



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**DISEÑO DEL PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO (A) EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA - C. P. A.**

Título del proyecto:

Diseño de un modelo de control interno de inventario para la empresa Agroproduzca S.A situada en la ciudad de Guayaquil.

Autores:

Maurad Pineda Marco

Romero Mora Evelyn

Asesor:

Econ. Romero Cárdenas Erika Jadira

Milagro, 2015

Ecuador

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por la Srta. Romero Mora Evelyn Alexandra y el Sr. Maurad Pineda Marco Manuel, para optar al título de Ingeniero(a) en Contaduría Pública y Auditoría - CPA y que acepto tutoriar a los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 2 días del mes de Febrero del 2015

Econ. Romero Cárdenas Erika Jadira

CI #091657706-7

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los estudiantes Romero Mora Evelyn Alexandra y Maurad Pineda Marco Manuel autores de esta investigación declaramos ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, este trabajo ha sido elaborado con un riguroso estudio y análisis, para de esta manera contribuir a la mejora de un servicio eficiente y eficaz hacia los usuarios.

Milagro, a los 2 días del mes de Febrero del 2015

Romero Mora Evelyn

CI # 092758249-4

Maurad Pineda Marco

CI # 094035675-1

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniero(a) en Contaduría Pública y Auditoría otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniero(a) en Contaduría Pública y Auditoría otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORÍA

Dedico este trabajo y todos mis años de estudio en primer lugar a Dios, por haberme dado la fortaleza, iluminarme y ser mí guía para llegar hasta este momento tan significativo en mi vida como es mi formación profesional.

A mi madre Jexica Mora, a mi padre Byron Romero y mi hermana Helen Romero quienes me brindaron todo su amor y apoyo incondicional, me enseñaron siempre a salir adelante y no desmayar, fueron el pilar fundamental en toda mi etapa de estudio.

Evelyn Alexandra Romero Mora

Dedico este proyecto a Dios, a mis padres por la paciencia y el apoyo que me brindaron para lograr mi objetivo y a mi hermano por ser un ejemplo a seguir.

Manuel Maurad Pineda

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecerle a Dios por darme las fuerzas necesarias, fe, sabiduría y entendimiento para llegar al término de este transcurso de formación académica, a mis catedráticos quienes impartieron sus conocimientos para llegar a este objetivo llenando de felicidad y alegría a toda mi familia y a mí.

A mis padres quienes con su esfuerzo, amor, paciencia y confianza me motivaron a no desmayar y seguir adelante ante cualquier obstáculo que se me presente en la vida.

De manera muy especial a mi directora de tesis Econ. Erika Romero Cárdenas quien con su asesoramiento y conocimientos supo guiarme durante la elaboración de esta tesis, siendo un apoyo incondicional para lograr un excelente trabajo.

Evelyn Alexandra Romero Mora

Agradezco a Dios por haberme dado la vida, a mis padres por su apoyo incondicional, a mi familia por el ánimo que me da, a los catedráticos por todos los conocimientos que impartieron, a mis amigos por compartir buenos momentos y a mi tutora.

Marco Manuel Maurad Pineda

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Msc.Fabrizio Guevara Viejó.

RECTOR DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Presente...

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **“Diseño de un modelo de control interno de inventario para la empresa Agroproduzca S.A situada en la ciudad de Guayaquil”**. Y que corresponde a la FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES.

Milagro, a los 2 días del mes de Febrero del 2015

Romero Mora Evelyn Alexandra.

C.I: 092758249-4

Maurad Pineda Marco Manuel.

C.I: 094035675-1

ÍNDICE GENERAL

CARATULA	I
ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	III
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	IV
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	V
DEDICATORÍA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	IX
ÍNDICE DE CUADRO.....	XII
INDICE DE GRÁFICOS	XVI
ÍNDICE DE IMÁGENES	XVII
ÍNDICE DE DIAGRAMAS DE FLUJO	XVII
ÍNDICE DE ANEXO.....	XVIII
RESUMEN	XX
ABSTRACT	XXI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	2
EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Problematización.....	2
1.1.2 Delimitación del problema	4
1.1.3 Formulación del problema.....	4
1.1.4 Sistematización del problema	4
1.1.5 Determinación del tema	4

1.2 OBJETIVOS.....	4
1.2.1 Objetivo general	5
1.2.2 Objetivos específicos	5
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	5
1.3.1 Justificación de la investigación	5
CAPITULO II	7
MARCO REFERENCIAL.....	7
2.1 MARCO TEORICO	7
2.1.1 Antecedentes históricos	7
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	12
2.1.3 Fundamentación.....	15
2.2 MARCO LEGAL.....	39
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	42
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	45
2.4.1 Hipótesis General.....	45
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	45
2.4.3 Declaración de las variables	46
2.4.4 Operacionalización de variables.	47
CAPITULO III	50
MARCO METOLOGICO.....	50
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	50
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	51
3.2.1 Característica de la población	51
3.2.2 Delimitación de la población.....	51
3.2.3 Tipo de Muestra	51
3.2.4 Tamaño de la muestra	51
3.2.5 Proceso de selección	53

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	53
3.3.1 Métodos teóricos	53
3.3.2 Métodos empíricos	53
3.3.3 Técnicas e instrumentos	53
3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.	54
CAPITULO IV	55
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	55
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	55
.....	66
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.	72
4.3 RESULTADOS.	72
4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS	73
CAPITULO V	75
PROPUESTA.	75
5.1 TEMA.....	75
5.2 FUNDAMENTACIÓN	75
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	76
5.4 OBJETIVOS.....	77
5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	77
5.4.2 Objetivo específicos de la propuesta.....	77
5.5 UBICACIÓN.....	77
5.6 FACTIBILIDAD.	78
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	79
5.7.1 Actividades	104
5.7.2 Recurso, análisis financiero	105

5.7.3	Impacto.....	109
5.7.4	Cronograma.....	110
5.7.5	Lineamientos para evaluar la propuesta.....	111
	CONCLUSIÓN	112
	RECOMENDACIÓN	113
	BIBLIOGRAFIA	114

ÍNDICE DE CUADRO

Cuadro 1.....	17
Primeras Entradas, Primera Salida	
Cuadro 2.....	17
Promedio	
Cuadro 3.....	25
Stakeholder	
Cuadro 4.....	29
Componentes de la organización empresarial	
Cuadro 5.....	32
Tipos de Clientes	
Cuadro 6.....	34
Condiciones de la carta de pedido	
Cuadro7.....	37
Característica de los sistemas de control del inventario	
Cuadro 8.....	39
Fórmula para el costo de venta	
Cuadro 9.....	46
Declaración de las variables	
Cuadro 10.	47
Operacionalización de la variable general	

