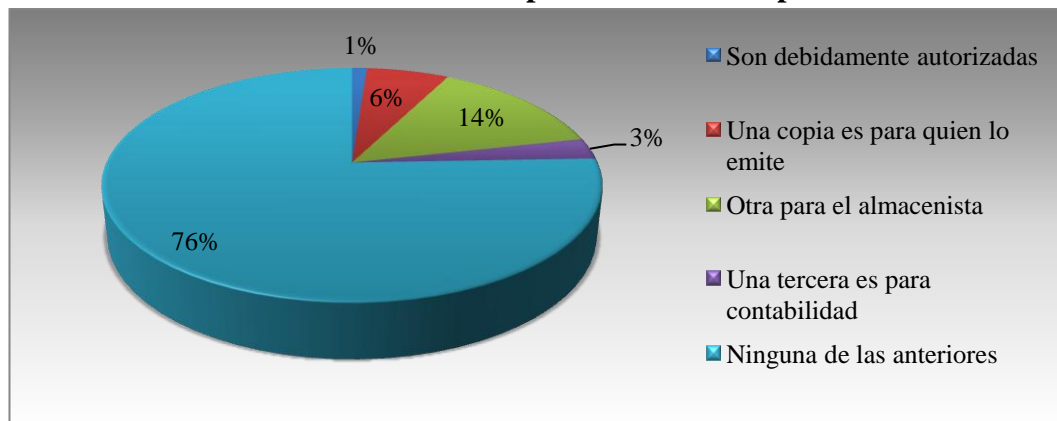
TABLA N° 6: Comprobantes de Recepción

Los comprobantes de recepción de mercadería son:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	Son debidamente autorizadas	0	1%
	Una copia es para quien lo emite	1	6%
	Otra es para el almacenista	3	14%
	Una tercera es para contabilidad	1	3%
	Ninguna de las anteriores	15	76%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

GRÁFICO N° 6: Comprobantes de Recepción



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Luego del análisis realizado, se concluye que el 76% de los encuestados no conoce sobre los comprobantes de recepción, por los datos expuestos tanto empleados como el personal administrativo del comercial “Anita” no se involucra en el manejo de los comprobantes de recepción emitidos.

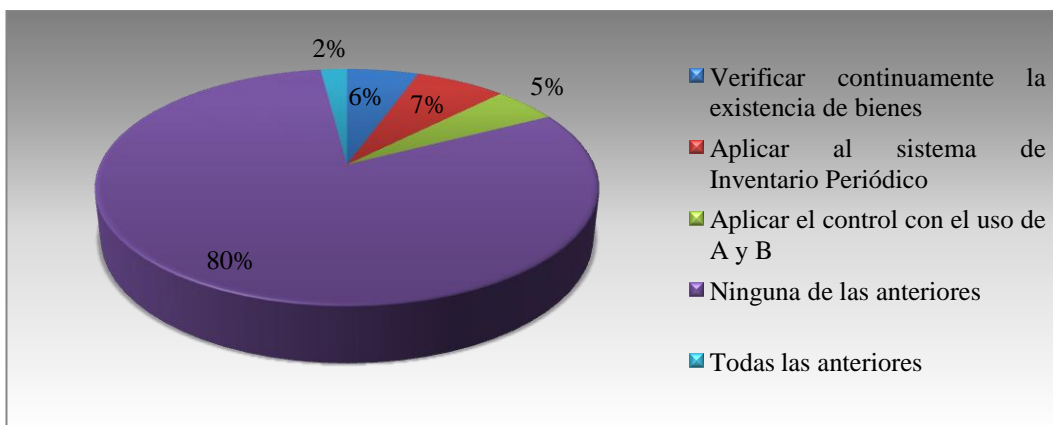
TABLA N° 7: Políticas Internas

Las políticas internas son:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7	Verificar continuamente la existencia de bienes	1	6%
	Aplicar al sistema de Inventario Periódico	1	7%
	Aplicar el control con el uso de A y B	1	5%
	Ninguna de las anteriores	16	80%
	Todas las anteriores	0	2%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

GRÁFICO N° 7: Políticas Internas



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

Luego del análisis realizado, se concluye que el 80% del personal encuestado no tiene conocimientos sobre las políticas internas del comercial “Anita”, por lo que se recomienda la creación de un manual de control interno basado en normas políticas y procedimientos que permita involucrar a los colaboradores hacia un mejor desempeño de sus funciones.

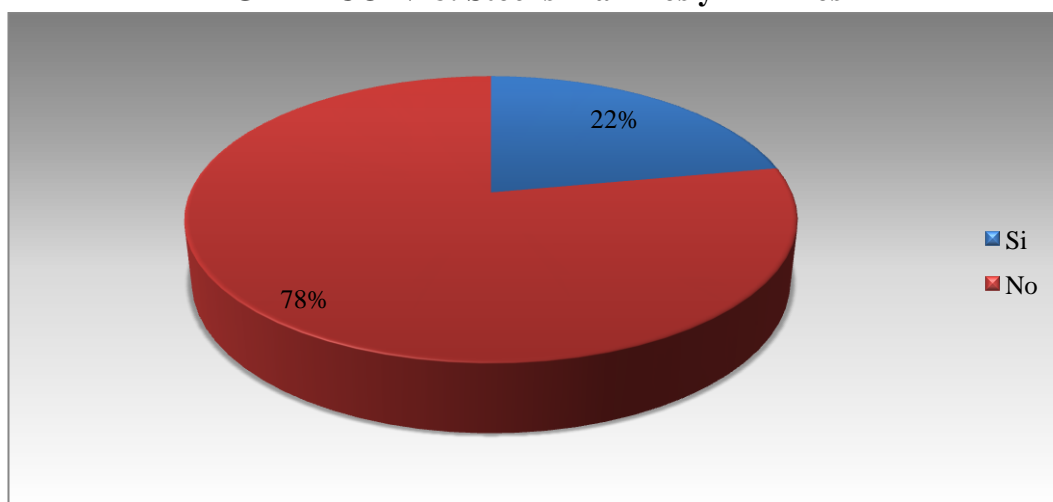
TABLA N° 8: Stocks Máximos y Mínimos

¿Aplica el comercial “ANITA” stocks máximos y mínimos?			
PREGUNTAS	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	Si	4	22%
	No	16	78%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

GRÁFICO N° 8: Stocks Máximos y Mínimos



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Luego del análisis realizado, se determina que el 78% de las personas encuestadas indican que el comercial “Anita” no aplica stocks máximos y mínimos. Con lo cual se concluye que no existe dentro de la empresa un control sobre la mercadería que se encuentra, lo cual lleva a un inventario con resultados no confiables para la empresa, se debe considerar realizar un control de la mercadería que se tiene en stock.

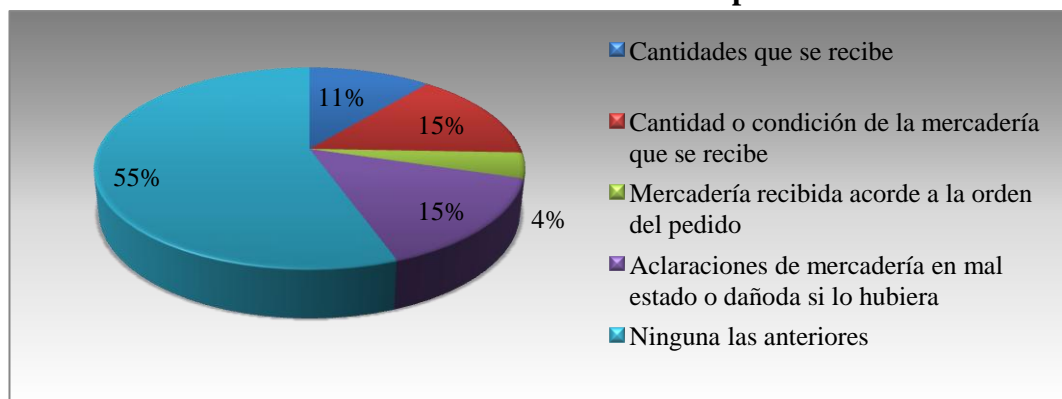
TABLA N° 9: Informe de Recepción

El informe de recepción contiene:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9	Cantidades que se recibe	2	11%
	Cantidad o condición de la mercadería que se recibe	3	15%
	Mercadería recibida acorde a la orden del pedido	1	4%
	Aclaraciones de mercadería en mal estado o dañada si lo hubiera	3	15%
	Ninguna las anteriores	11	55%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

GRÁFICO N° 9: Informe de Recepción



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

Luego del análisis realizado, se concluye que el 55% del total de encuestados menciona que ninguna de las alternativas contiene el informe de recepción, donde se puede determinar que existe un total desconocimiento sobre informes de recepción de mercadería.

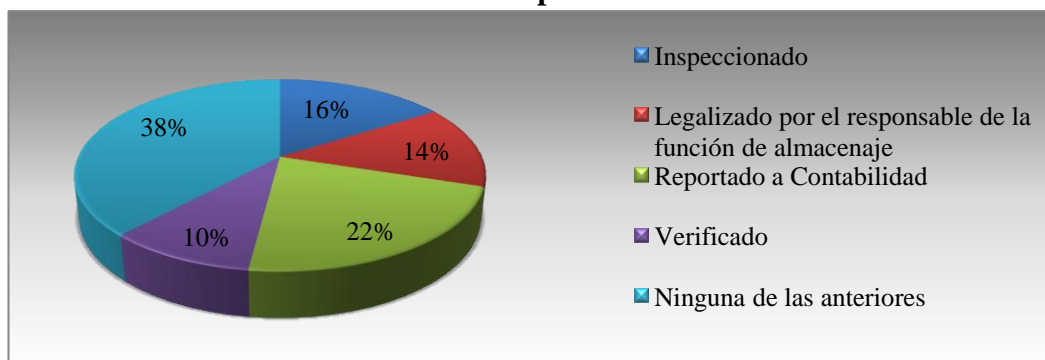
TABLA N° 10: Importe de Almacenado

El importe de lo almacenado en el año 2014 fue:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	Inspeccionado	3	16%
	Legalizado por el responsable de la función de almacenaje	3	14%
	Reportado a contabilidad	4	22%
	Verificado	2	10%
	Ninguna de las anteriores	8	38%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

GRÁFICO N° 10: Importe de Almacenado



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Luego del análisis realizado, se concluye que el 38% de las personas encuestadas desconoce sobre el importe de almacenado en el comercial “Anita” es recomendable gestionar capacitaciones para el personal involucrado.

TABLA N° 11: Costo de Venta

El costo de ventas es igual a:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
11	Inventario Inicial + Compras + Fletes - Inventario Final = Costo de Venta	4	22%
	Costo de mercadería + Mano de Obra + Maquilas - Gasto de Fabricación = Costo de Venta	3	16%
	Costo Fijo + Costo Variable + Costo de Producción = Costo de Venta	4	20%
	Todas las Anteriores	0	2%
	Ninguna de las anteriores	9	40%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

GRÁFICO N° 11: Costo de Venta



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

Luego del análisis realizado, se determina que el 40% de los encuestados desconoce cómo se calcula el costo de venta de la mercadería, sugiriendo capacitaciones para el personal administrativo y personas encargadas de dichas funciones.

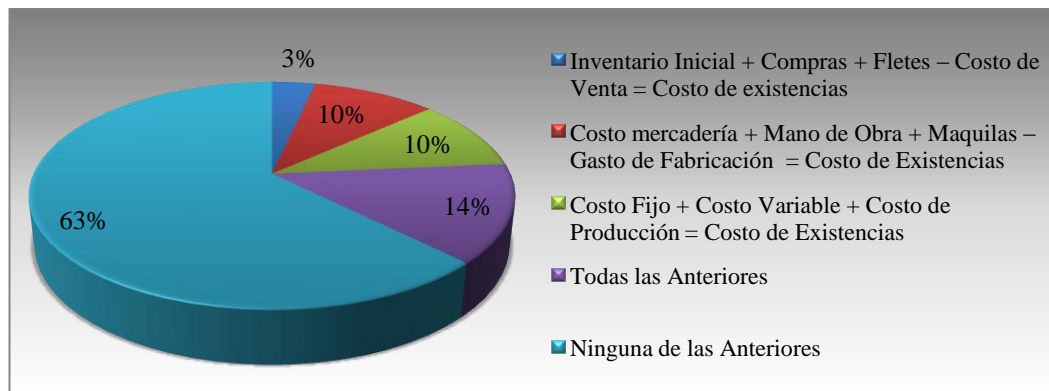
TABLA N° 12: Costo de las Existencias

El costo de las existencias fue igual a			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
12	Inventario Inicial + Compras + Fletes – Costo de Venta = Costo de existencias	1	3%
	Costo mercadería + Mano de Obra + Maquilas – Gasto de Fabricación = Costo de Existencias	2	10%
	Costo Fijo + Costo Variable + Costo de Producción = Costo de Existencias	2	10%
	Todas las anteriores	3	14%
	Ninguna de las anteriores	13	63%
	TOTAL		20

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

GRÁFICO N° 12: Costo de las Existencias



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

Luego del análisis realizado, se concluye que el 63% de las personas encuestadas expresan que ninguna de las alternativas equivale al costo de las existencias, determinando que no se involucran del tema en su gran mayoría.

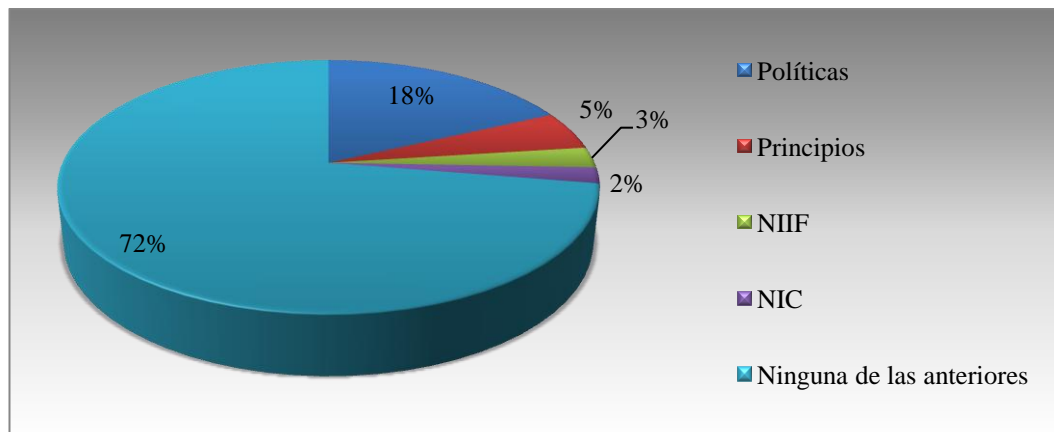
TABLA N° 13: Normas Contables

Las normas contables son:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
13	Políticas	4	18%
	Principios	1	5%
	NIFF	1	3%
	NIC	0	2%
	Ninguna de las anteriores	14	72%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

GRÁFICO N° 13: Normas Contables



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Luego del análisis realizado, se determina que el 72% de los encuestados responde que ninguna de las alternativas equivalen a las normas contables. Con estos resultados se concluye que las personas no tienen conocimientos de las normas contables, es recomendable fortalecer esos conocimientos.

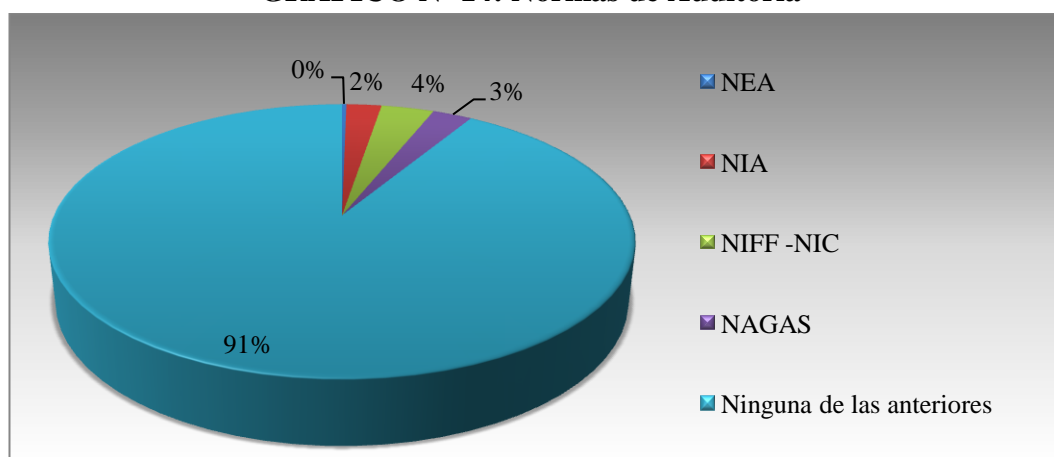
TABLA N° 14: Normas de Auditoría

Las normas de auditoría son:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
14	NEA	0	0%
	NIA	0	2%
	NIFF - NIC	1	4%
	NAGAS	1	3%
	Ninguna de las anteriores	18	91%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

GRÁFICO N° 14: Normas de Auditoría



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Luego del análisis realizado, se determina que el 91% del total de encuestados afirma que ninguna de las alternativas presentadas corresponden a normas de auditoría. Se concluye que existe un porcentaje elevado de personas que no tienen conocimientos sobre las normas de auditoría, es factible capacitar al personal.

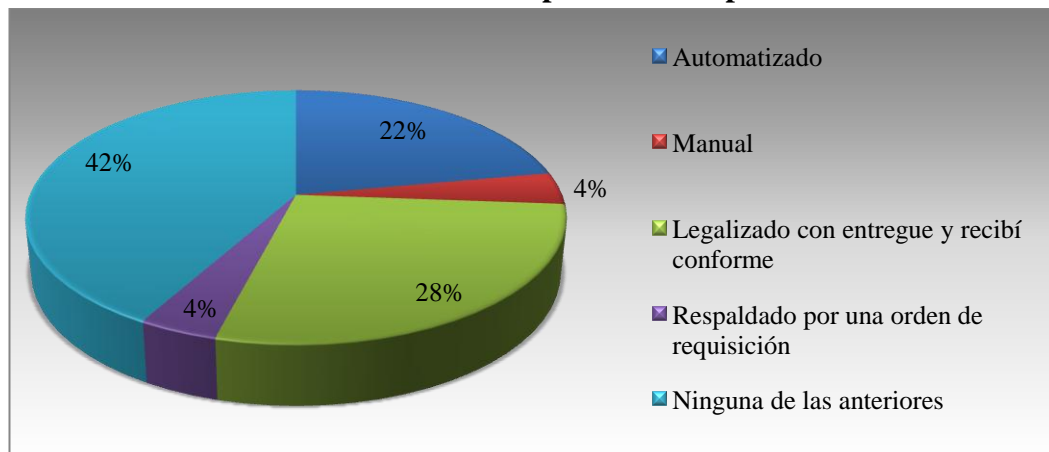
TABLA N° 15: Reportes de Despacho

El reporte de despacho del comercial “ANITA” es:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15	Automatizado	4	22%
	Manual	1	4%
	Legalizado con entregue y recibí conforme	6	28%
	Respaldado por una orden de requisición	1	4%
	Ninguna de las anteriores	8	42%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

GRÁFICO N° 15: Reportes de Despacho



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Luego del análisis realizado, se determina que el 42% de los encuestados no tiene conocimiento sobre los reportes de despacho. Se concluye que es necesario informar sobre los dichos reportes de las mercaderías para tener un control de las existencias en bodega.