Cuadro 11.....	48
Operacionalización de la variable particular 1.	
Cuadro 12.	48
Operacionalización de la variable particular 2.	
Cuadro 13.....	49
Operacionalización de la variable particular 3.	
Cuadro 14.....	49
Operacionalización de la variable particular 4.	
Cuadro 15.....	56
La empresa cuenta con un sistema de control de inventario	
Cuadro 16.....	57
Sistema de control interno de inventario.	
Cuadro 17.....	58
Nivel de las ventas en la empresa Agroproduzca S.A.	
Cuadro 18.....	59
Frecuencia del control de inventario.	
Cuadro 19.....	60
Stock de mercadería.	
Cuadro 20.....	61
Requisición de mercadería.	
Cuadro 21.	62
Para disponer de mercadería en la empresa.	
Cuadro 22.	63
Método de valoración de existencia en la empresa.	
Cuadro 23.	64
Precios reales y cantidades de mercadería.	
Cuadro 24.	65
Personal del departamento de venta está capacitado.	

Cuadro 25.	66
Atención que brinda el personal de venta.	
Cuadro 26.	67
Tiempo siendo cliente de la empresa Agroproduzca S.A.	
Cuadro 27.....	68
Atención brindada por el personal de venta de la empresa Agroproduzca S.A.	
Cuadro 28.	69
La empresa Agroproduzca S.A cumple con sus expectativas.	
Cuadro 29.	70
El vendedor entrega el producto correcto al cliente.	
Cuadro 30.	71
Satisfacción del cliente de la empresa Agroproduzca S.A.	
Cuadro 31.	73
Verificaciones de Hipótesis General	
Cuadro 32.	74
Verificaciones de Hipótesis Particulares	
Cuadro 33.	81
Matriz de estrategias FODA	
Cuadro 34.	85
Políticas del Área de inventario.	
Cuadro 35.	86
Formato para el control de Ingreso de mercadería	
Cuadro 36.	87
Formato para el control de salida de mercadería	
Cuadro 37.	88
Responsabilidades del encargado de los inventarios de la Agroproduzca S.A	
Cuadro 38.	89
Formato del registro de sobrante y faltante de mercadería	

Cuadro 39.	90
Control de llegada de mercadería	
Cuadro 40.	91
Política de registro de compra de mercadería.	
Cuadro 41.	92
Solicitud de compra.	
Cuadro 42.	93
Requisición de compra	
Cuadro 43.	95
Control de precios	
Cuadro 44.	97
Políticas para la ejecución del control	
Cuadro 45.	100
Modelo de Kardex	
Cuadro 46.	101
Matriz FOFA - DODA	
Cuadro 47.	103
Actividades para los objetivos	
Cuadro 48.	104
Recursos, análisis financiero	
Cuadro 49.	106
Flujo de efectivo proyectado	
Cuadro 50.	107
Presupuesto de venta proyectado	
Cuadro 51.	109
Cronograma de actividades	
Cuadro 52.	110
Lineamientos para evaluar la propuesta	

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.....	56
La empresa cuenta con un sistema de control de inventario	
Gráfico 2.....	57
Sistema de control interno de inventario	
Gráfico 3.....	58
Nivel de las ventas en la empresa Agroproduzca S.A.	
Gráfico 4.....	59
Frecuencia del control de inventario	
Gráfico 5.....	60
Stock de mercadería	
Gráfico 6.....	61
Requisición de mercadería	
Gráfico 7.....	62
Para disponer de mercadería en la empresa	
Gráfico 8.....	63
Método de valoración de existencia en la empresa	
Gráfico 9.....	64
Precios reales y cantidades de mercadería	
Gráfico 10.....	65
Personal del departamento de venta está capacitado	
Gráfico 11.....	66
Atención que brinda el personal de venta	
Gráfico 12.....	67
Tiempo siendo cliente de la empresa Agroproduzca S.A	
Gráfico 13.....	68
Atención brindada por el personal de venta de la empresa Agroproduzca S.A	

Gráfico 14.....	69
La empresa Agroproduzca S.A cumple con sus expectativas	
Gráfico 15.....	70
El vendedor entrega el producto correcto al cliente	
Gráfico 16.....	71
Satisfacción del cliente de la empresa Agroproduzca S.A	

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1.....	33
Orden de Compra	
Imagen 2.	78
Ubicación de la Empresa	
Imagen 3.....	80
Valores Corporativos	
Imagen 4.	84
Organigrama la empresa Agroproduzca S.A	
Imagen 5.	105
Estado de resultado de la empresa Agroproduzca S.A	

ÍNDICE DE DIAGRAMAS DE FLUJO

Diagrama de flujo 1.....	94
Modelo de Registro de compra de mercadería.	
Diagrama de flujo 2.....	96
Modelo de Registro de las ventas de mercadería.	

ÍNDICE DE ANEXO

Anexo 1.....	118
Aceptación de la empresa para el levantamiento de información.	
Anexo 2.....	119
Formato de las encuestas realizadas al personal administrativo de la empresa Agroproduzca S.A.	
Anexo 3.....	120
Formato de las encuestas realizadas a los clientes de la empresa Agroproduzca S.A	
Anexo 4.....	121
Números de trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A	
Anexo 5.....	122
Políticas sistema de gestión de prevención de la empresa Agroproduzca S.A	
Anexo 6.....	123
Análisis FODA de la empresa Agroproduzca S.A.	
Anexo 7.....	124
Inventario de la empresa Agroproduzca S.A.	
Anexo 8.....	125
Inventario de la empresa Agroproduzca S.A	
Anexo 9.....	126
Inventario de la empresa Agroproduzca S.A.	
Anexo 10.....	127
Inventario de la empresa Agroproduzca S.A.	
Anexo 11.....	128
Organigrama de la empresa Agroproduzca S.A.	
Anexo 12.....	129
Recibo de caja de la empresa Agroproduzca S.A	
Anexo 13.....	130
Nota de crédito de la empresa Agroproduzca S.A.	

Anexo 14.....	131
Comprobante de Retención de la empresa Agroproduzca S.A.	
Anexo 15.....	132
Sistema de trabajo de la empresa Agroproduzca S.A	
Anexo 16.....	133
Estado de resultado de la empresa Agroproduzca S.A.	
Anexo 17.....	134
Guía de remisión de la empresa Agroproduzca S.A.	
Anexo 18.....	135
Árbol de problema	
Anexo 19.....	136
Matriz de la problematización	
Anexo 20.....	137
Foto en la empresa Agroproduzca S.A	
Anexo 21.....	138
Foto realizando las encuestas en la empresa Agroproduzca S.A	
Anexo 22.....	139
Foto recolección de información en la empresa Agroproduzca S.A.	