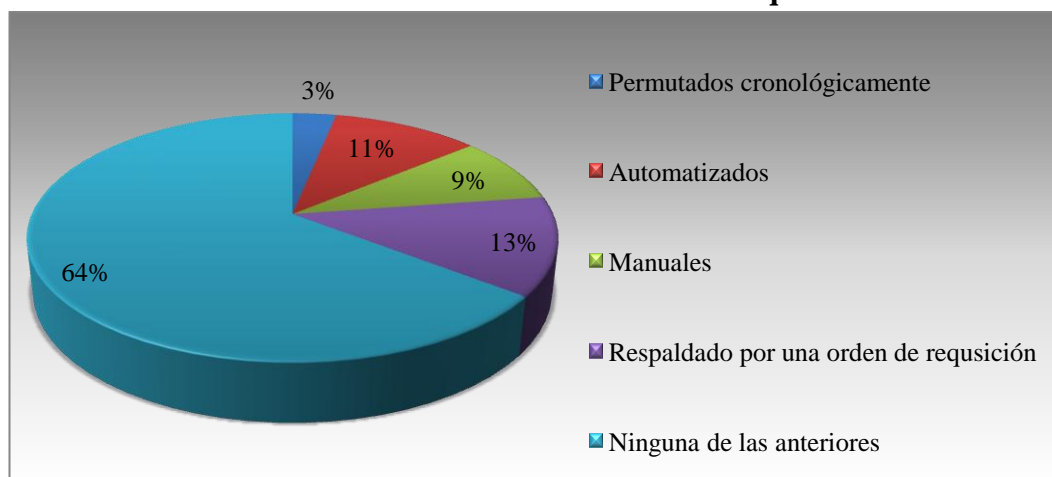
TABLA N° 16: Órdenes de Embarque

Las órdenes de embarque del comercial “ANITA” son:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16	Permutados cronológicamente	1	3%
	Automatizados	2	11%
	Manuales	2	9%
	Respaldado por una orden de requisición	3	13%
	Ninguna de las anteriores	13	64%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

GRÁFICO N° 16: Órdenes de Embarque



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Luego del análisis realizado, se concluye que el 64% de las personas encuestadas no posee el debido conocimiento sobre las órdenes de embarque, es necesario tener un personal capacitado en el comercial para que tome las decisiones convenientes para la empresa.

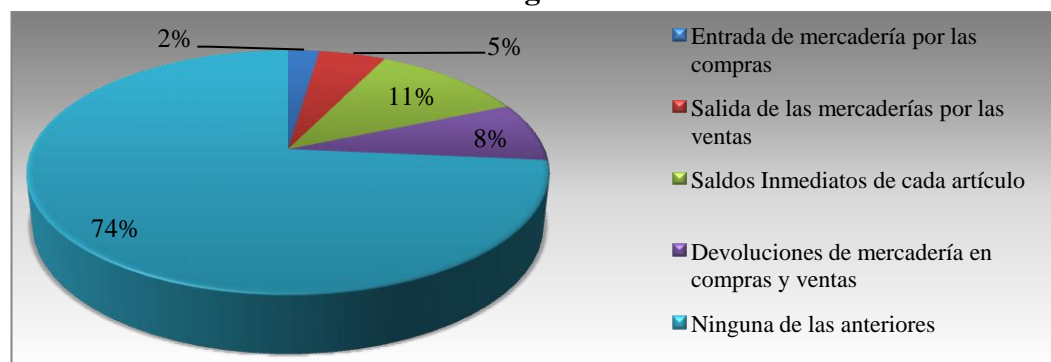
TABLA N° 17: Registros Automatizados

Los registros automatizados corresponden a:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
17	Entrada de mercadería por las compras	0	0%
	Salida de las mercaderías por las ventas	1	5%
	Saldos Inmediatos de cada artículo	2	11%
	Devoluciones de mercadería en compras y ventas	2	8%
	Ninguna de las anteriores	15	74%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

GRÁFICO N° 17: Registros Automatizados



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

Se determina que el 74% del total de encuestas contabilizadas afirma que ninguna de las alternativas corresponde a los registros automatizados. Se puede concluir que el personal administrativo no tiene conocimientos sobre los registros en bitácora, la mayoría no conoce su significado, por lo tanto es necesario capacitaciones al personal del comercial “Anita”.

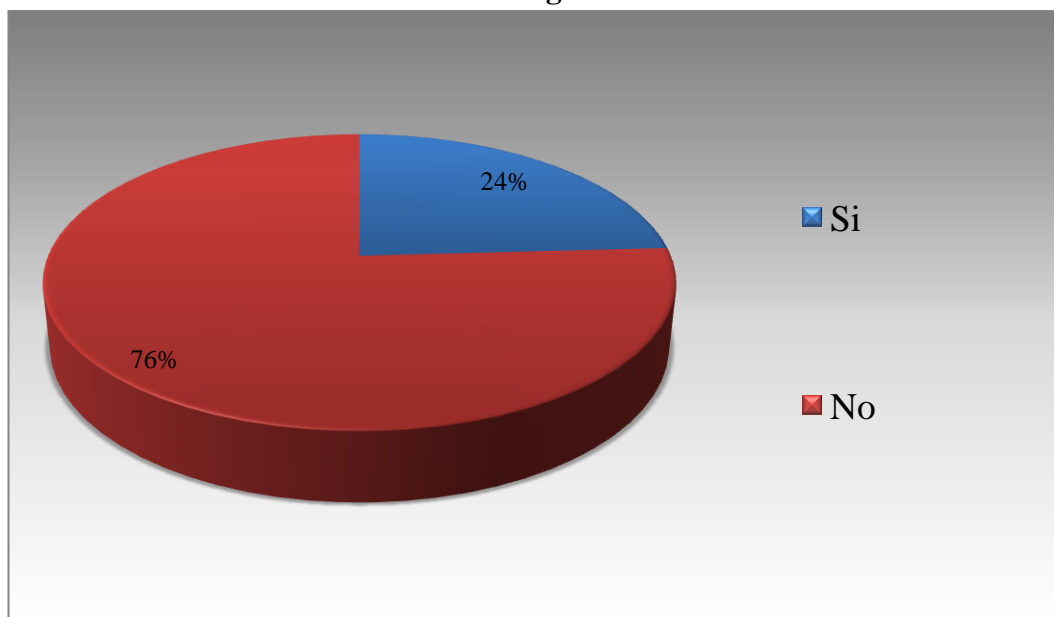
TABLA N° 18: Registros en Bitácora

¿Aplica el comercial “ANITA” registros de las mercaderías en bitácora?			
PREGUNTAS	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18	Si	5	24%
	No	15	76%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

GRÁFICO N° 18: Registros en Bitácora



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

Luego del análisis realizado, Se determina que el 76% de los encuestados no aplica los registros en bitácora. Se puede concluir que el personal administrativo del comercial “Anita” no sabe si la empresa tiene registros en bitácora, es recomendable realizar capacitaciones en temas de registros para beneficio del comercial.

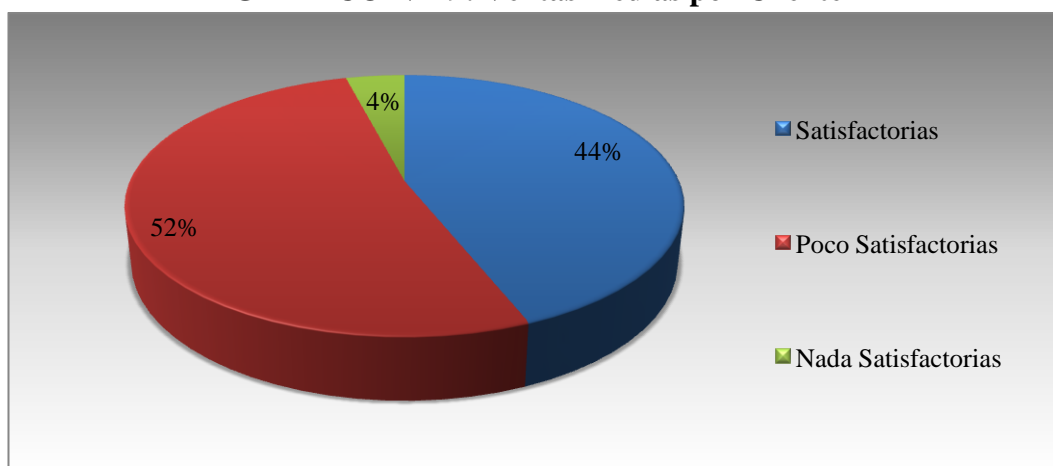
TABLA N° 19: Ventas medias por Cliente

Las ventas medias por cliente son:			
PREGUNTAS	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
19	Satisfactorias	9	44%
	Poco Satisfactorias	10	52%
	Nada satisfactorias	1	4%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

GRÁFICO N° 19: Ventas medias por Cliente



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Se determina que el 52% de los encuestados expresan que las ventas medidas por clientes son poco satisfactorias, se puede concluir que el personal administrativo y empleados del comercial “Anita” no están satisfechos con los resultados de las ventas medias por cliente, es prudente realizar controles que permitan mejorar el promedio de venta media por cliente.

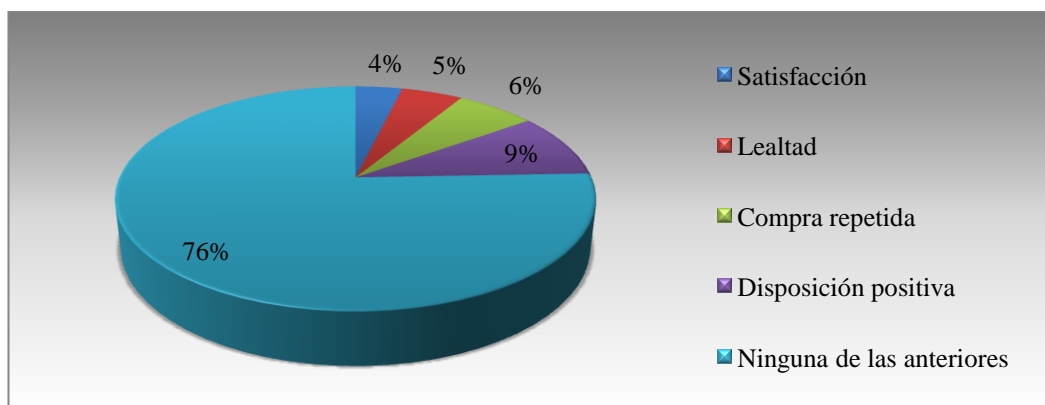
TABLA N° 20: Fidelidad del cliente

La fidelidad del cliente equivale a:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20	Satisfacción	1	4%
	Lealtad	1	5%
	Compra repetida	1	6%
	Disposición positiva	2	9%
	Ninguna de las anteriores	15	76%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

GRÁFICO N° 20: Fidelidad del cliente



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

Se concluye que el 76% de personas encuestadas no relaciona ninguna de las alternativas con la fidelidad del cliente. Con los resultados se determina que los clientes del comercial “Anita” no están satisfechos con la atención brindada, es necesario que se busquen alternativas para brindar una mejor atención al cliente.

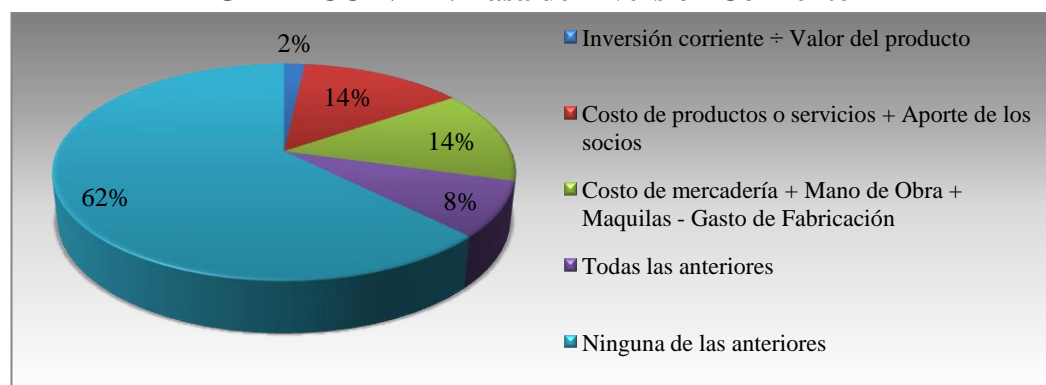
TABLA N° 21: Tasa de Inversión Corriente

La tasa de inversión corriente es igual a:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
21	Inversión corriente ÷ Valor del producto	0	2%
	Costo de productos o servicios + Aporte de los socios	3	14%
	Costo de mercadería + Mano de Obra + Maquilas - Gasto de Fabricación	3	14%
	Todas las anteriores	2	8%
	Ninguna de las anteriores	13	63%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

GRÁFICO N° 21: Tasa de Inversión Corriente



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

Se determina que el 62% de los encuestados no relacionan que alternativas corresponden a la tasa de inversión corriente por lo que se concluye que los empleados del comercial no conocen sobre la tasa de inversión corriente, es recomendable realizar capacitaciones a empleados del comercial.

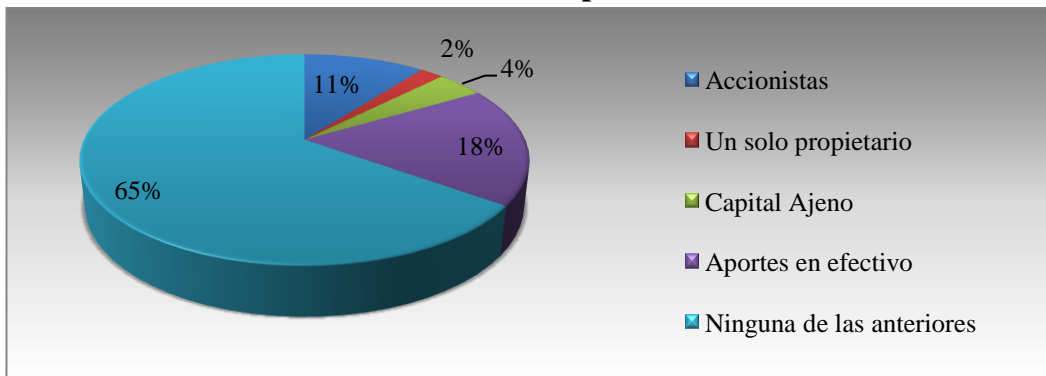
TABLA N° 22: Capital Invertido

El capital invertido proviene de :			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
22	Accionistas	2	11%
	Un solo propietario	0	2%
	Capital Ajeno	1	4%
	Aportes en efectivo	4	18%
	Ninguna de las anteriores	13	65%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

GRÁFICO N° 22: Capital Invertido



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Se concluye que el 65% del personal encuestado establece que ninguna de las alternativas hacen referencia al capital invertido. El comercial “Anita” tiene un solo dueño, con los resultados se puede concluir que los empleados de la empresa no conocen la procedencia del capital del lugar donde realizan sus labores diarias.

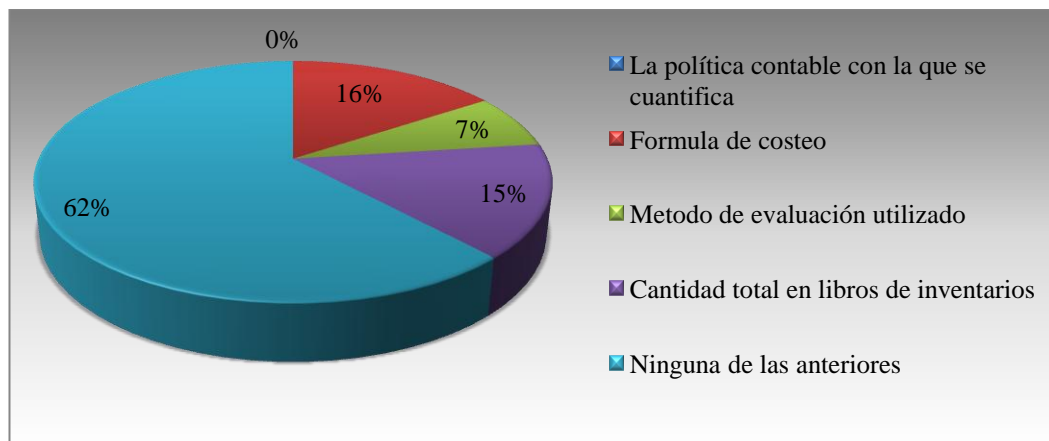
TABLA N° 23: Método de Valoración

El método de valoración se refiere a:			
PREGUNTA	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
23	La política contable con la que se cuantifica	0	0%
	Formula de costeo	3	16%
	Método de evaluación utilizado	1	7%
	Cantidad total en libros de inventarios	3	15%
	Ninguna de las anteriores	12	62%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

GRÁFICO N° 23: Método de Valoración



Fuente: Personal administrativo – contable de Comercial “Anita”

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

Se concluye que el 52% personal administrativo del Comercial “Anita” no conoce sobre el método de valoración, por eso es recomendable realizar capacitaciones para fortalecer los conocimientos en temas contables al personal involucrado.

3.2.Diagnóstico Inicial del Control Interno

El diagnóstico es la parte elemental que debe plantear el investigador porque es un recurso que traduce los hechos y circunstancias en información sistematizada, susceptible de cuantificarse y cualificarse.

También es una oportunidad para diseñar un marco global de análisis y concretar la información de la realidad de una empresa, es necesario establecer la naturaleza y magnitud de las necesidades, para identificar los factores más relevantes de su funcionamiento y sobre todo para servir como cauce a las acciones indispensables que permitan la resolución de problemas y atención eficaz.

Diagnosticar, permite realizar y establecer procedimientos que van a encaminar a la organización y permite identificar los peligros presentes que tiene el comercial “Anita”.

El presente trabajo tiene como propósito aplicar un manual de control interno de inventarios que permite el logro de una futura implementación. Se concluye evaluar en nivel de cumplimiento con respecto a los objetivos y reglas establecidas en las NIFF.

El contacto directo con todos los empleados que conforman comercial “Anita” y la observación directa a las actividades que se realizan a diario, además del análisis de los documentos de carácter general ayudaron a conocer las actividades que se realizan dentro de la empresa, lo cual permitió identificar las debilidades generadas por la ausencia de controles internos idóneos, se encontraron ciertas ineficiencias que no colaboran al progreso y bienestar del comercial.

- ❖ El comercial “Anita” no cuenta con un manual de control interno de inventarios, lo que da origen a que las existencias no coincidan en el registro.
- ❖ Desorden en el área de inventarios.
- ❖ No se realiza un adecuado y efectivo ingreso de los códigos de productos.
- ❖ La no confiabilidad de los reportes internos y externos.
- ❖ Ausencia de cumplimiento de políticas internas del comercial.
- ❖ Ausencia de una política de gestión de cobro a los clientes (cuentas por cobrar).