RESUMEN

La falta del control Interno en muchas empresas ha ocasionado perdida de dinero y por ende el quiebre de la misma, hoy en día la competencia se ha convertido un factor muy comercial e importante pero sin embargo por no contar con personal capacitado para llevar un buen control de inventario se desconoce la existencia física de los productos en stock.

Es por esto que a lo largo de la investigación se pudo reconocer una gran problemática que tiene la empresa Agroproduzca S.A. tales como: el escaso control de inventario, el descontrol de la requisición de mercadería, la falta de un método de valoración y de capacitación a los trabajadores del área de venta.

Tras las encuestas dirigidas al personal administrativo y clientes de la empresa Agroproduzca S.A. se llegó a la conclusión que lo más factible para la misma es el diseño de un modelo de control interno de inventario. Con el fin de brindar una adecuada atención a los clientes e impulsando el desarrollo económico de la empresa.

Es así que mediante el diseño de un modelo de control interno de inventario y la capacitación al personal del área de venta los trabajadores podrán aplicar tales conocimientos en su desempeño profesional y la empresa podrá tener mejoras.

Palabras Claves: Inventario, control interno, método de valoración, políticas y procedimientos, venta.

ABSTRACT

The lack of internal control in many companies has caused loss of money and hence the breakdown of it, today's competition has become a very important factor commercial and yet no have qualified staff to keep a good control inventory physical existence of the products is unknown stock.

That is why throughout the investigation could recognize a problem that the company Agroproduzca SA such as: inadequate inventory control, decontrol requisition goods, the lack of a valuation method and training to workers on the sales area.

After the surveys aimed at administrators and enterprise customers Agroproduzca SA it was concluded that the most feasible for it is the design of a model of internal control inventory. In order to provide adequate customer service and boosting economic development of the company.

Thus, by designing a model of internal control inventory and training staff sales area workers may apply such knowledge in their professional performance and the company may have improved.

Keywords: Inventory, internal control, valuation method, policies and procedures, sale.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo se enfoca en el área de inventarios de la empresa Agroproduzca S.A. de la ciudad de Guayaquil donde se ha localizado un problema puesto que en la misma no se aplican controles de inventarios y mucho menos se practica una cultura de atención adecuada al cliente que permita satisfacer las necesidades del mismo.

Esta situación ha provocado malestar en los clientes, es por eso que mediante este proyecto se analizaran la incidencia de la falta de control interno de inventario en las ventas, con la finalidad de contribuir a la mejora de la atención.

Se diseñara un modelo de control interno de inventario el cual permitirá a la empresa tener un buen desarrollo económico y por medio de una capacitación a los trabajadores del área de venta brindar una buena atención a los clientes.

La población objeto de estudio son los empleados de la empresa Agroproduzca S.A. del área de inventario y los clientes de la misma para los cuales se ha utilizado el muestreo probabilístico.

El Capítulo I explica la problemática existente en la empresa la cual nos permitirá tener una visión clara de lo que el presente trabajo quiere lograr.

En el Capítulo II se conceptualiza los términos utilizados, se explica las fundamentaciones teóricas. Asimismo en este capítulo se identifica las variables a estudiar para el desarrollo de la investigación.

En el Capítulo III se determina la población y muestra a ser estudiada, señala los métodos y técnicas a utilizarse.

El Capítulo IV hace referencia a la tabulación y grafica estadista de los datos obtenidos en la encuesta.

Por último, el Capítulo V detalla la propuesta con las posibles soluciones a la problemática, se hace el análisis FOFA - DODA, y se establecen las estrategias a aplicar.

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

En Ecuador, el campo de la agroindustria tuvo un crecimiento del 2.61% en la economía del país en el año 2014 y se espera que al finalizar el año 2015 se alcance un aumento del 2.56%. El campo de la agricultura tiene un aumento radical en sus productos lo que está obligado a mayor utilización de sus recursos materiales.¹

En nuestro país existen 146 empresas que se dedica a la venta de maquinarias, equipos y materiales, de la cual 32 empresas están ubicadas en la ciudad de Guayaquil.²

En la provincia del Guayas se cultiva alrededor de 1.500.000 Hectáreas lo que implica la utilización de diferentes maquinarias agrícolas para poder mantener activo las tierras y los cultivos.³

La empresa Agroproduzca S.A. está situada en la ciudad de Guayaquil en la Cdla. Acuarela del Río en la Av. Antonio Parra Velasco que se dedican a la venta de maquinarias, repuestos y material agropecuaria y cuenta con un número de 3.200 clientes.

¹(Banco Central del Ecuador, 2012)

²(Instituto nacional de estadística y censos, 2010)

³(Instituto nacional de estadística y censos, 2010)

La falta del control Interno (inventario, ventas, precios y productos) en muchas empresas ha ocasionado perdida de dinero y por ende el quiebre de las mismas, este es uno de los aspectos más importantes en la administración de las micro, mediana e incluso en las grandes empresas ya que es muy pocas veces atendido.

Dentro de la empresa, se trabaja con diferentes procesos, manejan un control interno que tiene muchos años de aplicación lo cual lo convierte en un control obsoleto, por este motivo en la actualidad no se puede tener un control adecuado del inventario, procesos más lentos tanto en almacenamiento recepción, entrega de mercadería por tanto se da el desconocimiento del stock de mercadería y a su vez informes de inventarios incorrectos, ya que estos son los aparatos circulatorios dentro de la empresa.

Otro problema de la entidad es el descontrol de requisición de mercadería debido a la compra inadecuada de repuestos de las maquinarias pesadas lo que provoca la reducción de mercadería disponible para la venta

Además la entidad no cuenta con un método definido de valoración de existencias, es por ello que se tiene desconocimiento de los precios reales de los productos en stock.

El personal que labora en la empresa Agroproduzca S.A en el área de almacén no está debidamente capacitado ya que al momento que el cliente va a adquirir un producto es mal atendido, entregando mercadería con numeraciones equivocadas.

Si la empresa no toma las medidas correspondientes se verá afectada en diferentes situaciones, insuficiente mercadería en stock, productos en mal estado, los precios correspondientes no establecidos, ventas y utilidades bajas, pérdida de clientes.

Para que la empresa Agroproduzca S.A no se vea afectado por los problemas antes mencionados deberá reestructurar el sistema de control interno de inventario en el proceso de recepción, almacenamiento y entrega de mercadería, además el personal tiene que ser capacitado para brindarle una buena atención al cliente.

1.1.2 Delimitación del problema

Campo: Auditoria

Área: Inventario

Aspecto: Análisis del sistema de control interno de inventario y su incidencia en las ventas.

Espacio: Empresa Agroproduzca S.A. de la ciudad de Guayaquil.

Tiempo: Año 2014

1.1.3 Formulación del problema.

¿Qué incidencia tiene la falencia del sistema de control interno de inventario en las ventas de la empresa Agroproduzca S.A. de la ciudad de Guayaquil en el año 2014?

1.1.4 Sistematización del problema

¿En qué medida influye el escaso control de inventario en el desconocimiento del stock de mercadería?

¿De qué manera afecta el descontrol de requisición de mercadería en las ventas de la empresa?

¿De qué manera afecta la falta de un método de valoración de existencia en las cantidades y precios reales de la mercadería en stock de la empresa?

¿En qué medida influye el personal no capacitado del área de almacén en la atención hacia los clientes?

1.1.5 Determinación del tema

Análisis del sistema de control interno de inventario y su incidencia en las ventas de la empresa Agroproduzca S.A de la ciudad de Guayaquil en el año 2014.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

Analizar el sistema de control interno de inventario y su incidencia en las ventas de la empresa Agroproduzca S.A en el año 2014 mediante una investigación de campo con la finalidad de determinar la eficiencia y eficacia del personal encargado.

1.2.2 Objetivos específicos

- ❖ Detectar las causas de porque existe un escaso control de inventario
- ❖ Determinar que ocasiona el descontrol de requisición de mercadería en la empresa Agroproduzca S.A.
- ❖ Analizar los métodos de valoración de existencia.
- ❖ Diagnosticar cómo influye el personal no capacitado del área de almacén en la atención a los clientes.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

El principio elemental de esta investigación parte de los constantes problemas que se presenta en la empresa: manejan un control interno que tiene muchos años de aplicación.

La investigación es realizada para dar conocer cuán importante son los controles internos en la empresa. El estudio y la evaluación del control interno se efectúan con el objetivo de cumplir con la norma de ejecución del trabajo que requiere el auditor, quien tiene la responsabilidad de realizar un adecuado estudio y evaluación del control interno.

En base a lo redactado es muy importante saber que el control interno de soporte a los administrativo de la empresa, ayudaría a que los administrativos de la empresa pueda tomar las respectivas decisiones para el buen funcionamiento y lograr mayor rentabilidad.

Esta investigación se basa en el análisis del control interno de inventario, para dar conocer los diferentes problemas que se está presentando y poder dar diferentes recomendaciones al personal de la empresa, para que puedan tomar las medidas

correspondientes, con el objetivo de que la empresa no tenga problemas con la recepción, almacenamiento y entrega de mercaderías.

El perfeccionamiento de los negocios, aumento de tecnología, se van dando diariamente a nivel empresarial en varios aspectos tanto de niveles productivo y de control en las diversas actividades.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes históricos

La empresa Agroproduzca S.A., fue fundada en el año de 1994, esta se dedica a la Venta al por mayor y menor de Herramientas agrícolas, Maquinas, incluso piezas, existiendoComerciante de la marca Massey Ferguson para todo el Ecuador.⁴

En el año 2005, la empresa instala una sucursal en la ciudad de Babahoyo, a fines del año 2008 incorpora una nueva sucursal en Daule, y en el año 2010 incorporan unas nuevas sucursales en Riobamba y Quitopara estar más cerca del agricultor.

El control interno es administrado por un grupo de persona de la empresa y evaluado por un auditor, poseen varias fuentes para poder realizar una excelente auditoria.

1994, Jack Fleitman S. incorpora conceptos fundamentales de evaluación con un enfoque profundo; muestra las fases y metodología para el estudio, la manera de diseñar y aplicar cédulas y cuestionarios, y el uso de casos para ejemplificar una aplicación específica.

⁴(Agroproduzca S.A, 2014)

En enero del año 2.000, Lidia Zuazo, presenta su libro, "Papeles de trabajo de auditoria externa e interna, en el mismo que realiza un resumen analítico de la auditoria en sus administrativa, financiera, operacional e integral.

En 2001, Eduardo José Mancilla publica "La auditoría administrativa un enfoque científico, obra con la cual afronta el reto de abordar de manera seria esta disciplina con un enfoque científico sustentado en los componentes del proceso administrativo.

La auditoría administrativa surgió de la necesidad para medir y cuantificar los logros alcanzados por la empresa en un período de tiempo determinado. Surge como una manera efectiva para poner en orden los recursos de la empresa.

Desde sus inicios, la necesidad que se le plantea al administrador de conocer en que está fallando o que se está incumpliendo, lo transporta a evaluar o analizar si los planes se están llevando a cabalidad y si la organización está alcanzando sus metas.

La Auditoría Administrativa forma parte esencial del proceso administrativo, porque sin control, los pasos del proceso no son significativos, porque además, la auditoría va de la mano con la administración como parte integral en el proceso administrativo y no como otra ciencia aparte de la propia administración.⁵

El origen del Control Interno, suele encontrarse en el tiempo con el levantamiento de la partida doble que fue una de las medidas de control, a finales del siglo XIX que los hombres de negocios se inquietaron por formar e instituir sistemas adecuados para el amparo de sus intereses.

Como consecuencia del notable incremento de la producción, los dueños de los negocios se vieron impedidos de continuar atendiendo en persona las dificultades productivas, comerciales y administrativas; viéndose obligados a encomendar funciones dentro de la empresa en conjunto con la creación de políticas y operaciones que disminuyan fraudes o errores.

Originó a sentirse la urgencia de llevar un extremo control sobre los servicios de los negocios; ya que se había proporcionado más atención a la fase de elaboración y

⁵(ENRIQUE, 2007)

comercialización que a la fase administrativa u organizativa, reconociendo la necesidad de realizar un sistema de control como resultado del importante desarrollo operado dentro de las empresas.

Se logra confirmar que el Control Interno ha sido desasosiego de la mayoría de las empresas, aunque con dispares enfoques y técnicas, lo cual se puede demostrar al examinar los libros de auditoría, los artículos informados por organizaciones competitivas, universidades y autores individuales.

La importancia de tener un buen sistema de control interno en las organizaciones, ha crecido debido a lo práctico que resulta al medir la eficiencia y la productividad al momento de implantarlos; en especial si se centra en las actividades básicas que realizan, pues de ellos dependen para mantenerse en el mercado. Es bueno recalcar, que la empresa que aplique controles internos en sus actividades, llevará a estar al tanto de la situación existente.

Es por esto que se logra el plan de empresas en todos los ordenamientos coordinados de modo coherente a las necesidades del negocio, para resguardar sus activos, comprobar su escrupulosidad y confidencialidad de los datos contables, asimismo llevar la eficiencia, productividad y protección en los ordenamientos para estimular la adhesión a las requerimientos ordenados por la administración.