Luego de identificar las causas del inadecuado manejo de la empresa, conlleva a la aplicación necesaria de un Manual de Control Interno de Inventarios mediante el Modelo Coso diseñado para aplicarse y contribuir a la solución de las debilidades del comercial “Anita” de manera efectiva y eficiente, puesto que es reflejado con los componentes necesarios para el progreso de la empresa, a continuación, se procederá a estudiar y analizar el Sistema Actual de Control Interno al comercial “Anita” el cual permitirá conocer la firmeza del control interno, el cual es medido mediante porcentajes tanto en nivel de confianza como nivel de riesgo.

CUADRO N° 5: CUESTIONARIO MODELO COSO

SI	Equivale	1
NO	Equivale	0
P	Porcentajes	%
PC	Cumplimiento de porcentajes	%
	Nivel de Riesgo	
	Bajo_ Moderado_ Alto	
Nivel de Confianza	95% : 75 % : 50%	

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

3.3. DIAGNÓSTICO A TRAVÉS DE LA TÉCNICA DEL CUESTIONARIO

3.4. CUESTIONARIOS DE CONTROL INTERNO BASADO EN EL MODELO COSO

		CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO MODELO COSO I, COMERCIAL "ANITA"			PT- CCI- UE.01
AÑO 2015					
UNIDAD EMPRESARIAL					
ENTREVISTADO:	ELBA POZO POZO			GERENTE GENERAL	
ENTREVISTADOR:	MARJORIE VIDAL TIGRERO				
FECHA:	15 DE MAYO DEL 2015				
1	AMBIENTE DE CONTROL				
Se pretende evaluar el entorno que estimule las tareas del personal con respecto al control de sus actividades					
Nº	PREGUNTAS	SI = 1 NO = 0	P	CP	OBSERVACIONES
1.1	¿Cuenta la empresa con objetivos generales establecidos?	0	2%	0%	No tienen objetivos establecidos por escrito.
1.2	¿Existen controles adecuados para medir el desempeño y cumplimiento de los objetivos?	0	4%	0%	
1.3	¿El personal que labora en la empresa, tiene las habilidades y conocimientos necesarios para el correcto y eficiente desempeño de sus actividades?	1	4%	0%	
1.4	¿Existe en la empresa una estructura orgánica?	0	5%	0%	No tienen establecida la estructura orgánica
1.5	¿Existe en la empresa asignación de responsabilidades y delegaciones de autoridades para cumplir con los objetivos?	1	2%	2%	Pero no siempre con el cumplimiento de los objetivos
1.6	¿Tiene la empresa el número adecuado de personal y con la experiencia necesaria para llevar a cabo sus funciones?	1	2%	2%	No todos cuentan con el nivel de experiencia requerido.
1.7	¿La empresa tiene un manual de procedimientos?	0	3%	0%	
1.8	¿Las entrevistas aplicadas a los candidatos de	0	2%	0%	

	empleados es la adecuada?				
1.9	¿Existe un programa de capacitación que favorezca a la competencia laboral?	0	2%	0%	
1.10	¿Se evalúa el desempeño de los empleados?	0	2%	0%	
2	EVALUACIÓN DE RIESGOS				
Se pretende evaluar si el proceso ha definido sus objetivos y metas; y si se han considerado los riesgos que afectes el cumplimiento de éstas.					
2.1	¿Cuenta la empresa con un manual de procedimientos?	0	4%	0%	
2.2	¿La gerencia ha establecido objetivos globales?	0	2%	0%	
2.3	¿Los objetivos son comunicados a los empleados?	0	3%	0%	
2.4	¿Existen objetivos para el buen funcionamiento de cada área de trabajo?	0	3%	0%	Existen objetivos pero no están definidos por escrito
2.5	¿Los objetivos que se plantean en cada área de trabajo están vinculados con los objetivos generales de la empresa?	0	2%	0%	
2.6	¿La empresa está sujeta a cambios tecnológicos?	0	3%	0%	
2.7	¿Se toman acciones necesarias para evaluar la competencia?	0	2%	0%	
2.8	¿Cree usted que los controles existentes al momento serían de utilidad para una nueva administración?	1	3%	2%	
3	ACTIVIDADES DE CONTROL				
Se pretende evaluar si se han cumplido con las políticas y procedimientos establecidos para cumplir con los objetivos y funciones asignadas.					
3.1	¿La administración realiza estudios para evitar los riesgos de la empresa?	0	6%	6%	
3.2	¿Existe en la empresa determinación de funciones?	0	7%	0%	
3.3	¿Cuenta la empresa con indicadores de desempeño para para cada área de trabajo?	0	4%	0%	
3.4	¿Existe en el comercial una persona encargada de evaluar al personal?	0	6%	0%	
4	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN				
Se pretende evaluar si los sistemas de información y comunicación permiten generar información confiable para la toma de decisiones					

4.1	¿Existe un sistema adecuado que facilite la obtención de información interna y externa para la toma de decisiones?	0	4%	0%	
4.2	¿Se comunica a todo el personal de la empresa las actividades y responsabilidades que deben realizar?	1	5%	2%	
4.3	¿Existen canales de información adecuados para reportar quejas, sugerencias y demás información dentro del comercial?	0	3%	3%	
5	MONITOREO Y SUPERVISIÓN				
Se evalúa que el sistema de control interno continúe funcionando de forma eficiente					
5.1	¿Se controla y supervisa las actividades asignadas al personal encargado?	1	5%	5%	
5.2	¿Se realiza un monitoreo continuo de parte del administrador de la empresa?	1	4%	4%	
5.3	¿Se investiga, evalúa y corrige las deficiencias encontradas en el comercial?	1	3%	3%	
5.4	¿Se tiene conocimientos sobre los pagos que se realizan en el comercial?	1	3%	3%	
TOTAL			100%	35%	

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

CUADRO N° 6: RESULTADOS DEL CUESTIONARIO MODELO COSO

Nivel de Confianza	N°	RIESGO
76% - 95%	3	BAJO
51% - 71%	2	MODERADO
15% - 50%	1	ALTO

Nivel de confianza = 35%

Nivel de riesgo = ALTO

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

3.4.1. Resultados de la Evaluación Mediante el Modelo Coso I

A partir de los resultados obtenidos de la aplicación del Cuestionario de Control Interno, el comercial “Anita” muestra un nivel de confianza del 35% puesto que se presentan muchas debilidades y deficiencias que al ser evaluadas mediante el modelo Coso I dieron un nivel de riesgo inherente al 50% debido a que la empresa no ha normado por escrito los objetivos, por lo tanto no existen procedimientos de monitoreo y seguimiento de alcance, logro o cumplimiento de este factor administrativo. No dispone de una estrategia para llegar a los objetivos planteados por la empresa; además carece de supervisión y control sobre la ejecución de las actividades.

La comunicación no es eficaz entre el personal y gerencia del comercial, debido a que los empleados pasan la mayor parte del día en la labor de su trabajo diario.

3.5. Comprobación de Hipótesis

En el presente estudio se planteó la siguiente hipótesis: **“La administración de los inventarios de mercaderías incidió en la razonabilidad financiera del Comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena”**. Para su comprobación se empleó la técnica estadística denominada Chi Cuadrada.

La técnica utilizada para el estudio fue útil porque permitió obtener datos confiables, la misma que orientó al conocimiento de que la administración de los inventarios de mercaderías incidió en la razonabilidad financiera del Comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena. En la investigación se analizaron las dos variables y se las correlacionaron entre sí.

La variable “Administración de Inventario de Mercaderías” presentó doce indicadores, siendo los siguientes:

- 1) Precio de compras
- 2) Precio de ventas
- 3) Ingreso de códigos
- 4) Ingreso de cantidad
- 5) Órdenes de requisición
- 6) Comprobantes de recepción
- 7) Políticas internas
- 8) Stock máximos y mínimos
- 9) Informe de recepción
- 10) Importe de lo almacenado
- 11) Costo de venta
- 12) Costo de existencia

Esta variable fue evaluada y medida para determinar su incidencia en la razonabilidad financiera del Comercial “Anita” y en función de resultados viabilizar el diseño y elaboración de un manual de control interno de inventarios.

Referente a la otra variable “Razonabilidad Financiera”, se midieron once indicadores, los cuales fueron:

- 1) Confiabilidad contable
- 2) Confiabilidad de auditoría
- 3) Reportes de despacho
- 4) Órdenes de embarque
- 5) Registros automatizados

- 6) Registros en bitácoras
- 7) Ventas medias por clientes
- 8) Fidelidad de los clientes
- 9) Tasa de interés corriente
- 10) Capital invertido
- 11) Revelación del método de valoración

Los indicadores que anteceden corresponden a las dimensiones de la variable dependiente y evidencian el efecto causado por la variable independiente.

CUADRO N° 7: VARIABLE INDEPENDIENTE

INDICADOR	SATISFACTORIO	NO SATISFACTORIO	TOTAL
Precio de compra	286	58	344
Precio de venta	312	32	344
Ingreso de códigos	325	19	344
Ingreso de cantidad	321	23	344
Órdenes de requisición	220	124	344
Comprobantes de recepción	260	84	344
Políticas internas	277	67	344
Stock máximos y mínimos	268	76	344
Informes de recepción	191	153	344
Importe almacenado	131	213	344
Costo de venta	268	76	344
Costo de las existencias	332	12	344
PROMEDIO	3,191/12= 266	937/12=78	4,128/12=344

Fuente: Entrevistas colaboradores

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

CUADRO N° 8: VARIABLE DEPENDIENTE

INDICADOR	SATISFACTORIO	NO SATISFACTORIO	TOTAL
Confiabilidad contable	249	95	344
Confiabilidad de auditoría	314	30	344
Reportes de despacho	144	200	344
Órdenes de embarque	222	122	344
Registros automatizados	253	91	344
Registros en bitácora	261	83	344
Ventas medias por cliente	179	165	344
Fidelidad del cliente	260	84	344
Tasa de inversión corriente	215	129	344
Capital invertido	224	120	344
Método de valoración	213	131	344
PROMEDIO	2,534/11=230	1,250/11 = 114	3,784/11=344

Fuente: Entrevistas colaboradores

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

CUADRO N° 9: RESUMEN DE LOS PROMEDIOS OBTENIDOS EN LAS VARIABLES INDEPENDIENTE Y DEPENDIENTE

VARIABLE	SATISFACTORIO	NO SATISFACTORIO	TOTAL
V. I: Administración de inventario de mercaderías	266	78	344
V.D: Razonabilidad financiera	230	114	344
TOTAL PROMEDIO	248	96	688

Fuente: Entrevistas colaboradores

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

En la variable independiente la frecuencia absoluta esperada (nie) fue de 248 para la celda 1 y para la celda 2, 96.

En la variable dependiente; la frecuencia absoluta esperada (nie) fue de 248 para la celda 1 y para la celda 2, 96.

Como se muestra en la tabla de frecuencias absolutas observadas y la de Resumen de Promedios, respecto a los indicadores de las dimensiones de las variable independiente, 266 personas encuestadas e integradas por: 18 empleados, 24 proveedores y 224 clientes de Comercial “Anita”, indican que la administración carece de factores y elementos de manejo de inventarios, entre ellos: políticas, precio de venta, ingreso de cantidad, órdenes de requisición y otros; las respuestas de 78 personas consultadas, entre los que se encuentran 4 empleados, 7 proveedores y 67 clientes del referido Comercial, demuestran que si conocen el manejo de existencias, por lo que estos no se identifican con la elaboración de un manual de control interno de inventarios de mercadería.

Analizando los resultados de la variable dependiente se tiene que 230 personas integradas por los mismos componentes de la variable independiente indican que la no aplicación de estos factores incidió negativamente en la razonabilidad financiera del comercial “Anita”; 114 empleados se sienten satisfechos con el actual manejo de inventarios del Comercial “Anita”.

Por lo tanto se concluye que la administración de inventario de mercaderías de esta organización carece de controles internos adecuados, evidenciándose la necesidad urgente de un instrumento guía como un manual de control interno de inventarios.

Para calcular el Tniof (total de las frecuencias absolutas observadas en la fila) y el Tnioc (total de las frecuencias absolutas observadas en la columna), se realiza el siguiente procedimiento:

CUADRO N° 10: DETERMINACIÓN DE Tniof y Tnioc

VARIABLE	SATISFACTORIO		NO SATISFACTORIO		Tniof
VI	nio= 266	nie= 248	nio= 78	nie= 96	344
VD	nio= 230	nie= 248	nio= 114	nie= 96	344
Tnioc		496		192	688

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

Dónde:

nio= frecuencia absoluta observada

nie= frecuencia absoluta esperada.

Tniof= total de las frecuencias absolutas observadas en la fila.

Tnioc= total de las frecuencias absolutas observadas en la columna.

n= tamaño muestral.

En el cuadro se refleja que el total de las frecuencias absolutas observadas en la fila es de 688 y corresponden al mismo número del total de las frecuencias absolutas observadas en la columna.

Una vez determinado el total promedio de las variables a través del cuadro Resumen Promedio y presentadas en el cuadro denominado Determinación de Tniof y Tnioc, a continuación se presenta las frecuencias absolutas esperadas identificadas como nie:

nie = VI1 248
 VI2 96
 VD1 248
 VD2 96

Una vez identificadas las nie se procede a calcular la chi cuadrada de cada una de las columnas de las variables: independiente, “Administración de Inventario de Mercaderías” y dependiente “Razonabilidad Financiera”

$$VI 1 = X^2 = \frac{(nio - nie)^2}{nie}$$

$$X^2 = \frac{(266 - 248)^2}{248}$$

$$X^2 = \frac{324}{248} = 1.30$$

$$VI 2 = X^2 = \frac{(nio - nie)^2}{nie}$$

$$X^2 = \frac{(78 - 96)^2}{96}$$

$$X^2 = \frac{324}{96} = 3.38$$

$$VD 1 = X^2 = \frac{(nio - nie)^2}{nie}$$

$$X^2 = \frac{(230 - 248)^2}{248}$$

$$X^2 = \frac{324}{248} = 1.30$$

$$VD 2 = X^2 = \frac{(nio - nie)^2}{nie}$$

$$X^2 = \frac{(114 - 96)^2}{96}$$

$$X^2 = \frac{324}{96} = 3.38$$

$$X^2 = 1,30 + 3.38 + 1.30 + 3.38$$

$$X^2 = 9.36$$

El valor de la chi cuadrada que es 9.36 el cual se compara con su valor teórico, a un nivel de confianza de 95%, procedimiento que requiere el cálculo del grado de libertad para cuadros 2 x 2 al 95% de confianza mediante la siguiente fórmula:

$$gl = (f-1) (c-1)$$

Donde

gl= grados de libertad

f= filas

c= columnas del cuadro

Entonces:

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

$$X^2 = 1$$

$$gl = (f-1) (c-1)$$

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

$$gl = (1) (1) = gl = 1 = 3.841$$

3.5.1. Informe sobre la Comprobación de la Hipótesis

La chi cuadrada calculada es 9.36, superior a la chi teórica $gl = 1 =$ al 95% = 3.841, por lo que se acepta la hipótesis de trabajo, es decir que la administración de los inventarios de mercaderías incidió en la razonabilidad financiera del Comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, en el periodo de análisis 2015.

3.6.CONCLUSIONES

El Comercial “Anita” presenta la siguiente situación en la administración del inventario de mercaderías:

- No tiene normada su estructura orgánica funcional, información recopilada a través de la aplicación de un cuestionario de evaluación según el modelo “COSO”.
- El manejo de las operaciones carece de lineamientos que conduzcan al logro de resultados eficientes y eficaces, datos obtenidos a través de la técnica de investigación descriptiva, denominada “encuesta”
- La administración de las operaciones, reportes e informes relacionados con el manejo del inventario de mercaderías, no cuenta con objetivos, políticas y procedimientos contables de control, factores de gran importancia para la producción de información financiera confiable y precisa.
- La administración contable y financiera inobserva las normas y regulaciones vigentes, por lo tanto la producción de información carece de razonabilidad, veracidad y exactitud.
- Por lo anteriormente expuesto se concluye en la necesidad de establecer controles internos que garanticen la administración del inventario de mercaderías y por ende la razonabilidad de la información financiera.

3.7.RECOMENDACIONES

A la Gerencia y al Contador del Comercial “Anita”: Deben:

- Formalizar la organización de las actividades empresariales mediante una estructura orgánica funcional por niveles, instrumento que facilita de asignación de funciones y responsabilidades al personal, evitando la duplicidad de tareas.
- Gestionar el alcance de la eficiencia y eficacia de las operaciones económicas y financieras del Comercial Anita, mediante la aplicación de la estructura del modelo “COSO I y II”.
- Lograr la confiabilidad y precisión de la información financiera y operacional, fijando objetivos, políticas y procedimientos contables de control, supervisando además su alcance, cumplimiento y ejecución, respectivamente.
- Producir información razonable, veraz y exacta mediante el cumplimiento de las normas y regulaciones contables, las cuales son útiles para la correcta toma de decisiones por parte de la gerencia.
- Garantizar la razonabilidad de la información financiera a través de una metodología que fortalezca el control interno contable, garantizando a la vez el posicionamiento en el mercado del Comercial Anita.

CAPÍTULO IV

4. MANUAL DE CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS PARA COMERCIAL “ANITA”, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015

4.1. PRESENTACIÓN

El Comercial Anita ubicada en el cantón La Libertad provincia de Santa Elena, dedicada a la actividad comercial, específicamente a la venta directa de productos de consumo masivo, al por mayor y menor, busca consolidarse como una empresa comercial reconocida en la provincia de Santa Elena, para lograrlo debe plantearse objetivos y cumplirlos, buscando siempre su desarrollo y progreso. En la actualidad el comercial “Anita”, no cuenta con una herramienta de consulta que oriente el adecuado manejo de inventarios estando expuesto a una mayor probabilidad de riesgo.

Esta idea se ajusta al Modelo de Control COSO debido a que consta de sus 5 componentes que son Ambiente de Control, Evaluación de riesgos, Actividades de Control, Información y Comunicación, Monitoreo, permitirá que el comercial oriente sus actividades hacia el alcance de sus objetivos. Actualmente el comercial “Anita” realiza sus operaciones de forma empírica sin directrices y lineamientos científicos sobre administración, por lo que los resultados son limitados, las conclusiones de la investigación viabilizan la formulación de políticas y procedimientos de control de inventarios que conduzcan a la razonabilidad de la información financiera, razón por la que se propone un manual de control interno de inventarios, basado en el modelo Coso II, en el cual se incluyen nuevas políticas, estrategias y procedimientos para el Comercial “Anita, con los cuales fortalecerá su administración y desarrollo empresarial.

4.2.DATOS INFORMATIVOS

Nombre de la Empresa:

Comercial “ANITA”

Propietario/a:

Sra. Elba Elizabeth Pozo Pozo.

Número de empleados:

17 empleados, 1 gerente, 1 administrador y 1 contador.

Personal Administrativo:

Gerente:

Administrador:

Contador: Lcdo. Xavier Eduardo Suárez Reyes

4.3.Objetivo General

Fortalecer la administración de los inventarios de mercaderías, mediante controles internos fundamentados en la metodología COSO I y II que garantizan la razonabilidad de la información financiera del comercial “Anita”, cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

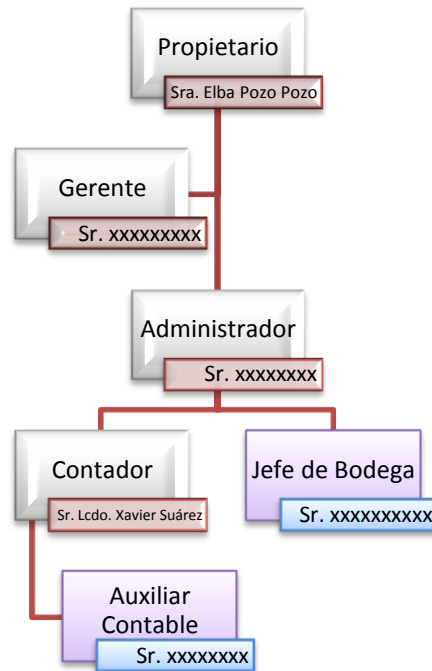
4.4.Objetivos Específicos

- Direccionar la protección de los recursos del comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, mediante una estructura orgánica funcional.
- Orientar el alcance de la eficiencia y eficacia de las operaciones de Comercial “Anita” mediante la aplicación de la estructura del modelo de control “Coso I y II”.
- Propiciar el logro de la confiabilidad y precisión de la información financiera y operacional del Comercial “Anita” mediante objetivos, políticas y procedimientos de control interno.

- Generar la producción de información razonable, veraz y exacta de Comercial “Anita” mediante el cumplimiento de las normas y regulaciones contables.

4.5. ESTRUCTURA ORGÁNICA DEL COMERCIAL “ANITA

GRÁFICO N° 24: ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



Fuente: Proceso de Investigación
Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

El comercial “Anita” ubicado en el Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, tiene un solo propietario, su estructura orgánica se encuentra dirigida por un Gerente General, un Administrador y un Contador, no tiene otros departamentos administrativos, es por eso que el diseño de un manual de control interno, aporta con el cambio en la estructura orgánica de la empresa para beneficio y progreso de la empresa y de esta forma conseguir los objetivos y metas planteadas.

El personal administrativo del comercial “Anita” no tiene funciones establecidas, las actividades que realizan en beneficio de la empresa se las realiza empíricamente y por la experiencia que tiene el personal de la empresa en el manejo y control de sus actividades.

4.5.1. Valores

Respeto: Es el valor más importante en todas las actividades que realizamos, es instruido desde el hogar, y pulido en las instituciones de formación académica, es fundamental en la empresa para realizar las actividades diarias con una mayor eficiencia.

Responsabilidad: En la empresa es necesario que todos los integrantes realicen un compromiso de responsabilidad para lograr la estabilidad y buenas condiciones laborales. Para los clientes, la empresa se compromete a entregar bienes y servicios de calidad con el fin que el nombre del comercial “Anita” tenga una reputación importante en el mercado laboral.


Honestidad: Es importante y necesaria la honestidad en el comercial puesto que se designa responsabilidades importantes a los empleados, es por eso que el perfil de cada candidato a empleado debe incluir que sea una persona honesta en todas sus acciones.

Trabajo en equipo: En éste ámbito se logra la integración de cada uno de integrantes del comercial “Anita” al grupo laboral, para que sean promovidos mejores resultados gracias a un ambiente positivo, para ello es elemental la participación de los distintos miembros de la empresa en diversos ámbitos.

Comunicación: La comunicación en el comercial “Anita” debe ser eficaz el mensaje se dirige hacia dentro de los empleados de la misma, es decir, se debe realizar de forma directa para los integrantes del comercial. Tiene como objetivo informar sucesos, reportar ocurrencias, coordinar actividades, organizar tareas, controlar, motivar, liderar, etc.


Puntualidad: La puntualidad debe ser impartida desde el personal administrativo del comercial hacia los empleados, para que éstos acostumbren a cumplir a cabalidad con los horarios de trabajos establecidos previamente en el contrato.

4.6. Descripción de funciones

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO.		
	Nivel:	Administrativo
	Cargo:	Gerente General
	Reporta a:	Propietario
Finalidad del Puesto:		
<ul style="list-style-type: none"> Liderar la gestión estratégica y administrativa del comercial “Anita”, dirigiendo, orientando y coordinando a las distintas áreas para asegurar la rentabilidad, competitividad, continuidad y sustentabilidad del comercial, cumpliendo con los lineamientos estratégicos de la institución y las normativas y reglamentos vigentes. 		
Principales Funciones:		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar estratégicamente las actividades del comercial “Anita” ✓ Liderar el funcionamiento del comercial “Anita”, como máxima autoridad y representante legal de la empresa, en el marco de las directrices y acuerdos emanados por el comercial y en cumplimiento de la normativa legal vigente. ✓ Planificar programas, proyectos y presupuestos del comercial “Anita”. ✓ Planificar, elaborar y ejecutar el Plan Estratégico de la empresa. ✓ Orientar las medidas para ser efectiva la continuidad del funcionamiento de la empresa, especialmente en los casos de crisis u otras circunstancias similares. ✓ Dirigir, controlar la gestión de los recursos asignados a su cargo y evaluar su adecuada utilización para proveer su cartera de servicios, mediante el Plan Operativo Anual. ✓ Suscribir los actos administrativos en el ámbito de su jurisdicción, con estricto apego a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes. ✓ Gestionar y aprobar las propuestas de los distintos planes de la empresa que garantice su óptimo funcionamiento, definan y ejecuten las estrategias y políticas que implica su desarrollo. ✓ Manejo Organizacional en los campos administrativos, financieros y gestión de personal, administrando el funcionamiento integral y adecuado del comercial “Anita” 		
Naturaleza del Puesto		
<ul style="list-style-type: none"> El Gerente General del comercial “Anita” será el representante legal de la empresa y tendrá a su cargo la dirección y la administración de los negocios con clientes y proveedores, deberá velar por el cumplimiento de todas las normas internas de la empresa para lograr los objetivos y metas establecidas. 		
Perfil de conocimiento y Experiencia		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poseer conocimientos de planificación estratégica. ➤ Conocer sobre planificación operativa de empresas comerciales. ➤ Conocer sobre Gestión de Recursos Humanos. ➤ Manejar herramientas informáticas; Word, Excel, PowerPoint. 		


Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO.		
	Nivel:	Administrativo
	Cargo:	Administrador
	Reporta a:	Gerente
Finalidad del Puesto:		
<ul style="list-style-type: none"> • Planear, Organizar, Dirigir y Controlar los programas, estrategias y acciones a desarrollar para el óptimo aprovechamiento de los recursos con que cuenta para el funcionamiento de las áreas que integran el comercial “Anita” 		
Principales Funciones:		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Supervisar las operaciones del comercial “Anita”, para que de esta forma se cumplan los procedimientos. ✓ Coordinar la implementación de procesos corporativos del área de acuerdo a lineamientos establecidos en el comercial “Anita”. ✓ Controlar los inventarios que se realizan en los almacenes. ✓ Supervisar y controlar al personal del comercial “Anita”. ✓ Mantener el control y cumplimiento del presupuesto de ventas en el comercial “Anita” ✓ Supervisar y controlar el stock del comercial “Anita”. ✓ Evaluar y proponer alternativas de inversión en beneficio de la empresa. ✓ Coordinar la recopilación de información para elaborar el presupuesto anual de egresos e ingresos del comercial “Anita”. 		
Naturaleza del Puesto		
<ul style="list-style-type: none"> • El administrador debe identificarse con el comercial “Anita”, manejar la dirección de personas, impacto e influencia y sobre todo liderazgo. 		
Perfil de conocimiento y Experiencia		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Universidad Completa en: Administración de Empresas, Finanzas, Contabilidad, Auditoria, CPA o afines. ➤ Debe tener experiencia mínima de 2 años en Administración de Empresas y Generando Proyectos. ➤ El administrador del comercial “Anita” debe tener conocimientos sobre las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) ➤ Indispensable conocimiento sobre elaboración y ejecución de proyectos. 		


Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO.		
	Nivel:	Administrativo
	Cargo:	Contador
	Reporta a:	Gerente
Finalidad del Puesto:		
<ul style="list-style-type: none"> • El contador general del comercial “Anita” debe coordinar, registrar y aplicar los recursos financieros, analizar la información contenida en los documentos contables, verificando su exactitud con el fin de garantizar los estados financieros y velar por la consolidación financiera de la empresa. 		
Principales Funciones:		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar la ejecución de políticas relacionadas con el área contable, asegurándose que se cumplan los principios de contabilidad y las normas internacionales, al igual que las políticas internas del comercial “Anita” y las normas estatales vigentes. ✓ Planificar y regular todas las funciones relacionadas con el área contable, con el fin de obtener la consolidación de los estados Financieros y el cumplimiento de las obligaciones tributarias. ✓ Cuidar el resguardo y mantenimiento de la confidencialidad de la información suministrada por el comercial “Anita” y por los clientes. ✓ Autorizar los pagos de servicios públicos y nómina para que los ejecute el asistente contable de la empresa. 		
Naturaleza del Puesto		
<ul style="list-style-type: none"> • El cargo de contador general mantiene relaciones ocasionales con entidades bancarias, a fin de ejecutar y controlar lo relativo al área, exigiéndose para ello una buena habilidad para obtener cooperación, adicional a esto, el contador general se ubica en una posición administrativa de alta responsabilidad y relevancia en el área de finanzas, para la correcta toma de decisiones en el comercial “Anita”. 		
Perfil de conocimiento y Experiencia		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tener título universitario a nivel de licenciatura en Contabilidad y Auditoría, Administración de empresas o carreras afines. ➤ Conocimiento en contabilidad de costos, tributación , legislación laboral y NIIF’s ➤ Indispensable conocimiento y experiencia en labores de auditoría, legislación, sistema bancario y gestión contable administrativa general. ➤ Conocimientos avanzados en sistemas operativos y manejo de herramientas informáticas; Word, Excel, PowerPoint. 		


Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO.		
	Nivel:	Administrativo
	Cargo:	Auxiliar Contable
	Reporta a:	Contador
Finalidad del Puesto:		
<ul style="list-style-type: none"> • El auxiliar contable de comercial “Anita” debe realizar asientos de las diferentes cuentas, revisando, clasificando y registrando documentos emitidos y recibidos en la empresa, con la finalidad de mantener actualizados los movimientos que se realizan, además debe apoyar al contador general en las tareas de contabilidad, tesorería, auditoría interna y análisis financiero de la empresa. 		
Principales Funciones:		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mantener los registros financieros del comercial “Anita”. ✓ Organizar el archivo secuencial de facturas, retenciones y otros documentos contables. ✓ Hacer las conciliaciones bancarias de las cuentas más relevantes, revisar y ajustar las partidas pendientes en dichas conciliaciones. ✓ Llevar un registro de los créditos pagados o adeudados al comercial “Anita” ✓ Mantener al día los registros de los pagos efectuados a los empleados como concepto de sueldos y salarios. ✓ Revisar kardex documentario y registrar los números del sistema en las facturas de proveedores. ✓ Atender requerimientos de los clientes internos en la búsqueda y entrega de documentos contables. 		
Naturaleza del Puesto		
<ul style="list-style-type: none"> • El asistente contable del comercial “Anita” debe tener capacidad de liderazgo, de iniciativa y alta responsabilidad para el desempeño del cargo, así como capacidad de comunicación, criterio y sentido común para realizar las transacciones contables que incidirán en el mejoramiento de la administración financiera del comercial. 		
Perfil de conocimiento y Experiencia		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Primeros niveles de Contabilidad y Auditoría, Finanzas o carreras afines. ➤ El auxiliar contable debe tener experiencia mínima de 1 año en funciones similares para postular como aspirante al cargo en el comercial “Anita”. ➤ Conocimientos avanzados en sistemas operativos y manejo de herramientas informáticas; Word, Excel, PowerPoint. 		

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO.		
	Nivel:	Administrativo
	Cargo:	Jefe de Bodega
	Reporta a:	Gerente
Finalidad del Puesto:		
<ul style="list-style-type: none"> • El jefe de bodega del comercial “Anita es el encargado de registrar, administrar, controlar y resguardar las mercancías de la empresa. Es responsable directo de los bienes del comercial, mientras se encuentre en la bodega del Almacén y de la actualización de los registros de los bienes que se encuentran en uso. 		
Principales Funciones:		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Operar las adiciones y bajas en libros de inventarios (incluyendo los auxiliares), para que se registren los ingresos y egresos del inventario total. ✓ Realizar periódicamente inventario físico de los productos que se encuentran en stock en el comercial “Anita”. ✓ Realizar el trámite necesario para el traslado de mercancías del comercial “Anita”, La Libertad a las otras sucursales en la provincia de Santa Elena. ✓ Mantener actualizados los controles utilizados en el desempeño de sus labores y bajo su responsabilidad. ✓ Llevar el control y administración de las bodegas del comercial “Anita”. ✓ Realizar las actividades que le sean asignadas de acuerdo a sus funciones dentro del comercial “Anita”. 		
Naturaleza del Puesto		
<ul style="list-style-type: none"> • El jefe de bodega del comercial “Anita” será responsable de dirigir y controlar el funcionamiento operativo de la bodega de la empresa, poniendo en práctica: políticas, procedimientos y mecanismos de control para su efectivo funcionamiento. 		
Perfil de conocimiento y Experiencia		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tener título universitario a nivel de licenciatura en Contabilidad y Auditoría, Administración de empresas o carreras afines. ➤ El jefe de bodega del comercial “Anita” debe tener dos años de experiencia en tareas afines al puesto. ➤ Conocimientos avanzados en sistemas operativos y manejo de herramientas informáticas; Word, Excel, PowerPoint. 		

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

4.7.CONTROL INTERNO “COSO”

4.8.ANTECEDENTES DEL COMMITTEE OF SPONSORING ORGANIZATION OF THE TREADWAY COMMISSION (COSO)

Debido al mundo económico integrado que existe hoy en día se ha creado la necesidad de integrar metodologías y conceptos en todos los niveles de las diversas áreas administrativas y operativas con el fin de ser competitivos y responder a las nuevas exigencias empresariales, surge así un nuevo concepto de control interno donde se brinda una estructura común el cual es documentado en el denominado informe COSO.

En 1985 se formó la Comisión Nacional para Emisión de Informes Fraudulentos, conocida como la Treadway Commission, a fin de identificar las causas de la proliferación actual de emisión de informes fraudulentos.

En 1987 la Treadway Commission solicitó realizar un estudio para desarrollar una definición común del control interno y marco conceptual.

En 1988, el Comité de Organizaciones Patrocinantes de la Comisión Treadway, conocido como COSO, seleccionó a Coopers & Lybrand para estudiar el control interno.

En septiembre de 1992 se publicó el informe del Marco Conceptual integrado de Control Interno (Estudio COSO I).

El denominado "INFORME COSO" sobre control interno, publicado en Estados Unidos en 1992, surgió como una respuesta a las inquietudes que planteaban la diversidad de conceptos, definiciones e interpretaciones existentes en torno a la temática referida.

El “Informe COSO” plasma los resultados de la tarea realizada durante más de cinco años por el grupo de trabajo que la Treadway Commission, National Commission on Fraudulent Financial Reporting creó en Estados Unidos en 1985 bajo la sigla COSO (Committee of Sponsoring Organizations).

Committee of Sponsoring Organizations, creó COSO, para facilitar a las empresas a evaluar y mejorar sus sistemas de control interno. Desde entonces ésta metodología se incorporó en las políticas, reglas y regulaciones y ha sido utilizada por muchas compañías para mejorar sus actividades de control hacia el logro de sus objetivos.

4.8.1. Definición Del Control Interno COSO

Control Interno es un proceso llevado a cabo por el Consejo de Administración, la Gerencia y otro personal de la Organización, diseñado para proporcionar una garantía razonable sobre el logro de objetivos relacionados con operaciones, reporte y cumplimiento.

El Informe COSO es un documento que contiene las principales directivas para la implantación, gestión y control de un sistema de Control Interno. Muchos opinan que es un medio para prevenir el fraude en la administración de recursos económicos – financieros. Otros admiten estas teorías pero creen que contribuye además a garantizar el control de las operaciones (productividad) de las organizaciones. Para el presente estudio se lo considera de trascendental importancia para la administración de las actividades de Comercial “Anita”.

Es un proceso efectuado por el consejo de administración, la dirección y el resto del personal de una entidad, diseñado con el objeto de proporcionar un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de objetivos dentro de las siguientes categorías

GRÁFICO N° 25: Control Interno “COSO”



Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

4.9. Objetivos del Control Interno COSO

Los objetivos se fijan desarrollando una estrategia eficaz, estableciendo una base para los objetivos operativos, de información y cumplimiento. El comercial “Anita”, cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, se enfrenta a: una cadena de riesgos provenientes de fuentes externas e internas, una condición previa para la identificación eficaz de eventos y la evaluación de sus riesgos siendo la respuesta a ellos fijar objetivos, alineados al riesgo aceptado por el comercial “Anita”, que orientan a su vez los niveles de tolerancia a su riesgo.

- Alcanzar la eficacia y eficiencia de las operaciones:
- Lograr la confiabilidad de los reportes financieros
- Cumplir y hacer cumplir las Normas y regulaciones

4.10. Estructura del Control Interno Modelo Coso II

El modelo COSO II está compuesto por 8 componentes, los mismos están interrelacionados entre sí. Estos procesos deben ser efectuados por el director, la gerencia y los demás miembros del personal del comercial “ANITA” a lo largo de su organización. Estos componentes están alineados con 4 objetivos donde se consideran las actividades en todos los niveles de la organización.

GRÁFICO N° 26: ESTRUCTURA DEL CONTROL INTERNO



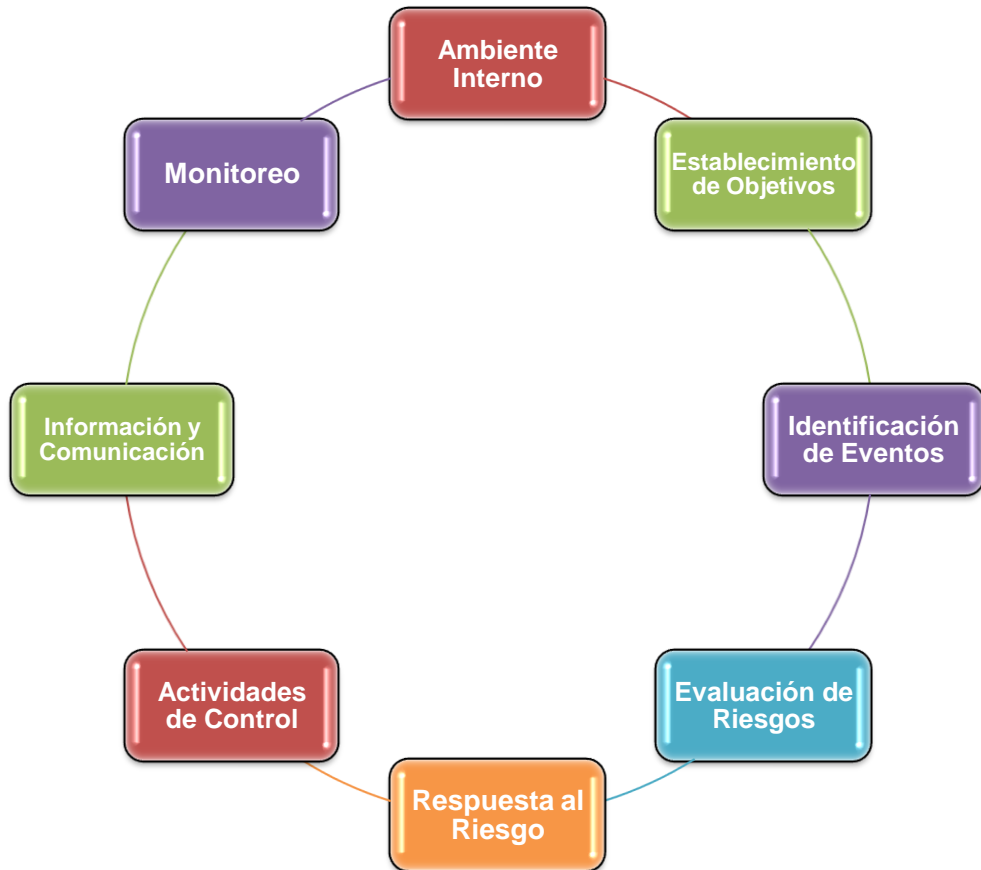
Fuente: Adaptado de NIFF

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

El modelo de control interno que se toma como base para diseñar el control de las operaciones económicas – financieras del Comercial “Anita”, ofrece una organización que considera la unidad de negocio con otras divisiones que dependen de la matriz; cuya administración demanda la identificación de estrategias, operaciones, preparación de informes a la luz de lo que establecen la legislación vigente en el país; propone también el establecimiento de objetivos, y la ejecución de otros factores de vital importancia para el éxito de la entidad.