Se separa, que todas las oficinas que conforman una institución son significativas, pero, existen subordinaciones que siempre van a estar en constantes cambios, con el objetivo de mejorar su funcionalidad dentro de la organización. Siendo así, resulta claro, que dichos cambios se pueden lograr implementando y adecuando controles, los cuales logren salvaguardar y preservar los bienes de un departamento o de la empresa.

Catácora, expresa que el control interno: Es la base sobre el cual reposa la confiabilidad de un sistema contable, la fortaleza del mismo determinará si existe una seguridad razonable de las operaciones reflejadas en los estados financieros de la empresa. Una debilidad importante del control interno poco confiable, simboliza un aspecto negativo dentro del sistema contable.⁶

⁶(CATÁCORA, 1996)

Una entidad que no realice los controles internos adecuados, puede correr el riesgo de tener desviaciones en sus operaciones, y por supuesto las decisiones tomadas no serán las más adecuadas para su gestión e incluso podría llevar al mismo a una crisis operativa, por lo que, se debe asumir una serie de consecuencias que perjudican los resultados.

Después de revisar y analizar algunos conceptos que tienen que ver con el control, se puede opinar que estos controles permiten definir la forma sistemática de como las empresas han visto la necesidad de implementar controles administrativos en todas y cada una de sus operaciones. Dichos controles se deben establecer con el objetivo de reducir el riesgo de pérdidas y en sus defectos prever las mismas.

Sea cual sea la aplicación del control que se quiere implementar para la mejora organizativa, existe la probabilidad del surgimiento de situaciones inesperadas. Para esto es importante aplicar un control preventivo, cuya finalidad es de que se encargarán de ejecutar los controles antes del inicio de un proceso o gestión administrativa.

Adicionalmente, se dispone con controles de detección, los cuales se realizan durante o después de un proceso; la eficacia de este tipo de control dependerá principalmente del intervalo de tiempo transcurrido entre la ejecución del proceso y la ejecución del control, para evaluar la eficiencia del procedimiento de control, es necesario definir los objetivos a cumplir.

Unido a esto, Poch, expresa: el control aplicado de la gestión tiene por meta la mejora de los resultados ligados a los objetivos. Esto concluye cuan relevantes son los controles y en tal sentido; Leonard, afirma, que esto es en realidad un trabajo de comprobación para estar seguro que todo se encuentra en orden. Es importante resaltar que si se aplican controles de una forma organizada y ordenada, entonces existirá una interrelación positiva, la cual vendría a constituir un sistema de control sumamente más efectivo.⁷

⁷(LEONARD, 1990)

Cabe señalar que el sistema de control tiende a dar seguridad a las funciones que cumplan de acuerdo con las expectativas planeadas. Igualmente indica las fallas que pudiesen existir con el fin de tomar medidas y así su reiteración.

Entrando de lleno en el tema central, el control interno es todo un sistema de controles financieros utilizados por las empresas, y además, lo establece la dirección o gerencia para que los negocios puedan realizar sus procesos administrativos de manera secuencial y ordenada, con el fin de proteger sus activos, salvaguardarlos y asegurarlos en la medida posible, la exactitud y la veracidad de sus registros contables.

El control interno va a servir como base o instrumento de control administrativo, y que igualmente contiene el plan de organización, de procedimientos y observaciones con la única finalidad de custodiar los activos de la empresa.

El procedimiento de organización, de los métodos y medidas coordinadas adoptadas al negocio, para proteger y salvaguardar sus activos, verificar la exactitud y confiabilidad de los datos contables y sus operaciones, promover la eficiencia y la productividad en las operaciones y estimular la adhesión a las prácticas ordenadas para cada empresa".

Una vez establecido y dejado claro el concepto del control interno es bueno verlo también desde un punto de vista financiero donde Holmes, lo define como: "Una función de la gerencia que tiene por objeto salvaguardar, y preservar los bienes de la empresa, evitar desembolsos indebidos de fondos y ofrecer la seguridad de que no se contraerán obligaciones sin autorización".

Considerando los distintos conceptos de control interno pueden dividirse en dos grandes grupos: Administrativos y Contables. El administrativo, es el plan de organización, y de todos los métodos que facilitan la planeación y control de la empresa. Con relación al contable, se puede decir que comprende de métodos y procedimientos relacionados con la autorización de transacciones, tal es el proceso de los registros financieros y contables.

La importancia que está adquiriendo el control interno en los últimos años, a causa de muchos problemas producidos por su ineficiencia, ha hecho necesario que los

consejos de administración asumieran de forma efectiva, unas responsabilidades que hasta el momento se habían dejado en manos de las propias organizaciones. Por eso es necesario que la administración tenga claro en qué consiste el control interno para que pueda actuar al momento de su implementación.

El control interno no tiene el mismo concepto para todas las personas, lo cual causa desconciertos entre empresarios y profesionales, legisladores. En efecto, se originan problemas de diversidad de expectativas y comunicación, los mismos que dan origen a problemas dentro de las empresas.⁸

2.1.2 Antecedentes referenciales

A continuación se presenta un resumen y algunas propuestas de investigaciones relacionadas con el tema planteado las cuales anteceden este estudio y fueron considerados como relevantes para presentar la misma.

Vera y Vinueza (2011), en su trabajo de grado para obtener el título de Ingeniería Comercial, mención en finanzas, realizado en la universidad Estatal de Milagro; titulado “Diseño de un control interno para la empresa XYZ” dedicada a la comercialización de artículos para el hogar, línea blanca, plásticos, artículos fabricados en maderas.

La presente tesis hizo un análisis de los distintos procesos administrativo de inventarios, el mismo que tiene lugar en las bodegas de la empresa. El estudio ha identificado que la empresa no posee políticas y niveles de inventario lo cual genera un alto valor en la gestión de compras, bajo rendimiento en la inversión y altos costos en la administración de este proceso.

Los autores concluyeron que la elaboración y aplicación de los manuales administrativos y contables, son piezas fundamentales para proteger los recursos de la empresa, garantizar la eficacia, eficiencia y economía en todas las operaciones de la organización promoviendo y facilitando la correcta ejecución de las operaciones, para conocer la eficiencia del sistema de control interno y poder evaluarla.⁹

⁸(VERA, 2011)

⁹(VERA, 2011)

Asubadin Inés Cristina (2011) en su trabajo de graduación previo a la obtención del título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, en la universidad técnica de Ambato; titulado “Control interno del proceso de compras y su incidencia en la liquidez de la empresa comercial Yucailla CIA. LTDA. En el año 2010”, informa que toda empresa tiene problemas que necesita ser solucionado.