4.11. Componentes del Modelo COSO II

GRÁFICO N° 27: COMPONENTES DEL CONTROL INTERNO



Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

4.11.1. Control interno “Estratégico”

4.11.1.1. Misión y Visión

El comercial “Anita” no tiene una misión y una visión claramente establecida, puesto que tanto el personal administrativo como los empleados, desconocen de los objetivos que tiene la institución, es por eso que es necesario establecer una misión y una visión para el funcionamiento del comercial esté claramente encaminada hacia el éxito y consecución de las metas planteadas.

4.11.1.2. Misión

Comercial “Anita” es una empresa dedicada al comercio de productos de consumo masivo, donde nuestro principal objetivo es ofrecer a nuestros clientes productos de calidad a un menor costo, exceder sus expectativas y motivar a nuestros empleados para ofrecer a la provincia de Santa Elena un servicio de calidad.

4.11.1.3. Visión

Ser una empresa líder en la comercialización de productos de consumo masivo, los esfuerzos de la empresa se orientan a estar siempre a la vanguardia del comercio de productos primera necesidad. A partir de esta premisa, el objetivo es cumplir con las exigencias del cliente en una sociedad en continuo progreso como es la provincia de Santa Elena, y de esta forma generar fuentes de trabajo para la ciudad donde ejercemos nuestras actividades.

4.11.1.4. Políticas

Las políticas y procedimientos operativos, tanto administrativos como contables, establecidos en el comercial “Anita” se comunicarán por escrito a su personal con el fin de lograr la máxima eficacia, se realizarán recordatorios y actualizaciones periódicas, estableciendo con claridad políticas, procedimientos y niveles de autoridad (manuales de procedimientos).

Los procedimientos son un conjunto de operaciones y normas que sirve de reglas de conducta o programas a establecer cuya utilización es esencial para la consecución de los objetivos definidos en la actividad del comercial “Anita”, además, concretan la operatividad y las pautas de actuación dentro de la entidad, se especifican por escrito para dejar constancia de las políticas, funciones, responsabilidades, tareas, y criterios a ejecutar, todo esto con la aprobación del directorio de la empresa.

Los procedimientos son directrices esenciales para el funcionamiento del control interno, siendo uno de sus principales objetivos la definición de las normas operativas de la organización micro-empresarial, líneas de responsabilidad y autoridad, en base a principios y objetivos preestablecidos. Para el eficiente control interno, se resume:

- ✓ Organigrama funcional y jerárquico del comercial “Anita” desglosado en su máximo nivel (rango, puesto, perfil, sección).
- ✓ Definición de los procedimientos por áreas administrativas contables.
- ✓ Especificación de las normas a tener en cuenta, relacionadas con:
 - Competencias
 - Autorizaciones
 - Procesos del círculo de información (documentación generada, registros formalizados, controles, supervisiones, etc.).
 - Contabilización, procedimientos y políticas
 - Procesos de revisión y verificación de las normas (personal interno independiente o externo profesional).

Los procedimientos de control aseguran:

- ✓ Adecuado registro de los activos y apropiada custodia y salvaguardia de los movimientos que se realizan.

- ✓ Correcto registro de los pasivos con el reconocimiento de todas las provisiones y pérdidas previstas y reales.
- ✓ Autorización de todos los gastos incurridos en un determinado periodo.
- ✓ Inclusión en los registros contables de todos los ingresos generados en la actividad del comercial “Anita”
- ✓ Elaboración de los estados financieros y de información económica diversa, de acuerdo, con registros contables, supervisados, revisados y debidamente preparados.
- ✓ Detección de irregularidades, debilidades y errores durante el proceso de toda la información contable.

Los procedimientos estarán sujetos a procesos de actualizaciones permanentes, debido a nuevas adaptaciones a que dé lugar la organización del comercial “Anita” y por consiguiente, la necesidad de revisar o incorporar nuevas políticas, normas o procedimientos

4.11.2. Control interno “Operacional”

- **Ambiente Interno (De Control):** Sirve como la base fundamental para los otros componentes del comercial “Anita”, dándole disciplina y estructura. Dentro del comercial “Anita” sirve para que los empleados creen conciencia de los riesgos que se pueden presentar en la empresa. Los factores que se contempla en este componente del modelo Coso II son:

GRÁFICO N° 28: PRINCIPIOS Y POLÍTICAS DEL AMBIENTE DE CONTROL



Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Integridad y Valores Éticos: En este campo se estudia la integridad y valores éticos de los miembros del comercial “Anita” especialmente del administrador, gerente y contador que son las máximas autoridades dentro de esta institución. Se desarrollan, se comprenden y fijan el estándar de conducta para el reporte que se realiza al departamento financiero.

Consejo de Administración: El consejo de administración del comercial “Anita” entiende y ejerce la responsabilidad de supervisión relacionada con el reporte de la información financiera y el control interno de inventarios relacionado. Esta función está por lo general a cargo de la gerencia de la empresa, o en su defecto por un supervisor con sus funciones netamente establecidas, de asesoría y apoyo al departamento financiero de la empresa.

Filosofía y Estilo Operativo de la Gerencia: La filosofía y forma de realizar sus funciones de la gerencia del comercial “Anita” ayuda a lograr el control interno

eficaz del reporte de la información financiera y el control interno de inventarios relacionado de la empresa, para tener una visión exacta de los recursos existentes.

Estructura de la Organización (La empresa): La estructura de la organización del comercial “Anita” también aporta al logro del control interno de inventarios y eficaz reporte de la información financiera.

Competencias del reporte de la información financiera: El comercial “Anita” retiene individuos competentes en reporte de la información financiera y puestos de supervisión relacionados.

Asignación de autoridad y responsabilidad: Se asignan niveles de autoridad y responsabilidad a la Dirección y empleados del comercial “Anita” para que de esta forma se pueda facilitar el control interno de inventarios y eficaz reporte de la información financiera.

Políticas y prácticas de recursos humanos: Se diseñan y se implementan políticas y prácticas de recursos humanos para facilitar el control interno de inventarios y eficaz reporte de la información financiera.

- **Establecimiento de Objetivos:** Es importante que el comercial “Anita” prevenga los riesgos, tenga una identificación de los eventos, una evaluación del riesgo y una clara respuesta a los riesgos en la empresa. El comercial “Anita” debe tener una meta clara que se alinee y sustente con su visión y misión, pero siempre teniendo en cuenta que cada decisión con lleva un riesgo que debe ser previsto por la empresa

- **Identificación De Eventos:** Identificar los eventos que afectan los objetivos de la organización aunque estos sean positivos, negativos o ambos, para que el comercial “Anita” los pueda enfrentar y proveer de

forma que sea para beneficio y desarrollo de la empresa. Además debe identificar los eventos y debe diagnosticarlos como oportunidades o riesgos para que pueda hacer frente a los riesgos y aprovechar las oportunidades.

Los sucesos con impactos positivos representan oportunidades, que los directivos reconducen hacia la estrategia y fijación de objetivos. Cuando se identifica los acontecimientos, quienes dirigen contemplan una serie de factores internos y externos que pueden dar lugar a riesgos y oportunidades, en el contexto del ámbito global del comercial “Anita”.

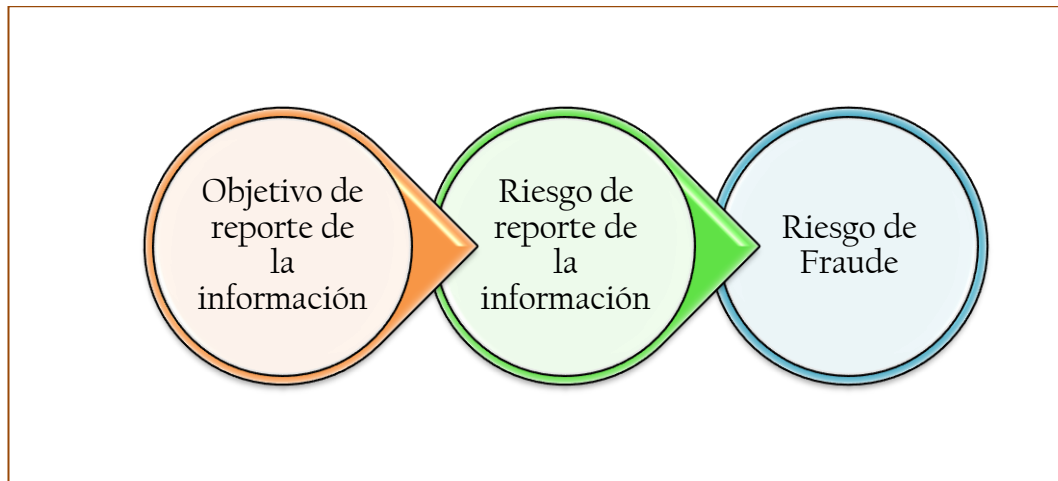
La metodología de identificación de eventos en el comercial “Anita” comprende una combinación de técnicas y herramientas de apoyo. Las técnicas de identificación de eventos se basan tanto en el pasado como en el futuro de la empresa.

- **Evaluación de Riesgos:** La evaluación de riesgos permitirá al comercial “Anita” considerar la amplitud con que los eventos potenciales impactarán en la consecución de objetivos.

La dirección evalúa estos acontecimientos desde una doble perspectiva – probabilidad e impacto– y normalmente usa una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos. Los impactos positivos y negativos de los eventos potenciales deben examinarse, individualmente o por categoría, en toda la empresa. Los riesgos se evalúan con un doble enfoque: riesgo inherente y riesgo residual.

La evaluación de riesgos contiene 3 principios generales que van a permitir un mejor desarrollo de este componente en el comercial “Anita”:

GRÁFICO N° 29: OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN DE RIESGO



Fuente: Adaptado de NIIF

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigero

Objetivo de reporte de la información financiera: El personal administrativo del comercial “Anita” fija los objetivos de reporte de la información financiera con suficiente claridad y criterio para poder identificar los riesgos de los reportes de la información financiera de la empresa.

Riesgo de reporte de la información financiera: El comercial “Anita” identifica y analiza riesgos al logro de los objetivos de reporte de la información financiera como base para determinar cómo se deberían gestionar estos riesgos.

Riesgo de fraude: La probabilidad de un error material debido a fraude se considera explícitamente cuando se evalúan los riesgos para lograr los objetivos de reporte de la información financiera en el comercial “Anita”.

- **Respuestas al Riesgo:** Una vez evaluado el riesgo la gerencia del comercial “Anita” identifica y evalúa posibles repuestas al riesgo en

relación a las necesidades de la empresa. Al razonar las respuestas de las necesidades más necesarias de la empresa, la dirección evalúa su efecto sobre la perspectiva e impacto del riesgo, así como los costos y beneficios, eligiendo aquella que ubique al riesgo residual dentro de las tolerancias al riesgo, establecidas. Las respuestas al riesgo pueden ser:

GRÁFICO N° 30: PASOS PARA LA RESPUESTA AL RIESGO



Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Evitarlo: Se discontinúan las actividades que generan riesgo alrededor del comercial “Anita”.

Reducirlo: Se reduce el impacto o la probabilidad de ocurrencia o ambas para evitar un movimiento que genere daños en la empresa.

Compartirlo: Se reduce el impacto o la probabilidad de ocurrencia al transferir o compartir una porción del riesgo.

Aceptarlo: No se toman acciones que afecten el impacto y probabilidad de ocurrencia del riesgo para el comercial “Anita” y que funcionamiento continúe normalmente.

- **Actividades de Control:** Son las políticas y procedimientos para asegurar que la respuesta al riesgo se lleve de manera adecuada y oportuna en el comercial “Anita”.

Se pueden identificar varios tipos de actividades de control en una organización para lograr una mejor eficiencia por parte de los empleados de la misma, además se puede trabajar de mejor manera en beneficio del comercial “Anita”. Entre las actividades de control más comunes en una empresa están:

- Preventivas
- Detectives
- Manuales
- Computarizadas o controles gerenciales

4.11.3. Actividades de control

Preventivas

4.12. Control interno del efectivo

Efectivo es una cuenta de activo circulante también identificada con la denominación de Caja, que registra todo el movimiento de efectivo que entra y sale del comercial “Anita” del cantón La Libertad.

Objetivos

Los objetivos del control interno de efectivo son de: propiedad, valuación, existencia física y exposición en los estados financieros, los cuales se dividen en tres secciones: entradas, salidas y saldos.

Entradas de efectivo:

Política contable:

Verificar que la entrada de los valores en efectivo sea en forma detallada y demostrada a través de comprobantes debidamente autorizados y legalizados.

Procedimientos:

1. Segregar las funciones de recepción de dinero efectivo de las funciones de registros contables.(dos personas)
2. Depositar el dinero efectivo recibido, de forma intacta e inmediata en los depositarios oficiales (cuentas corrientes o de ahorro) del comercial “Anita”.
3. Contar con formularios pre-numerados cronológicamente para sustentar los ingresos de efectivos, tales como: ingresos de caja, transferencias de fondos recibidos, entre otros.
4. Receptar préstamos con la debida aprobación de la Gerencia del comercial “Anita”.
5. Restringir el acceso a personas no autorizadas al área de caja.
6. Preparar un resumen de los ingresos de caja, detallando la forma en que se ha recibido el dinero, el cual debe coincidir con la papeleta de depósito al banco.
7. Contar con el equipo necesario para detección de billetes falsos.
8. Autorizar cobros con cheques, debidamente certificados por la entidad bancaria correspondiente.
9. Separar claramente las actividades de ingresos de las de egresos.

CUADRO N° 11: BALANCE GENERAL DEL COMERCIAL “ANITA”

COMERCIAL “ANITA”			
BALANCE GENERAL			
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014			
ACTIVOS		PASIVOS	
Caja	\$ 54.565,20	Cuentas por pagar	\$ 15.300,00
Bancos	\$ 55.252,85	Documentos por pagar	\$ 24.139,00
Caja Chica	\$ 300,00	Hipotecas por pagar	\$ 12.000,00
Cuentas por cobrar	\$ 11.000,00	IESS por pagar	\$ 322,50
Documentos por cobrar	\$ 3.168,00	15% de trabajadores	\$ 1.763,93
Inventario de Mercadería	\$ 40.810,00	23% Impuesto a la renta	\$ 2.298,99
Equipo de Computación	\$ 500,00		
Muebles de Oficina	\$ 255,00	TOTAL PASIVOS	\$ 55.824,42
Muebles y Enseres	\$ 800,00		
Terreno	\$ 55.000,00	PATRIMONIO	
Local Comercial	\$ 70.000,00	Capital	\$ 248.130,00
Vehículo	\$ 20.000,00	10% Reserva Legal	\$ 769,66
		Utilidad Neta	\$ 6.926,97
		TOTAL PATRIMONIO	\$ 255.826,63
TOTAL ACTIVOS	\$ 311.651,05	TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	\$ 311.651,05

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

Salidas de efectivo:

Política contable:

Confirmar que los valores que salen del comercial “Anita”, ya sea en efectivo o cheque, estén debidamente detallados en los diferentes comprobantes de pago, previa autorización de la gerencia.

Procedimientos:

1. Segregar las funciones de los empleados que participan en las operaciones de desembolsos de quienes tienen funciones de registros contables.
2. Definir por escrito la responsabilidad de la persona que maneja las cuentas corrientes bancarias.
3. Realizar pagos solo mediante cheques cruzados y a la orden del beneficiario, evitar pagos en efectivo.
4. Realizar pagos pequeños en efectivo solo a través del fondo de caja chica.
5. Sellar todos los documentos que sustentan un pago con una leyenda que diga: **Pagado con cheque número, banco girado y fecha**, la finalidad de esta acción es evitar el uso de estos mismos comprobantes para duplicar el pago.
6. Registrar en el depositario oficial dos firmantes debidamente autorizados para la firma de cheques.
7. Salvaguardar adecuadamente la chequera en caja fuerte para evitar sustracciones y falsificaciones.
8. Preparar un presupuesto de desembolsos para evitar sobregiros en la o las cuentas corrientes, o protesto de cheques.

9. Trabajar con el mínimo de cuentas corrientes.

10. Prohibir el giro de cheques en blanco.

Saldos de efectivo:

Política:

Salvaguardar la razonabilidad de los saldos de efectivo con procedimiento idóneos de control interno.

Procedimientos:

1. Hacer arqueos sorpresivos de manera periódica. Para la realización de estos arqueos deben tomarse todas las precauciones, tales como: no dejar ausentar al tesorero durante el conteo del efectivo.
2. Afianzar al tesorero
3. Restringir el paso al área de tesorería a personal no autorizado.
4. Mantener en caja fuerte los cheques por usar.
5. Preparar las conciliaciones bancarias en forma continua para vigilar el movimiento de la cuenta bancaria e investigar las partidas conciliatorias.
6. Los estados de cuenta bancarios deben ser recibidos por quién no tiene funciones de manejo de efectivo.
7. Establecer políticas de contratación de pólizas de seguros para el tesorero.
8. Confirmar los saldos de manera directa con el banco a través de internet.
9. Contar con un sistema de contabilidad que permita conocer en tiempo real los saldos de efectivo.
10. Elaborar presupuestos de efectivo para prever necesidades de liquidez.
11. Evitar mantener saldos ociosos de efectivo invertirlos en corto plazo en valores de alta liquidez.

12. Preparar un reporte diario de saldo de bancos, mostrando los ingresos y egresos.

4.13. Cuentas por cobrar

Son aquellos hechos económicos que originan un derecho monetario (exigible) y que el comercial “Anita” tiene que exigir el pago de las cuotas adeudas por los socios y derivada su afiliación y miembro activo del gremio sindical.

Política contable

Registrar inmediatamente la cuota del socio no cancelada en los días estipulados por la institución, dentro del rubro de cuentas por cobrar, y revelarlas en los estados financieros del comercial “Anita”.