La innovación de productos que la empresa comercializa hace que las compras sean tan importantes, por esta razón el problema que venía acarreado en la empresa hace algunos años atrás se intensificó cuando la empresa creció, es preocupante que una empresa con tal magnitud no tenga en claro el proceso de compras, es por esta razón que la investigación fue factible realizarla y sobre todo satisfactorio dar solución.

Recomendó reestructurar los procesos del control interno en las compras para empezar a cumplir los procedimientos correctos utilizando las funciones y procedimientos que exige la empresa para lograr los objetivos planteados, de esta manera controlar las compras que requiere comercial Yucailla, además con estos cambios se podrá tener un adecuado manejo en la liquidez.¹⁰

Maridueña y Guamán (2013) en su trabajo de grado previo a la obtención del título de Ingeniería Comercial presento su tesis, titulado Proceso de sistema de control de inventario y facturación en el comercial Sandrita de la ciudad de Milagro, cuya actividad es la comercialización de productos de primera necesidad, además distribuye electrodomésticos y motos de diferentes marcas; y se dedica también al negocio de cyber cabinas.

A pesar de que ofrece algunas líneas de productos, en comercial “SANDRITA” existe bajo rendimiento debido a la falta de control de las ventas.

Otras de las problemáticas es que actualmente no existe un control del inventario de mercaderías a causa del desinterés del propietario por la implementación e innovación de sistemas de control.

¹⁰(ASUBADIN, 2010)

Concluyeron que para mejorar la rentabilidad del negocio, es necesaria la implementación de un sistema de facturación e inventarios para así mejorar y mantener un control efectivo de sus ventas.

Este programa tendrá un costo elevado, pero el comercial tendrá resultados positivos, invertir en capacitaciones constante para actualizar los conocimientos administrativos y técnicos del personal que labora, para mejorar su rentabilidad y recomendaron a los propietarios poner en práctica las normativas y políticas internas propuestas para mejorar la eficiencia y rentabilidad del comercial.¹¹

Valverde Aguilar María (2012), en su trabajo de grado previo a la obtención del título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, presentó su tesis titulado; Análisis del sistema contable de la ferretería Sumelectro de propiedad de Jessenia Maritza Burneo Gonzabay de la ciudad de Machala, y diseño de un sistema de control de inventario.

Detecto que el Control de Mercaderías, cuenta con un escaso Control de Inventarios, provocando una desorganización contable, lo que conlleva a que el proceso contable sea realizado con información no real, documentos llenados en forma incorrecta y no acorde a la actividad que realiza la ferretería, no existe un Método de Valoración definido, lo que impide un mejor control de las entradas y salidas de mercaderías en la tarjeta kardex.

Recomendó que sea necesaria la implementación de un Sistema de Control de Inventarios, que permita establecer medidas para el buen control, utilización de documentos y registros apropiados, proporcionando resultados reales, definir un Método de Valoración.¹²

CHIGUANO, A. En su trabajo previo a la obtención del Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría presento la tesis de Diseño de un diseño Logístico de Inventarios (Adquisición) para la empresa comercial almacén Famesa.

¹¹(MARIDUEÑA)

¹²(VALVERDE, 2012)

Su objetivo es determinar falencias que acarrea, el no contar con un control de inventarios y proponer un sistema de control de inventarios. Este autor concluyo que FAMESA al contar con el sistema que se propone "Logística de inventarios adquisiciones" tendrá una visión diferente, clara que dará un giro de 360 grados obligando a cumplir estrictamente los procedimientos y actividades que impone, identificará las responsabilidades de los encargados de la aplicación y de todos los que intervienen en el canal logístico.¹³

2.1.3 Fundamentación

Inventarios y métodos de valoración.

Según la evolución de la teoría de los inventarios:

Años 70.- Es mantener un inventario suficiente con el fin de no agotar ningún producto para la venta.

Si la empresa o compañía tenía un alto margen de rentabilidad, se explica tener altos niveles de inventario con dos elementos importantes como son:

- ❖ Alto índice de envejecimiento
- ❖ Limitación de los intercambios

A los años 80.- en las empresas se especulaba que tener suficiente inventario e quitarle cierto movimiento, se promovió a conversar de flujo de inventario.

Ya se calculaba el índice de rotación de inventario tales como comercializaciones, gasto, inventario promedio y consecutivamente a la celeridad de la mercadería.

En los 90.- las entidades adquieren con mayor habilidad y los índices de inflación son débiles.

Ciertas empresas se apresuraron en aumentar su movimiento y nivel de inventario. Y creció el problema que hoy en día tienen muchas organizaciones es decir el exceso de inventario.

¹³(CHIGUANO, 2005)

Hoy en día.-Existe mayor conocimiento de lo que cuesta adquirir para acumular LA mercadería, nadie ambiciona garantizarse con los costos de acumulación del inventario.

Las instituciones comerciales se alistan para absorber los inventarios con la finalidad de transferirla de manera rápida a la siguiente cadena.

El principal objetivo de la mercadería es equilibrar el costo considerado como un activo conservando los ingresos de la empresa para que estos sean reconocidos.

Es primordial resaltar que cada uno de los métodos de valoración tiene que ver con los precios de cada artículo que ofrece la empresa y no con los activos de la misma.

Algunos inventarios pueden ser medidos a su importe neto de elaboración.

La mercadería en las empresas están determinadas como los aparatos circulatorios muy significativos para las mismas, la contabilización de la mercadería enmarca a los:

1. Precios de mercadería adquirida
2. Precio ponderado en los inventarios

El costo de la existencia se asigna utilizando cualquiera de los dos métodos siguientes:

Primeras Entradas, Primera Salida

El movimiento material real de la organización es considerable pero no tan significativo, lo relevante es el movimiento de los costos de mercadería lo que presume que los productos iniciales al ingresar al inventario de la institución deben ser los primeros en despedirse de la empresa.

La última etapa de la mercadería o inventario están inmersos por los productos que ingresaron a formar parte de los inventarios de las instituciones, este método tiene ventajas y desventajas:

Cuadro 1.Primeras Entradas, Primera Salida

Ventajas	Desventajas
Es que al evaluar los inventarios según la corriente normal de existencia se establece una política óptima de la administración de sus inventarios porque los que se envían primero a producción son aquellos productos que entraron primero.	No cumple con el principio de periodo contable o acumulación en cuanto al enfrentamiento o apareamiento de los costos actuales de los inventarios con los precios de ventas actuales.

Fuente:Administración moderna

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Promedio

En este método de valoración demanda deducir el precio promedio de los productos de inventario que ingreso en primeras instancias en la institución más la adquisición que se haya realizado en el periodo contable. En base al valor promedio unitario se establece el precio de producción y así también el costo final del producto su fórmula es los saldos divididos para la existencia.