Objetivos:

Los objetivos de control interno que se persiguen, son: propiedad, existencia física, valuación y exposición. Para lograrlos es necesario aplicar lo siguiente:

Procedimientos:

1. Deben existir registros auxiliares para cada socio, que permita saber en tiempo real el monto adeudado.
2. Periódicamente, se deben confirmar las cuentas por cobrar, para asegurarnos de la veracidad de la existencia del adeudo.
3. Actualizar, periódicamente, las deudas de los socios.
4. Preparar, periódicamente, un detalle de la antigüedad de los saldos.

5. Establecer políticas de recuperación de cartera, tales como plazos máximos de permanencia como cartera vencida, antes de la aplicación reglamentaria.
6. Las cuentas por cobrar que se han dado de baja por incobrables deben ser registradas en cuentas de orden

Eliminación de una cuenta incobrable:

Cuando el comercial “Anita”, tome la decisión de dar de baja una cuenta por cobrar considerada, definitivamente, como incobrable, debe utilizar la provisión si la tuviera. Si no existe provisión, debe cargar a los gastos del periodo el monto de la pérdida.

Se puede suponer que el valor de \$450 adeudado por la Sra. Elba Pozo Pozo, definitivamente, es una pérdida para el comercial “Anita”, por lo que amerita retirarlos de los registros contables (baja).

Si el comercial “Anita”, tiene constituida la provisión para incobrables debe realizar el siguiente registro contable:

Comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, provincia de Santa Elena Libro Diario				
Fecha	Código contable	Descripción	Debe	Haber
xxx xxxxx	xxxxx xxxxxxxxx xxxxx xxxxxxxxx	PROVISIÓN CUENTAS INCOBRABLES Provisión cuentas incobrables CUENTAS POR COBRAR Cuotas diarias Baja de la cuenta por cobrar de la Sra. Elba Pozo Pozo	\$xxxxx	\$xxxx
Explicación del asiento de diario: La cuenta Provisión para cuentas incobrables se debita para disminuir su saldo. Se acreditan las Cuentas por cobrar para eliminar la cuenta de la Sra. Elba Pozo Pozo.				

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

Si el comercial “Anita”, no tiene constituida la provisión, debe eliminar de manera directa la cuenta por cobrar cargando a los gastos del periodo, y debe realizar el siguiente asiento de diario.

Comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, provincia de Santa Elena Libro Diario				
Fecha	Código contable	Descripción	Debe	Haber
xxxx xxxxx	xxxxxxx xxxxxxx xxxxxxx	OTROS EGRESOS Gastos de gestión CUENTAS POR COBRAR Cuotas diarias Baja de la cuenta por cobrar de la Sra. Elba Pozo Pozo	\$xxxxxx	\$xxxxxx
Explicación del asiento de diario: La cuenta Gastos de gestión se debita por el valor castigado como incobrable. Se acredita las Cuentas por cobrar para eliminar la cuenta por cobrar de la Sra. Elba Pozo Pozo.				

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

Consideraciones legales para dar de baja una cuenta incobrable

Según la Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI) reformado su artículo 11, y 28 del RALRTI con fecha 31 de diciembre del 2014, señala que los créditos incobrables para su eliminación, deberán cumplir al menos una de las siguientes condiciones:

- a. Constar como tales al menos dos años en la contabilidad,
- b. Haber transcurrido al menos tres años desde el vencimiento para el pago,
- c. Haber prescrito la acción para el cobro,
- d. Haberse declarado la quiebra o insolvencia del deudor,
- e. Si el deudor es una sociedad que haya sido cancelada,

Las reformas claramente dicen que estas nuevas disposiciones aplican para las deudas que se hayan originado a partir del 1 de enero de 2015, lo que significa que, con anterioridad se debería seguir observando las disposiciones del derogado numeral 11) del Art. 10 de la LRTI; lo cual viene a constituir una excepción al principio de legalidad, pues, la ley debe causar efectos, únicamente, mientras se encuentra, vigente y no después de que ya ha sido derogada.

El numeral 11 del artículo 10 de la LRTI derogado con fecha 31 de diciembre del 2014, establece:

- a) Haber constado como tales, durante cinco años o más en la contabilidad,
- b) Haber transcurrido más de cinco años desde la fecha de vencimiento original de la deuda;
- c) Haber prescrito la acción para el cobro de la deuda;
- d) En caso de quiebra o insolvencia del deudor; y,
- e) Si el deudor es una sociedad, cuando ésta haya sido liquidada o cancelado su permiso de operación.

No se reconoce la naturaleza de deudas incobrables a las concedidas por el comercial “Anita”, al socio, a su cónyuge o a sus parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad ni los otorgados a sociedades relacionadas. En el caso de recuperación de las deudas a que se refiere este artículo, el ingreso obtenido por este concepto deberá ser contabilizado, caso contrario se considerará defraudación.

4.14. Control interno en los inventarios

Los inventarios es uno de los activos más grandes existentes en el comercial “Anita”. El inventario aparece en el Balance General y también en el Estado de Resultados de la empresa. En el Balance General, el inventario a menudo es el Activo Corriente más grande. En el Estado de Resultados, el Inventario Final se

resta del costo de mercancías disponibles para la venta y así poder determinar el costo de las mercancías vendidas durante un periodo determinado.

Procedimientos

1. Debe nombrarse un encargado de departamento en el comercial “Anita”.
2. Debe existir un buen planeamiento de producción y /o ventas para estimar las necesidades de inventario.
3. Preparar informes de recepción para registrar y notificar recepción de productos o mercancías.
4. Emitir órdenes de salida de mercancía cada vez que se entregue.
5. Emitir una orden de entrada de mercancía cada vez que se reciba una mercancía.
6. Comprobar las cantidades recibidas para determinar que son correctas.
7. Almacenar correctamente las mercancías como medida de protección contra las extracciones no autorizadas.
8. Expedir los materiales y/o mercancías contra la presentación de autorizaciones de salida para producción o embarque.
9. Controlar los desperdicios de producción, materiales dañados para los ajustes de costos correspondientes.
10. Tener control de inventarios de materias primas, productos en proceso y productos terminados.
11. No recibir mercancías sin la autorización de compras.
12. No entregar mercancías sin la autorización de ventas.
13. Notificar a la gerencia sobre productos en mal estado.
14. Realizar conteos físicos al menos una vez al año, sin importar el sistema utilizado.
15. Buen almacenamiento para evitar robos, daños o descomposición.
16. Mantener al día las tarjetas de entrada y salida de mercancías.
17. Mantener inventario disponible para prevenir situaciones de déficit, lo cual conduce a pérdidas en ventas.

18. No mantener mercancías almacenadas demasiado tiempo, evitando con esto el gasto de tener dinero invertido en artículos innecesarios.
19. Emitir un reporte de productos que hayan sido entregados por producción y que ya están disponibles para la venta.
20. Informar sobre el mínimo de existencia de un producto o mercancía.

4.15. Control interno de los activos fijos

Las propiedades, planta y equipo (también llamados activos fijos) son activos tangibles usados en las actividades operacionales del comercial “Anita” para generar beneficios futuros, cuya vida es mayor a un año y tienen un valor monetario de importancia, son bienes sujetos a depreciación. Aquellas propiedades y equipos que no reúnan estas características deben clasificarse como otros activos u otras inversiones.

Política contable:

Mantener el control permanente de los activos fijos en contabilidad para que a su vez sirva de relación a los que se encuentran en poder de las áreas que controlan operativamente los mismos, siendo estas responsables de su custodia y cuidado.

Propiedad, Planta y Equipo

Son activos tangibles retenidos por el comercial “Anita”, para ser usados en actividades administrativas vinculadas con el abastecimiento de bienes y servicios, rentar a terceros; y se espera sean usados durante más de un período.

Depreciación

Es la distribución sistemática de la cantidad depreciable de un activo durante su vida útil. Este importe obedece a un cálculo por alguno de los métodos.

Cantidad depreciable

Es el Costo de un activo, u otra cantidad que sustituye al Costo en los estados financieros, menos el valor residual, es el importe sobre el cual se calcula la depreciación.

Vida útil

Es el periodo de tiempo que el comercial “Anita”, espera hacer uso de un activo; o el número de unidades de producción o similares que espera obtener de un activo.

Costo

Es la cantidad de efectivo o equivalente de efectivo pagado o el valor justo de otra compensación entregada para un activo en el momento de su adquisición o construcción.

Valor residual

Es la cantidad neta que el comercial “Anita”, espera tener por un activo al final de su vida útil, después de deducir los costos esperados en su disposición.

Valor justo

Es la cantidad por la que un activo del comercial “Anita”, podría ser intercambiado entre un comprador y vendedor, en una transacción en libre competencia.

Valor en libros

Es la cantidad con la que se incluye un activo en el balance general, después de deducir la depreciación acumulada en la fecha del balance.

Cantidad recuperable

Es la cantidad que el comercial “Anita”, espera recuperar del uso futuro de un activo, incluyendo su valor residual en su disposición.

Cuentas que se incluyen como propiedad, planta y equipo

Las siguientes partidas se incluyen dentro del rubro propiedad, planta y equipo

PARTIDAS	DESCRIPCIÓN
Terrenos	Lotes de tierra urbano o no urbanos, destinados a los edificios que se utilizan en las actividades operacionales del comercial “Anita”
Edificios	Construcciones destinadas a las oficinas administrativas del comercial “Anita”
Maquinaria y Equipos	Máquinas y Equipos destinados a las actividades administrativas y operativas del comercial “Anita”
Vehículos	Medios de transportación de personas: automóviles, camiones, embarcaciones, etc.
Muebles y Enseres	Escritorios, mesas y otros destinados al uso de las operaciones del comercial “Anita”
Equipos de Oficina	Computadoras, calculadores y otros equipos del comercial “Anita”
Bienes adquiridos mediante arrendamiento mercantil.	Activos fijos comprados mediante arrendamiento mercantil (leasing).
Mejoras a la propiedad arrendada	Adecuaciones efectuadas a propiedades arrendadas.
Construcción en Proceso	Edificios y maquinarias en proceso de proceso.
Anticipos a proveedores de activos fijos	Pagos anticipados a proveedores de maquinarias, equipos y muebles.

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Procedimientos:

1. Analizar las adquisiciones de propiedades, planta y equipo, para evaluar la rentabilidad de la inversión.
2. Invertir en activos fijos con la debida autorización de la Gerencia del comercial “Anita”.
3. Registrar los títulos de la propiedad a nombre de del comercial “Anita”
4. Contratar pólizas de seguros para protegerlos contra todo tipo de riesgo.
5. Contar con un sistema de control de los activos fijos, que por lo menos indique su ubicación, costo, depreciación, vida útil, y proveedor.
6. Efectuar periódicamente inventario físico para verificar la exactitud de los registros contables.
7. Evaluar periódicamente la vida útil y el método de depreciación para asegurarnos de su razonabilidad.
8. Evaluar de manera periódica el costo y valor recuperable a fin de conocer el deterioro de los activos.
9. Asegurar que los activos incluidos dentro del rubro propiedad, planta y equipo sean bienes destinados a las actividades operacionales del comercial “Anita”.
10. Revelar en los Estados Financieros los montos de intereses capitalizados, gravámenes sobre los activos.

Determinación del costo de un activo fijo

De manera general el costo de un activo fijo es el importe que se desembolsa para adquirirlo y ponerlo en condiciones de uso, menos todo descuento comercial o rebaja. Las normas contables entre ellas la NIC 16 permiten agregarles a este costo los intereses que se incurren durante el periodo de preparación del activo hasta que esté listo para el uso. A continuación se presenta lo que se puede incurrir como parte del costo de un activo fijo.

Terrenos:- Los costos de los terrenos incluye:

- a) El precio pactado con el vendedor o precio de adquisición.
- b) Comisiones pagadas al corredor de bienes raíces.
- c) Impuestos y derechos para el traspaso legal de la propiedad.
- d) Costo de preparación del terreno, como limpieza, nivelación, demolición de construcciones antiguas, costos de medición y fijación de linderos.
- e) El costo de mejoras de terrenos, como jardines, vías de acceso, canales de drenaje; deben registrarse en una cuenta separada denominada Mejoras de terrenos por depreciarse durante su vida útil. Si el mantenimiento de las mejoras de los terrenos está a cargo de las autoridades municipales, se presume vida limitada, en este caso debe registrar como parte de la cuenta terrenos.

Edificio:- Los costos de los edificios incluye:

- a) El costo de construcción: materiales, mano de obra y gastos incurridos en la construcción o el precio acordado con el constructor.
- b) Costos de ampliación, remodelación y reacondicionamiento.
- c) Los costos de excavación y cimentación de los terrenos para el nuevo edificio.
- d) Costos de planos, diseños arquitectónicos y permisos de construcción.
- 11. Los costos de interés durante el periodo de construcción, de acuerdo con la NIC 16, siempre y cuando el comercial “Anita” tenga prestamos que generen intereses.
- e) Costo de acondicionar el terreno, como por ejemplo dinamitar áreas de montaña para utilizar el terreno.

Mejoras a la propiedad arrendada.- En los contratos de arrendamiento se estipula que toda mejora que efectúe el arrendatario pasa en beneficio del

arrendador, por tanto, todas las adecuaciones que se hagan a estas propiedades deben ser depreciadas durante el tiempo que dure el contrato de arrendamiento o durante la vida útil de las mejoras, la que sea más corta.

Los demás bienes de propiedad, planta y equipo.- Maquinaria y Equipos, Vehículos, Muebles y Enseres, Equipos de Oficina, Bienes adquiridos mediante arrendamiento mercantil, su costo representan los desembolsos necesarios hasta que queden listo para su uso. Si son bienes importados deben incluir todos los costos de importación. Para el caso de los bienes listos para el uso que han sido adquiridos mediante financiamiento, el costo del dinero (interés) pagado por este financiamiento no se incluye en el costo de los activos.

Costos incurridos con posterioridad a la fecha de adquisición

Los desembolsos posteriores a la fecha de adquisición, relacionados con una partida de propiedades, planta y equipo deben ser añadidos al valor en libros del activo cuando es probable que fluyan hacia el comercial “Anita”, beneficios económicos futuros adicionales a los existentes.

Todas las otras erogaciones subsecuentes deben ser reconocidas como un gasto en el periodo en que son incurridas.

Por consiguiente, existen dos tipos de desembolsos posteriores a la fecha de adquisición:

- f) Aquellos que van a generar mayores beneficios en el futuro, y
- g) Aquellos que mantienen los beneficios existentes.

Los desembolsos que generan beneficios en el futuro, tales como alargar la vida útil, mejorar la productividad, producción a menor costo o la mejora de la calidad;

deben ser registrados como parte del activo y depreciarse durante su vida útil. Por ejemplo la construcción de un departamento o piso adicional en el edificio actual, reemplazo de partes importantes de una maquinaria. Los desembolsos que mantienen los beneficios existentes se registran como gastos, por ejemplo el mantenimiento y reparaciones, combustibles y lubricantes, pintada del edificio.

4.16. Cuentas por pagar

Las cuentas por pagar forman parte de los pasivos corrientes, estas cuentas incluyen no solamente las cantidades que se deben por concepto de mercancías y materiales sino también por todas las obligaciones que posee el comercial "Anita" excepto aquellas evidenciadas por bonos o documentos.

Política contable:

- Separar las funciones de recepción en el comercial "Anita", de autorización del pago y de firma del cheque para su liquidación.
- Conciliar periódicamente los importes recibidos y pendientes de pago mediante controles contables.
- Verificar mensualmente que la suma de saldos de todos los submayores de las cuentas por pagar coincidan con los de las cuentas de control correspondiente.

Objetivos:

El objetivo del control de cuentas por pagar es llevar al corriente todos los pagos del comercial "Anita" para aprovechar los beneficios por pronto pago en lugar de pagar intereses por no realizar los pagos en tiempo y forma, así como tener la mercancía cuando lo requiera la empresa sin contratiempos para que pueda seguir sus operaciones.

Procedimientos:

1. Las cuentas a pagar procedentes de proveedores u otros pasivos adeudados por bienes y servicios adquiridos por el comercial “Anita” estarán oportuna y correctamente registrados, clasificados y valorados en los estados financieros, proviniendo de transacciones previamente autorizadas.
2. Los pasivos incurridos con proveedores y acreedores estarán imputados en cuentas apropiadas y reflejadas en los periodos establecidos.
3. Los saldos de las cuentas por pagar estarán sujetas a un control de identificación, vencimiento y seguimiento de saldos a liquidar.
4. Los pagos a proveedores estarán siempre soportados de un pasivo contabilizado, reconocido y justificado por el comercial “Anita”
5. Velar por la salvaguardia y custodia de las cuentas por pagar.
6. Segregar apropiadamente las responsabilidades que aseguren la consecución de los controles y procedimientos definidos por el comercial “Anita”

Estos procedimientos colaborarán para mantener los estados financieros de forma correcta, adecuada y fiable, los cuales serán necesarios para la toma de decisiones en la gestión del comercial “Anita”

Cuentas por pagar a proveedores

El registro y reconocimiento de los pasivos en los estados contables del comercial “Anita”, en concepto de deudas con proveedores u otros acreedores comerciales provenientes de la compra de mercancía, bienes o servicios, significará la implantación y consecución anterior de una serie de medidas y controles procedentes del ciclo de adquisición. Estos controles son:

- a) Selección y autorización de proveedores/acreedores comerciales, así como el, acuerdo de las condiciones ya sean estos precios, descuentos, créditos y

fechas de entrega. Existirá una relación de proveedores autorizados, detallándose por escrito los criterios de mantenimientos e inclusión de proveedores comerciales.

- b) Revisión y aprobación de las solicitudes de pedido de compra, las mismas que serán firmadas por el responsable de compras y llevarán una numeración para el respectivo control.
- c) Recepción de los comprobantes de entrada de las mercancías, bienes o servicios los cuales serán verificados con las entradas de stocks y con los correspondientes pedidos de compra.
- d) Entrada en el inventario permanente de existencias de los productos recibidos una vez conformados y supervisados por la persona designada.
- e) Conciliación y control entre las facturas recibidas de los proveedores, los comprobantes de entrada y las órdenes de pedido.
- f) Anotación e inclusión de las facturas recibidas, una vez supervisados y autorizados en un registro de facturas recibidas y su respectiva contabilización en la cuenta individual correspondiente a cada proveedor o acreedor.

Compras

Es un hecho económico identificado como la acción de adquirir bienes o servicios para el desarrollo de las actividades del comercial “Anita”, su correcto manejo requiere de lo siguiente:

1. Garantizar el abastecimiento a largo plazo a través de una base de datos de proveedores calificados.
2. Solicitar al momento de la compra, por lo menos, dos cotizaciones que viabilicen la elección de la más conveniente a los intereses del comercial “Anita, en términos de calidad y precio.

3. Autorizar las órdenes de compra a la persona o personas designadas para el efecto.
4. Verificar las entregas de los proveedores antes de firmar el recibí conforme por parte del personal del comercial “Anita”

Detectiva

4.15. Conciliación bancaria

Este mecanismo de control nos permite identificar las diferencias entre los saldos mostrado en el estado de cuenta enviado por el depositario oficial (Banco) y el saldo según los libros de contabilidad del comercial “Anita”.

Política contable:

Generar la conciliación bancaria dentro de los diez primeros días de cada mes, tomando como base la conciliación bancaria del mes anterior, el estado de cuenta bancario y los registros contables.

Las diferencias se originan por:

1. Cargos efectuados por el banco y no registrados en la contabilidad del comercial “Anita”, tales como: comisiones, intereses sobre préstamos, cargos por servicios bancarios, etc. o por cargos indebidamente efectuados.
2. Créditos efectuados por el banco y no registrados en la contabilidad del comercial “Anita”, tales como: préstamos otorgados por el banco, corrección de errores por cargos indebidos.
3. Depósitos registrados en la contabilidad del comercial “Anita”, pero no registrados por el depositario oficial (banco).

4. Cheques girados por el comercial “Anita”, pero aun no pagados por el depositario oficial (banco).
5. Cargos y créditos erróneamente registrados en la contabilidad del comercial “Anita”

Estas diferencias se las identifica con la denominación de partidas conciliatorias, y lo importante es que una vez que se las haya detectado se les haga el seguimiento y se proceda al correspondiente registro cuando el caso amerite.

Ilustración práctica para entender el proceso:

Banco XXXXX

Estado de cuenta corriente

Cliente: Comercial “Anita”, Cta. No. xxxxxxxxxxxx				
Fecha	Descripción	Cheques pagados y Notas de débito	Depósitos y Notas de crédito	Saldo diario
Xxxxxx				
xx-xx	Saldo al xx de xxxxx del xxxxx			XXXX
xx-xx	Cheque xxxx		√	XXXX
xx-xx	Cheque xxxxx	XXXX	√	XXXX
xx-xx	Depósito	XXXX	XXXX	XXXX
xx-xx	Depósito		XXXX	XXXX
xx-xx	N/D chequera			XXXX
		XXXX		

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

El registro contable del comercial “Anita”, presenta el siguiente registro

Comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, provincia de Santa Elena				
Libro bancos				
Mes de xxxxx del xxx				
Fecha	Descripción	Cheques pagados y Notas de débito	Depósitos y Notas de crédito	Saldo diario
Xxx	Saldo al xx de xxxxx del xx			
xx-xx	Cheque N° xxx	XXXX	√	XXXX
“	Cheque N° xxx	XXXX		XXXX
xx-xx	Cheque N° xxx	XXXX		XXXX
“	Cheque N° xxx	XXXX	√	XXXX
xx-xx	Depósito según papeleta No. xxx		XXXX	XXXX
xx-xx	Depósito según papeleta No. xxx		XXXX	XXXX
“	Depósito según papeleta No. xxx			XXXX

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

El estado de cuenta enviado por el banco muestra el saldo de \$xxxx al xx de xxxxxxxx del xxxx, en tanto que los libros del comercial “Anita”, a esta misma fecha es de \$xxxxxxx. El objetivo de la conciliación es identificar la diferencia. A continuación, se presentan los procedimientos a seguir para prepararla:

1. Tome el saldo, según el estado de cuenta enviado por el Banco del Pichincha como punto de partida. A esta cifra se le suma y resta las

diferencias entre el estado de cuenta y el registro contable del comercial “Anita”

2. Marque con este símbolo ✓ las partidas que se encuentran, tanto en el estado de cuenta como en el registro contable. Observe que se realiza este trabajo en los registros del Banco xxxxxx y del comercial “Anita”
3. Para las partidas que no están marcadas con ✓ proceda como sigue:

Sume al saldo, según el estado de cuenta del banco los débitos registrados por el banco y no por el comercial “Anita”. Se le suma porque en el saldo del banco está restado y para conciliar es necesario devolver este valor a ese saldo disminuido.

4. Sume al saldo según del banco, los depósitos registrados por el comercial “Anita” y no registrados por el banco. Se le suma porque cuando el banco los registre en sus libros, éste los va a sumar.
5. Reste del saldo, según el estado de cuenta del banco los depósitos o notas de crédito registradas por el banco y no por el comercial “Anita”. Se le resta este valor porque está sumado al saldo del banco.
6. Reste el importe de los cheques girados y no cobrados. Este importe se le resta porque cuando el banco pague estos cheques va a restar del saldo de la cuenta.

7. Estas sumas y restas deben dar como resultado el saldo de la cuenta del banco, según los libros de contabilidad del comercial “Anita”. Después, de efectuar estos pasos, veamos la conciliación bancaria a continuación

Comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, provincia de Santa Elena Conciliación Bancaria Mes de xxx del xxxx			
Descripción	Parcial	Valor	Notas
xx de xxx del xxxx			
Saldo según estado de cuenta corriente bancario		\$XXXX	1
Mas:			
Débitos efectuados por el banco y no registrados por el comercial “Anita”:			
Nota de Débito del Banco xxxxxx No. xxxxxxxx por adquisición de chequera.		XXXX	2
Depósito no registrado por el banco		XXXX	3
Menos:			
Depósito no registrado en los libros del comercial “Anita”:			
Depósito según comprobante No. xxxxxx; de fecha xxxx		XXXX	4
Cheques girados y no cobrados:			
Cheque No. XXXX	-XXXX		
Cheque No. XXXX	-XXXX	-XXXX	5
Saldo, según libros del comercial “Anita”		\$XXXX	6

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

Notas:

1. Valor tomado del estado de cuenta corriente enviado por el Banco xxxxxx.
2. Este valor se suma al saldo del banco porque está restado.

3. Se suma este valor porque cuando el banco registre en sus libros lo va a sumar al saldo.
4. Se resta este valor porque está aumentado en los registros del banco.
5. Se restan estos valores porque cuando el banco pague los cheques los va a restar del saldo.

Una vez preparado la conciliación bancaria, el personal contable del comercial “Anita”, debe registrar aquellos valores que deben ser asentados en los libros de contabilidad y hacerle seguimiento a aquellos registros que el Banco xxxxxx no los reporta o constan de manera indebida. Aquí está la explicación haciendo referencia a las notas de cada partida conciliatoria.

Nota 2.- Para el caso en que el comercial “Anita” no ha registrado los costos por adquisición de chequera equivalentes a xxxxx, y que el banco los debitó de la cuenta corriente con fecha xxx de xxxxxx del xxxx, por lo tanto, el comercial “Anita”, debe asentarlos en el libro diario.

Comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, provincia de Santa Elena				
Libro Diario				
Fecha	Código contable	Descripción	Debe	Haber
xxxx xx-xx	xxxx xxxxxxx xxxxxxxxx	COMISIONES, GASTOS Y OTROS Gastos bancario Banco xxxxxxxx Nota de Débito No. xxxxx; xx-xx-xxx por adquisición de chequera de 60 unidades.	\$XXXX	\$XXXX

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Nota 3.- Por el depósito no registrado en el banco, se debe hacer el seguimiento para investigar la razón por la cual el Banco xxxxxx, no lo ha realizado y enviar una carta reclamando el valor. No procede registro contable porque el comercial “Anita”, lo tiene asentado.

Nota 4.- Hay que investigar la razón, por la cual el comercial “Anita” no ha registrado este depósito. En caso de que este valor corresponda a las cuotas adeudas por un socio, el asiento que se debe realizar es el siguiente:

Comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, provincia de Santa Elena				
Libro Diario				
Fecha	Código contable	Descripción	Debe	Haber
xxx xx-xx	xxxx xxxxxxx xxxxxxx xxxxxxx	BANCO CTA.CTE. Y CTA. DE AHORROS Banco xxxxxx CUENTAS POR COBRAR Cuotas de socios Depósito según conciliación bancaria al xxx de xxxx del xxx.	\$xx.xx	\$xx.xxx

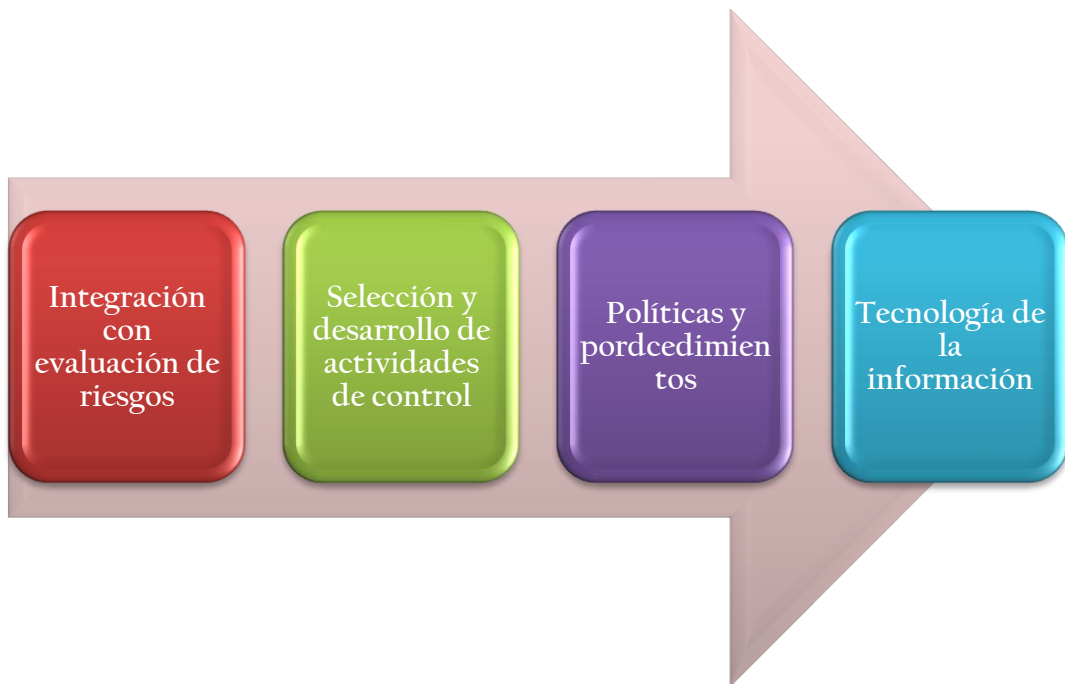
Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

Nota 5.- El importe de los cheques girados y no cobrados no debe registrarse en los libros de contabilidad del comercial “Anita” porque éstos ya fueron asentados al momento de girarlos. El Banco xxxxxx cuando los pague deducirá del saldo.

Adicional a estas actividades también se encuentran puntos de control establecidos para que la empresa funcione ordenadamente, para lo cual debe seguir el siguiente proceso:

GRÁFICO N° 31: PRINCIPIOS Y POLÍTICAS DE LA EVALUACIÓN DE RIESGOS



Fuente: Proceso de Investigación
Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

Integración con Evaluación de Riesgos: Se toman acciones para abordar los riesgos del comercial “Anita” y llegar al logro de los objetivos de reporte de la información financiera.

Selección y desarrollo de actividades de control: Se desarrollan actividades de control en el comercial “Anita”, teniendo en cuenta su costo y eficacia, potencial de mitigar riesgos para lograr los objetivos financieros más importantes de la empresa.

Políticas y procedimientos: Se fijan y comunican en todo el comercial “Anita” las políticas relacionadas con el reporte de la información financiera confiable y

también los procedimientos resultantes de la aplicación de directrices gerenciales del comercial “Anita”.

Tecnologías de la información: Se diseñan e implementan los controles de tecnología e información del comercial “Anita” donde sean aplicables, para ayudar a lograr los objetivos de reporte de la información financiera de la institución.

4.16.1. Control interno “Informes”

- **Información y Comunicación:** La información es necesaria en todos los niveles del comercial “Anita” para hacer frente a los riesgos identificando, evaluando y dando respuesta a los riesgos. La información pertinente se identifica, se capta y transmite de una forma y en un marco de tiempo que permite a los directivos del comercial “Anita” llevar a cabo sus responsabilidades de manera eficiente.

La comunicación se debe realizar en sentido amplio y fluir por toda la organización en todos los sentidos, además debe existir una buena comunicación con los clientes, proveedores, reguladores y personal administrativo del comercial “Anita”.

GRÁFICO N° 32: PRINCIPIOS Y POLÍTICAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN



Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

Informe de reporte de la comunicación: Se identifica, captura y utiliza información pertinente en todos los niveles del comercial “Anita” y se distribuye en un formato y marco de tiempo que ayuda a lograr los objetivos financieros de la empresa.

Información de control interno: Se identifica y captura información utilizada para poner en marcha otros componentes de control y se distribuye en un formato y marco de tiempo que permite al personal del comercial “Anita” llevar a cabo sus responsabilidades de control interno.

Comunicación interna: La comunicación permite y ayuda a la comprensión y ejecución de los objetivos, procesos y responsabilidades individuales de control interno de inventarios en todos los niveles del comercial “Anita”.

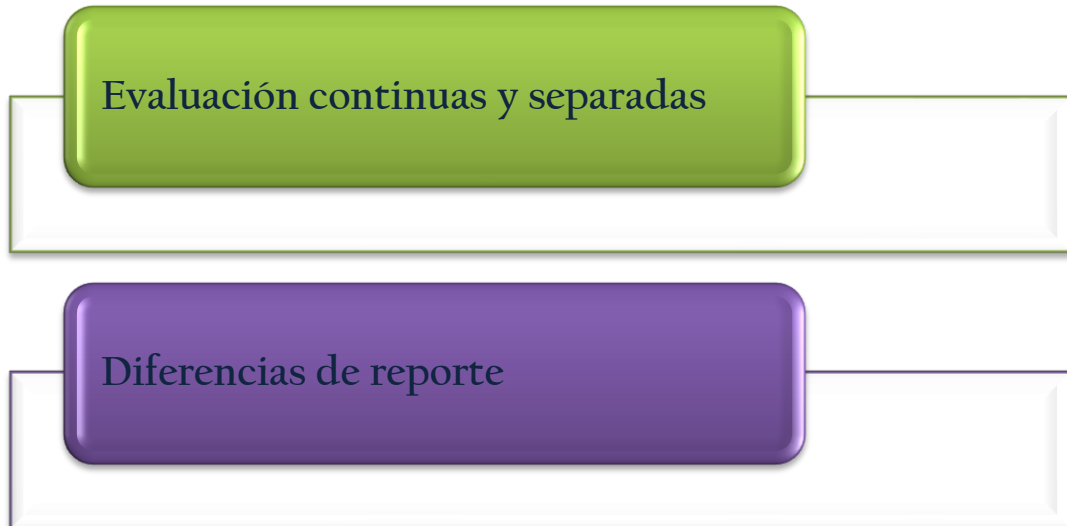
Comunicación externa: Se comunica a partes externas los asuntos que afectan al comercial “Anita” en la consecución de objetivos de reporte del área financiera.

4.16.2. Control interno “Monitoreo, Seguimiento y Evaluación”

- **Monitoreo (Supervisión):** Sirve para monitorear que el proceso de administración de los riesgos sea efectivo a lo largo del tiempo y que todos los componentes del marco del modelo COSO II funcionen adecuadamente y se acoplen a los objetivos que se han planteado en el comercial “Anita” para conseguir las metas planteadas.

El monitoreo es el proceso de revisión, verificación, comprobación y evaluación del diseño del manual de control interno de inventarios y operación de los controles por parte del personal, siendo oportuno en tiempo y acciones necesarias. El monitoreo se aplica a todas las actividades dentro de la organización y algunas veces también a los

contratistas externos. Los puntos más importantes dentro del monitoreo son los siguientes:



Fuente: Proceso de Investigación
Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

Evaluaciones continuas y separadas: Son las evaluaciones y supervisiones continuas o también separadas que realiza el departamento financiero del comercial “Anita” permitiendo que la dirección determine si el control interno de inventarios de la empresa funciona y es viable.

Diferencias de reporte: En este proceso se identifica y se comunica las deficiencias del control de inventarios del comercial “Anita” de forma puntual al departamento responsable de tomar acciones correctivas y a la Dirección o Gerencia de la empresa.

4.17. Evaluación a nivel entidad y actividad

El control a través del modelo COSO demanda una evaluación a nivel de actividades o transacciones de un proceso. La evaluación requiere una revisión específica del proceso o sub-procesos para la identificación de los riesgos que

serán asegurados con controles adecuados entorno a la operación, informe financiero y cumplimiento de leyes.

Beneficios de la evaluación

- ✓ Según, la forma de administración permite tratar el talento humano como un recurso básico de la compañía para de esta forma desarrollar su productividad.
- ✓ Se tienen, siempre, en cuenta los objetivos de la organización y por otra parte, los objetivos individuales, para de esta forma, brindar una oportunidad de crecimiento para los miembros de la compañía.
- ✓ Determina su aplicación completa a través de condiciones de medida del potencial humano.

Ventajas de la evaluación

- ✓ Existen políticas de comprensión que determinan, quienes han puesto mayor empeño en su trabajo para darles aumentos.
- ✓ Abre paso a las necesidades de capacitación y desarrollo, puesto que, al analizar el bajo desempeño se muestra la necesidad de ser capacitado para mejorar y aprovechar un potencial más.

- ✓ Permite detectar la información imprecisa, puesto que, el bajo desempeño puede estar indicando fallas en el análisis de puesto.

- ✓ Detecta el desafío externo (familia, salud finanzas, etc.) puesto que éstos pueden afectar el desempeño siendo sólo identificados en la evaluación.

4.18. PLAN DE ACCIÓN

CUADRO N° 12: PLAN DE ACCIÓN

Problema Principal: Incidencia de la administración de los inventarios de mercaderías en la razonabilidad financiera del comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2014.				
Fin de la propuesta: Garantizar la razonabilidad financiera a través de controles internos que contribuyan a la consecución de los objetivos de Comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.				INDICADOR: <ul style="list-style-type: none"> • Alto nivel de cumplimiento de las normas y regulaciones contables. • Alto nivel de eficacia y eficiencia de las operaciones • Alto nivel de confiabilidad de la información financiera
Propósito de la propuesta: Fortalecer el control interno mediante la metodología del modelo “Coso I y II” que garantiza la razonabilidad financiera del comercial “Anita”, cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.				
Objetivos	Indicadores	Estrategias	Responsables	Actividades
Proteger los recursos del comercial “Anita”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, mediante una estructura orgánica funcional.	Comercial “Anita” con estructura orgánica funcional.	Aplicación de la estructura orgánica funcional, propuesta.	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> • Socialización de la propuesta • Aprobación de la propuesta • Oficialización de aprobación e implementación inmediata de la propuesta. • Implementación de la propuesta • Ejecución de la propuesta • Monitoreo, seguimiento y evaluación de la ejecución de la propuesta.
Orientar el alcance de la eficiencia y eficacia de las operaciones de Comercial “Anita” mediante la aplicación de la estructura del modelo de control interno “Coso I y II”.	Comercial “Anita” con estructura de control interno modelo “Coso I y II”.	Aplicación de la estructura del modelo de control interno “Coso I y II”.	Gerente	
Direccionar el logro de la confiabilidad y precisión de la información financiera y operacional del Comercial “Anita” mediante objetivos, políticas y procedimientos de control interno.	Comercial “Anita” con objetivos, políticas y procedimientos de control interno.	Aplicación de los objetivos, políticas y procedimientos de control interno, propuestos.	Gerente	
Asegurar la producción de información razonable, veraz y exacta de Comercial “Anita” mediante normas y regulaciones contables.	Comercial “Anita” con alto nivel de cumplimiento de normas y regulaciones contables.	Aplicación de normas y regulaciones contables.	Gerente	

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigreiro

4.19. PRESUPUESTO

CUADRO N° 13: PRESUPUESTO DEL PROYECTO

MANUAL DE CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS PARA COMERCIAL “ANITA”				
HUMANOS				
1 Investigadora, 1 Tutor				
MATERIALES	CANT.	P.U	SUBTOTAL	TOTAL
Cartuchos	12	9,00	\$ 108,00	
Impresora	1	210,00	\$ 210,00	
Papelería			\$ 190,00	
Movilización			\$ 140,00	
Uso de teléfono			\$ 55,00	
Uso de internet			\$ 125,00	
Anillados	5	18,00	\$ 90,00	
Empastados	5	23,00	\$ 115,00	
TOTAL GASTOS DE MATERIALES				\$1.033,00
HONORARIOS PROFESIONALES				
Consulta con especialistas	2	150,00	\$ 300,00	
Gramatólogo	1	120,00	\$ 120,00	
Manual de Control Interno de Inventarios para Comercial “Anita”			\$ 1.200,00	
TOTAL GASTOS DE HONORARIOS:				\$1.620,00
Otros Gastos				\$ 190,00
TOTAL DE PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN				\$2.843,00

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: Marjorie Vidal Tigrero

4.20. CONCLUSIONES

La propuesta presenta:

Directrices y lineamientos de control interno bajo la metodología del Modelo “COSO I y II”, que mejore la confiabilidad de la información financiera del Comercial “Anita”, específicamente se concluye con lo siguiente:

- Se ilustra la organización de las actividades del Comercial “Anita” mediante la representación gráfica de una estructura orgánica funcional por niveles que permita el cumplimiento de las políticas establecidas en el área de trabajo y llevar a cabo los procesos de manera eficiente.
- Se orienta el alcance de la eficiencia y eficacia de las operaciones del Comercial “Anita” mediante la estructura de control interno Modelo “COSO II”, para lograr la confiabilidad y precisión de la información financiera y operacional del Comercial “Anita”.
- El manejo de las operaciones no tiene de lineamientos para cada una de las funciones que desempeñan los colaboradores del Comercial “Anita” que conduzcan hacia el logro de resultados eficientes y eficaces.