Cuadro 2.Promedio

Ventajas	Desventajas
En épocas donde los cambios de precios no son exagerados, éste método limita las distorsiones de los precios en el corto plazo, pues normaliza los costos unitarios en el periodo.	Teóricamente es irracional porque se basa en la idea de que las ventas se realizan en proporción a las compras y que el promedio ponderado es afectado por el inventario inicial, las primeras y las últimas compras, lo que puede hacer un atraso entre los costos de compras y la valuación del inventario, pues los costos iniciales pueden llegar a influir tanto o más que los costos finales.

Fuente:Administración moderna

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Hipotéticamente es insensato porque se fundamenta en la idea de que la comercialización se realiza en compensación a las adquisiciones y que el promedio ponderado es presumido por la mercadería inicial de la empresa, las primeras mercadería y las últimas adquisiciones, lo que puede crear un aplazamiento entre los costos de compras y el precio de los inventarios, pues los costes iniciales pueden alcanzar a influir tanto o más que los costos finales¹⁴.

Los inventarios son la unión entre la fabricación y la comercialización. En una empresa manufacturera el control de inventario equilibra la línea de fabricación. Los controles ejercidos sobre los inventarios de materias primos, bienes en proceso y productos terminados absorben la amplitud. Estos tienden a suministrar un flujo constante de creación de productos, facilitando su pro objetivos del inventario.

Es el conjunto de productos que tiene la compañía para comercializar con aquellos, consintiendo la compra y venta o la transformación primero antes de venderlos, en un periodo económico definitivos.

Objetivo del inventario

Todo instrumento que pretenda cumplir favorablemente con el contenido propuesto, tiene que fijarse objetivos bien definidos:

- ❖ Conocer con precisión la cantidad de bienes de la empresa
- ❖ Transportar el control del uso de los bienes materiales y equipo, verificando que se conserve la cantidad y calidad adecuadas a las necesidades.
- ❖ Conocer a través de las tipologías que tiene un bien, su importancia y valor para un adecuado manejo.
- ❖ Poseer el control estricto de las entradas y salidas de los bienes y materiales del almacén.
- ❖ Determinar responsabilidades al personal encargado del uso y manejo de un bien, para garantizar su cuidado y correcta utilización.
- ❖ Fijarse que los bienes y materiales de consumo existan en cantidades suficientes y se adquieran los faltantes en el almacén.

¹⁴(CARO)

- ❖ Establecer que las existencias físicas inventariadas correspondan al registro en los libros.

Tipos de Inventario

Los inventarios resultan de vital importancia para las empresas, sobre todo para los fabricantes, Estos forman partes del activo de la empresa.

Existen varios tipos de inventarios, los más comunes son los siguientes:¹⁵

Inventario de Materia Prima

Comprende los elementos básicos o principales que entran en la elaboración del producto. En todo movimiento concurren una variedad de artículos (materia prima) y materiales, que serán sometidos a proceso para obtener al final un artículo terminado o acabado.

Los materiales que interceden en mayor grado en la producción se les consideran "Materia Prima", ya que su uso se hace en cantidades lo suficientemente importantes del producto acabado.

Inventario de Mercancía

Esto incluye los bienes adquiridos por la empresa, que van a ser vendidos sin someterse a procesos de transformación. En este también se integran todas las mercancías disponibles para la venta y deben reflejarse en una contabilidad diferenciada, ya que existen diferentes tipos de mercancías como: las mercancías en camino, aquellas que están compradas pero todavía no se recibieron y las mercaderías en consignación, que son propiedad de las empresas y se ceden a terceros como garantías.

Inventarios de productos en procesos

Están formados por los bienes en procesos de manufactura, es decir, por aquellos productos que están siendo utilizados durante el proceso de producción.

¹⁵(MIGUEZ, 2006)

Este tipo de inventario aumenta su valor en la medida en la que el producto se va transformando. Su cuantificación tiene en cuenta no solo la cantidad de materia prima, si no también elementos de otra índole como la mano de obra y los gastos de fabricación.

La duración del proceso productivo afecta directamente a este tipo de inventarios. La rotación puede incrementarse si se reduce el periodo de producción.

Inventarios de productos terminados

Se trata de inventarios que agrupan todos aquellos productos transformados y manipulados por la empresa mediante los procesos de producción. Estos productos se almacenan a la espera de ser vendidos.

El nivel de estos inventarios se ve directamente afectado por la coordinación existente entre la producción y la demanda.¹⁶

Inventario físico

El inventario físico es de suma importancia dentro de la empresa para determinar la utilidad de la misma, que por lo general los auditores externos confirman a los clientes de la entidad la confiabilidad de la valuación de los mismos.

El sensible procedimiento de control interno de inventario requiere de un conteo físico de cada uno de los inventarios con los que cuenta la institución, este conteo debe realizarse de manera anual sin importar el método de valoración de inventarios.

El conteo físico es un control arduo, lento, costoso y trabajoso pero se lo debe realizar con el propósito de que cliente al momento de solicitar un determinado, haya en producto en stock, este muchas veces es realizada en periodos fiscales para que el año termine cuando hay poco inventario.¹⁷

¹⁶(Ana M. M., 2006)

¹⁷(HORNGREN, 2000)

En la actualidad se considera que una de las actividades de mayor importancia para una empresa de ventas al detalle lo constituye el control de inventarios lo más moderno que hay para llevar un control de inventarios es el sistema <ABC>.

Análisis ABC

Uno de los métodos de valoración más utilizados para realizar la sistematización y ordenamientos de mercadería en características de recepción, almacenamiento y entrega de mercadería, esta rotación es citada también como el sistema de costeo ABC.

El costeo ABC es realizado con el propósito de constituir la escala de categoría e importancia de la mercadería en desempeño al total de las ventas de la institución y a las atenciones creadas en la misma.

Este método monopoliza el discernimiento de concesión con base en componentes de unidades como los causantes de costos, por medio de la causa y efecto para transportar a extremo su retribución.

Para realizar el análisis ABC:

- ❖ La clasificación anterior se realiza calculando, en primer lugar, cuales son los productos que sumados, representan el 80 por 100 de las ventas, se clasifican como productos A.
- ❖ Luego, se separan los que representan el 15 por 100, se clasifican como productos B.
- ❖ Finalmente, se identifican los productos que solo aportan, en conjunto, el restante 5 por 100, se clasifica como productos C.

Este análisis consiente en determinar cuáles son los bienes verdaderamente significativos para la empresa. En consecuencia, se puede tomar decisiones con una base más objetiva respecto a cuales pueden ser o no eliminados. Antes de tomar la decisión final, deberán tenerse en cuenta los siguientes aspectos:

- Si es necesario mantener una línea completa de productos, aunque algunos de ellos vendan poco.