4.21. RECOMENDACIONES

A la Gerencia y Contador del Comercial “Anita”, quienes deben:

De manera general considerar, socializar y analizar las directrices y lineamientos de control interno basados en el Modelo “COSO I y II”, que aporten a la razonabilidad de la información financiera del Comercial “Anita”, siendo necesario la aplicación de lo siguiente:

- Analizar y aprobar la organización de las actividades del Comercial “Anita” mediante la socialización de la estructura orgánica funcional por niveles permitiendo permita el cumplimiento de las políticas establecidas en el área de trabajo y aplicar procesos de manera eficiente
- Gestionar y direccionar el alcance de la eficiencia y eficacia de las operaciones del Comercial “Anita”, mediante la ejecución de la estructura de control interno Modelo “COSO II”, para lograr la confiabilidad de la información financiera y operacional del Comercial “Anita”.
- Establecer un manual de funciones que contenga lineamientos para cada una de las labores que desempeñan los colaboradores del Comercial “Anita” que permita conducir hacia el logro de resultados eficientes y eficaces.

BIBLIOGRAFÍA

- Adecomex.com. (2010). Adecomex. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://www.adecomex.com/Documentacion.pdf>
- Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación - Guía para su Elaboración. Caracas: Episteme.
- Bradley, J. (2011). eHow en Español. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de http://www.ehowenespanol.com/calcular-rentabilidad-cliente-como_52679/
- Bustos, J. (2007). El Impuesto al Valor Agregado y el Régimen de Facturación en el Impuesto a la Renta. Quito: Cevallos - Editora Jurídica.
- Catelotti, F. (3 de Julio de 2006). Gestipolis. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://www.gestipolis.com/tasas-de-interes/>
- Cegarra, J. (2011). Metodología de la Investigación Científica. Madrid: Ediciones Díaz Santos, S.A.
- Conceptos, S. (29 de Abril de 2012). Concepto de Cantidad. Recuperado el 21 de Mayo de 2015, de <http://sobreconceptos.com/cantidad>
- ConocimientosWeb. (2008). La Divisa del Nuevo Milenio. Recuperado el 21 de Mayo de 2015, de <http://www.conocimientosweb.net/portal/term6028.html>
- Contable, P. (2007). Plan General Contable. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de http://www.plangeneralcontable.com/?tit=guia-de-las-normas-internacionales-de-contabilidad-nic-&name=GeTia&contentId=man_nic&manPage=9
- Córdova, G., & Cruz, F. (2012). Reglamento de Comprobantes de Venta y Retención. Quito: Corporación EdiÁbaco Cia. Ltda.
- Definición.De. (2015). Definición.De. Recuperado el 20 de Mayo de 2015, de <http://definicion.de/precio-de-venta/>
- DefiniciónABC. (2015). Recuperado el Mayo de 24 de 2015, de 2015
- Definiciones.De. (2015). Recuperado el 20 de Mayo de 2015, de <http://definicion.de/compra/>

- Definiciones.De. (2015). Recuperado el 21 de Mayo de 2015, de <http://definicion.de/valuacion/>
- Definiciones.De. (2015). Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://definicion.de/contable/>
- Definiciones.De. (2015). Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://definicion.de/reporte/>
- Definiciones.De. (2015). Definiciones. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://definicion.de/expiracion/>
- Definiciones.De. (2015). Definiciones.De. Recuperado el 21 de Mayo de 2015, de <http://definicion.de/requisicion/>
- Ellmann, E. (2008). Confiabilidad una Estrategia Diferente de Negocios. Ellmann-Sueiro & Asociados.
- Etkin, J. (2009). Gestión de Complejidad de las Organizaciones. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Finanzas, C. (24 de Abril de 2013). Contabilidad y Finanzas.com. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://www.contabilidadyfinanzas.com/presentacion-razonable-de-los-estados-financieros.html>
- Finanzas, E. (2009). Diccionario Economía. Recuperado el 21 de Mayo de 2015, de <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DESABASTECIMIENTO.htm>
- Finanzas.com, E. (2011). Eco Finanzas. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPITAL_INVERTIDO.htm
- Gaitán, A. (2013). Operaciones y Contro de Almacén de Conservas Vegetales. Málaga: IC Editorial.
- Gerencie.com. (12 de Junio de 2011). Costo de Venta. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://www.gerencie.com/costo-de-venta.html>
- Grover, S. (2012). eHow. Recuperado el 21 de Mayo de 2015, de Definición de Responsabilidad Financiera: http://www.ehowenespanol.com/definicion-responsabilidad-financiera-sobre_543102/

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación - Cuarta Edición. México: Mc Graw - Hill Latinoamericana.
- Iborra, M., Dasí, À., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014). Fundamentos de Dirección de Empresas. Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A.
- ISTP. (2014). Instituto Superior de técnicas y Pràcticas Bancarias. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://www.finanzasyanca.com/index.php/Mercados-financieros/ique-es-un-metodo-de-inversion.html>
- Juma'h, A. (2015). Introducción a la Información Contable, Estimación y Aplicación para la Toma de Decisiones. España: Área de Innovación y Desarrollo, S.L.
- Logística, P. d. (2009). Panamericana de Logística. Recuperado el 21 de Mayo de 2015, de http://www.panalogist.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1:tomafisica&catid=1:contenidogeneral&Itemid=8
- Lópera, D., Ramírez, C., Zuluaga, M., & Ortíz, J. (2010). Revista de Psicología Universidad Anqtiioquia. Colimbia.
- Martínez, R. (2010). Productos Financieros Básicos y su Cálculo. España: Editorial Club Universitario.
- Mendoza, A. (17 de Marzo de 2013). Blog Spot. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://despdemer.blogspot.com/>
- Palella, S., & Martins, F. (2010). Metodología de la Investigación Cuantitativa. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Resendiz, A. (2009). Ensayo Universitario. México: Colegio de Contadores Públicos de México.
- santaelena.gob.ec. (s.f.). Obtenido de <http://www.santaelena.gob.ec/index.php/provincializacion.html>
- Santo, C. (2013). Puro Marketing. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://www.puromarketing.com/53/14334/como-alcanzar-fidelidad-ganar-cliente-para-siempre.html>

- Scrib.com. (2009). Scrib.com. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://es.scribd.com/doc/51656086/Que-es-un-sistema-automatizado#scribd>
- SRI. (2015). Servicio de Rentas Internas. Quito: SRI.
- Tamayo, M. T. (2008). El proceso de la Investigación. México: Limusa Noriega Editores.
- Thompson, I. (Julio de 2007). PromoNegocios.com. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm>
- Tomás-Sábado, J. (2009). Fundamentos de Bioestadística y Análisis de Datos para Enfermería. España: Servei de Publicacions.
- UPEL. (2008). Manual de Trabajos de Grado de Especialización, Maestría y Tesis Doctorales. Venezuela: Universidad Pedagógica Experimental Libertador .
- Vargas, C. (2007). CONTABILIDAD - Análisis de Cuentas. Cost Rica: Universidad Estatal a Distancia San José.
- Vinciana, A. (2011). Operaciones de Caja en la Venta. Málaga: IC Editorial.
- Wikipedia. (23 de Mayo de 2013). Preferencia Revelada. Recuperado el Mayo de 22 de 2015, de http://es.wikipedia.org/wiki/Preferencia_revelada
- Yuni, J., & Urbano, C. (2007). Técnicas para Investigar 2. Argentina: Editorial Brujas.

ANEXOS

ANEXO N° 1: Glosario de Términos

Chi-Cuadrada: Es una herramienta estadística, cuyo objetivo es evaluar la bondad del ajuste de un conjunto de datos a una determinada distribución candidata. Su objetivo es aceptar o rechazar la hipótesis presentada.

Componentes del Modelo “COSO II”: El control interno consta de ocho componentes relacionados entre sí, que proceden de la forma como la administración maneja la empresa, y están integrados a los procesos administrativos, los cuales se clasifican en: Ambiente de Control, Establecimiento de Objetivos, Identificación de Eventos, Evaluación de Riesgos, Respuestas al Riesgo, Actividades de Control, Información y Comunicación; y Monitoreo.

Control Interno: El Control Interno de una empresa está vinculado al Control de la Gestión Financiera y está organizado por el plan de organización y la asignación de responsabilidades a quienes forman parte de la empresa.

Estructura Orgánica: Es la forma en que se organizan, dividen, agrupan y coordinan las actividades de la empresa u organización en cuanto a las relaciones entre directivos y demás empleados de la institución.

Hipótesis: Es la propuesta de justificación ante un determinado fenómeno o elemento que toma lugar en cualquier espacio de estudio natural o social.

Manual: Instrumento administrativo que abarca en forma precisa, ordenada y eficiente información sobre objetivos, políticas y procedimientos de una organización pública o privada.

Misión: La misión es un elemento importante de la planificación estratégica de la empresa y a partir de estos se formulan objetivos con los que se guiará la empresa.

Modelo “COSO”: Organización voluntaria del sector privado, fundada en los EEUU, dedicada a proporcionar orientación a la gestión ejecutiva y las entidades de gobierno sobre los aspectos fundamentales de su organización, la ética empresarial, control interno, gestión del riesgo empresarial, el fraude, y la presentación de informes financieros.

Muestra: Es el subconjunto de las personas que conforman una población.

Nie: Frecuencia absoluta esperada.

Nio: Frecuencia Absoluta Observada.

Población: Personas que integran un grupo o sociedad y viven en un determinado lugar.

Políticas: Es la orientación o directriz que debe ser comunicada, entendida y acatada por todos los integrantes de la empresa, en ella se contemplan las normas y responsabilidades de cada departamento de la organización.

Procedimientos: Un procedimiento es un conjunto de acciones que tienen que realizarse de la misma forma, para obtener siempre el mismo resultado.

Tnioc: Total de las frecuencias absolutas observadas en la columna.

Tniof: Total de las frecuencias absolutas observadas en la fila.

Visión: Es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa u organización a largo plazo.

ANEXO N° 2: Abreviaturas

A.N.T.: Agencia Nacional de Tránsito.

Art.: Artículo

Bco.: Banco

Ch.: Cheque

Cta.: Cuenta

Cód.: Código

C.O.S.O.: Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway (Comité de Organizaciones Patrocinadas de la Comisión Treadway)

Fifo: First In First Out (Primero en Entrar, Primero en Salir)

Hip.: Hipótesis

I.E.P.S.: Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria

I.V.A.: Impuesto al Valor Agregado

L.R.T.I.: Ley de Régimen Tributario Interno

M.C.I.: Manual de Control Interno

M.I.E.S.: Ministerio de Inclusión Económica y Social

N.I.C.: Normas Internas Contables

N.I.I.F.: Normas Internacionales de Información Financiera

No.: Número

P.: Porcentaje

P.C.: Cumplimiento de Porcentajes

P.N.B.V.: Plan Nacional del Buen Vivir

Pymes: Pequeñas y Medianas Empresas

R.U.C.: Registro Único de Contribuyente

S.R.I.: Servicio de Rentas Internas

V.D.: Variable Dependiente

V.I.: Variable Independiente

ANEXO N° 3: Carta Aval

La Libertad 16 de Octubre del 2015

CARTA AVAL

En respuesta a la solicitud de la Srta. VIDAL TIGRERO MARJORIE CAROLINA, con C.I N°0928621648, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, y una vez analizada la propuesta de tema de tesis **“MANUAL DE CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS PARA COMERCIAL “ANITA”, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015”**, se procede a la aprobación de dicha solicitud, comprometiéndome a brindar la apertura, el apoyo y la información necesaria para el desarrollo del respectivo, además autorizo hacer uso de la información proporcionada por la entidad así como a su vez publicar el contenido en su totalidad en el portal de la página web de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Atentamente


Srta. Elba Elizabeth Pozo Pozo
GERENTE COMERCIAL ANITA

Fuente: Proceso de Investigación
Preparado por: Marjorie Vidal Tigrero

ANEXO N° 4: Fotografías de evidencia de visita a la Empresa



ANEXO N° 5: Formato de Encuesta Aplicada a Directivos y Empleados del Comercial “Anita”



UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA.



CUESTIONARIO DE PREGUNTAS DIRIGIDAS A DIRECTIVOS,
EMPLEADOS Y CLIENTES DEL COMERCIAL “ANITA”, DEL CANTÓN
LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA.

**MANUAL DE CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS PARA
COMERCIAL “ANITA”, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2015**

OBJETIVOS: El presente instrumento tiene como propósito obtener información relacionada a los conocimientos y la administración financiera de quienes integran el Comercial “ANITA”

INSTRUCTIVO: Marque con una “X” una de las opciones de cada pregunta de acuerdo a su criterio.

PREGUNTAS ENCUESTA

1. El precio de compra es determinado por:

Costo de la mercadería según factura	
Costo de Venta	
Costo de Inventario Inicial	
Costo de Inventario Final	
Ninguna de las Anteriores	

2. El precio de venta es determinado por:

Método FIFO	
Método PROMEDIO	

Precio de Compra	
Todas las Anteriores	
Ninguna de las Anteriores	

3. El ingreso del códigos de la mercadería al sistema de facturación es:

Correcto	
Incorrecto	
Totalmente Incorrecto	
Totalmente Correcto	
Ninguna de las Anteriores	

4. El ingreso de la mercadería al sistema de facturación es:

Correcto	
Incorrecto	
Totalmente Incorrecto	
Totalmente Correcto	
Ninguna de las Anteriores	

5. Respecto a las órdenes de requisición de mercaderías, se conoce que:

Son debidamente Autorizadas	
Una copia es para quien la emite	
Otra para el almacenista	
Una tercera para Contabilidad	

Ninguna de las Anteriores	
---------------------------	--

6. Los comprobantes de recepción de mercadería son:

Debidamente pre-numerados	
Legalizados con un “recibí conforme”	
Legalizados con un “entregué conforme”	
Con pre-numeración impresa	
Ninguna de las Anteriores	

7. Las políticas internas son:

Verificar continuamente la existencia de bienes	
Aplicar el sistema de Inventario Periódico	
Aplicar el control con el uso de A y B.	
Todas las Anteriores	
Ninguna de las Anteriores	

8. ¿Aplica el Comercial “ANITA” stocks Máximos y Mínimos?

Si	
No	

9. El informe de recepción contiene:

Cantidad que se recibe	
Cantidad o condición de la mercadería que se recibe	

Que la mercadería recibida este a orden del pedido	
Aclaraciones de mercadería de daño si lo hubiere	
Todas las Anteriores	

10. El importe de almacenado en el año 2014 fue:

Inspeccionado	
Legalizado por el responsable de la función de almacenaje	
Reportado a Contabilidad	
Verificado	
Ninguna de las Anteriores	

11. El costo de venta es igual a:

$\text{Inventario Inicial} + \text{Compras} + \text{Fletes} - \text{Inventario Final} = \text{Costo de Venta}$	
$\text{Costo de mercadería} + \text{Mano de Obra} + \text{Maquilas} - \text{Gasto de Fabricación} = \text{Costo de Venta}$	
$\text{Costo Fijo} + \text{Costo Variable} + \text{Costo de Producción} = \text{Costo de Venta}$	
Todas las Anteriores	
Ninguna de las Anteriores	

12. El costo de las existencias es igual a:

$\text{Inventario Inicial} + \text{Compras} - \text{Ventas Netas} + \text{Compras} = \text{Costo de existencias}$	
---	--

Costo Fijo + Costo Variable + Costo de Producción = Costo de Existencias	
Mercado disponible en venta	
Ventas Netas	
Ninguna de las Anteriores	

13. Las Normas Contables son:

Políticas	
Principios	
NIFF	
NIC	
Ninguna de las Anteriores	

14. Las Normas de Auditoría son:

NEA	
NIA	
NIFF – NIC	
NAGAS	
Ninguna de las Anteriores	

15. El reporte de despacho del Comercial “ANITA” es:

Automatizado	
Manual	

Legalizado con “entregué y recibí conforme”	
Respaldado por una orden de requisición	
Ninguna de las Anteriores	

16. Las órdenes de embarque del Comercial “ANITA” son:

Permutados Cronológicamente	
Automatizados	
Manuales	
Respaldados por una orden de requisición	
Ninguna de las Anteriores	

17. Los registros automatizados corresponden a:

Entrada de mercaderías por las compras	
Salida de mercadería por las ventas	
Saldos inmediatos de cada artículo	
Devolución de mercaderías en compras y ventas	
Ninguna de las Anteriores	

18. ¿Aplica el Comercial “ANITA” registros de las mercaderías en bitácora?

Si	
No	

19. Las ventas media por cliente son:

Satisfactorias	
Poco Satisfactorias	
Nada Satisfactorias	

20. La fidelidad del cliente equivale a:

Satisfacción	
Lealtad	
Compra repetida	
Disposición positiva	
Ninguna de las Anteriores	

21. La tasa de inversión corriente es igual a:

$\text{Inversión corriente} \div \text{Valor del producto}$	
Costo de productos o servicios + Aporte de los socios	
Costo de mercadería + Mano de Obra + Maquilas - Gasto de Fabricación	
Todas las Anteriores	
Ninguna de las Anteriores	

22. El capital proviene de:

Accionistas	
Un solo propietario	

Capital Ajeno	
Aportes en efectivo	
Ninguna de las Anteriores	

23. El método de valoración se refiere a:

La política contable con la que se cuantifica	
Formula de costeo	
Método de evaluación utilizado	
Cantidad total en libros de inventarios	
Ninguna de las Anteriores	