- El potencial de crecimiento del mercado al que se dirigen los productos.
- Posibilidades de recuperación del ritmo de ventas por medio de acciones de marketing.
- Necesidad del producto en determinados mercados o segmentos importantes para la empresa¹⁸.

Control Interno

La comisión COSO desde su instauración en 1985 está conformado por las siguientes instituciones profesionales de presencia global:

- ❖ El Instituto de Auditores Internos (IIA),
- ❖ La Asociación Americana de Contabilidad (AAA),
- ❖ El Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados (AICPA),
- ❖ Los Ejecutivos Financieros Internacionales (FEI)
- ❖ El Instituto de Contadores de Gestión (IMA).

El objetivo del COSO

Es proveer liderazgo de pensamiento a través del desarrollo de marcos de trabajo y guías de orientación sobre gestión de riesgo colectivo, control interno y disuasión del fraude, diseñados para optimizar el desempeño institucional, el gobierno corporativo y disminuir los fraudes en las organizaciones.

El control interno es realizado por el consejo de la dirección en un lapso de tiempo, la otra parte del personal de la empresa es planteado con el propósito de proporcionar un porcentaje de seguridad con respecto a la elaboración de las metas deseada por la empresa, dentro de esto se enmarca lo siguiente:

- ❖ Efectividad de las actividades
- ❖ Lealtad de la información financiera
- ❖ Cumplimiento de leyes y normas¹⁹

¹⁸(Ediciones Díaz de Santos S.A, 1995)

¹⁹(FONSECA LUNA, 2011)

El control interno son los pasos que toma una institución para prevenir tanto en la malversación de activos como informes financieros fraudulentos, este es un proceso realizado por los administrativos, directivos y otro personal de la empresa con el fin de tener mayor seguridad y confiabilidad de los informes financieros, eficiencia en las operaciones y el cumplimiento de leyes.

En general la exposición de los estados financieros tiene que ser confiables es por esto que es importante ya que por medio de él los datos de auditoria pueden ser claros, estos datos y operaciones reposan en una base, es decir, que las actividades de producción, distribución, financiamiento, administración, entre otras son regidas por el control interno.

Los controles que limiten el acceso a los inventarios de la institución pueden ser relevantes, mientras los estados financieros reflejen el costo de los materiales utilizados, es aquel que no daña las relaciones de empresa a clientes y mantiene en un nivel de alta dignidad humana las relaciones de patrón a empleado.

La Dirección General debe ser quien dé la orden a todos en la empresa para la puesta en marcha del Control Interno a través de un comunicado general y/o su firma en los documentos controlados. Todo el personal de la empresa, sea del sector público o privado, son garantes directos del control interno, es lo que avala la efectividad total de la empresa, este se establecerá previo a estudio de las necesidades y condiciones de cada empresa.²⁰

El control interno se fundamenta en los siguientes principios:

- ❖ Autocontrol
- ❖ Documentación
- ❖ Autogestión

Autocontrol

La valoración del control interno es dependiente del cargo que tenga cada funcionario de la alta gerencia haciendo que todos los logros de la empresa están

²⁰(WHITTINGTON, 2005)

orientados a la eficiencia de los objetivos compartidos, legalizándolo como una acción inherente a los seres humanos específicamente considerados quienes al manejar la prestación pública y a la ejecución de las técnicas, los movimientos, las instrucciones y las labores bajo su compromiso, deben responder el ejercicio de una función administrativa transparente y eficaz en procura de la sumisión de los objetivos de la empresa y de los fines fundamentales del Estado.

Es necesario diferenciar entre autocontrol y valoración de control interno ya que la valoración es una herramienta para que el personal que labora en la institución realice su trabajo correctamente y lo represente en informes relacionados con las políticas y funcionamiento de la empresa, es decir este la valoración del control interno le corresponde a la administración.

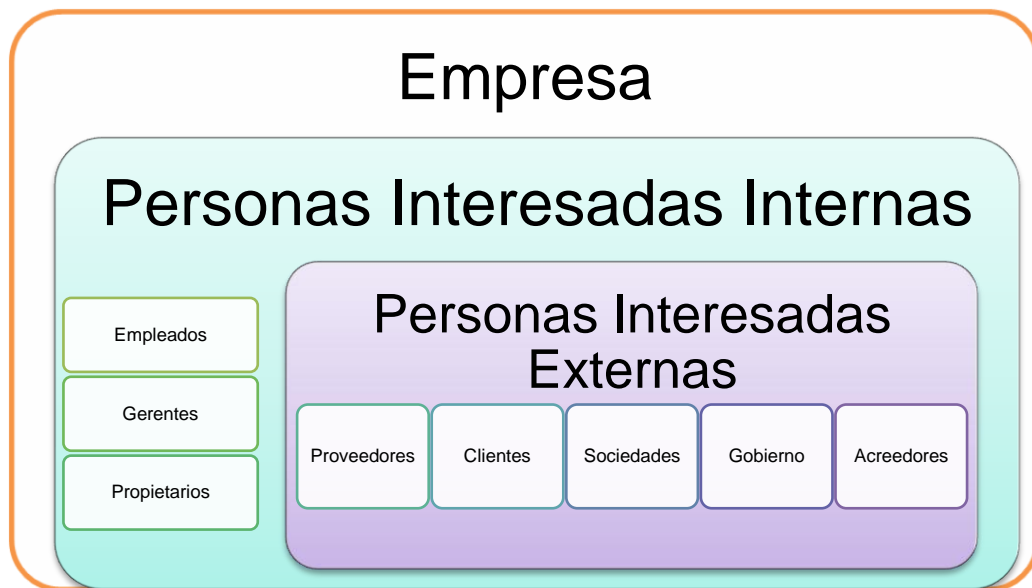
Documentación

Toda la información obtenida en el control interno debe ser respaldada con documentación correspondiente a los hechos citados en la instituciones, de modo que pueda ser analizada y estudiada por personal interno o externo a los cuales les sea de interés los mismos.

El entendimiento actual de la documentación es que abarca no solamente la documentación administrativa sino también las de auditoría abarcando cada uno de los criterios e información del control interno que se da dentro de la institución.²¹

²¹(MANTILLA BLANCO, 2012)

Cuadro 3. Stakeholder



Fuente: Auditoría de control Interno

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Autogestión

La autogestión consiste en normalizar la función Administrativa de la empresa pública de acuerdo a las tipologías que le son propias, adiestrándola para responder oficialmente por su gestión y el golpe que de ella se deriva.

El control interno cumple 5 factores importantes que son:

- ❖ Ambiente de control interno
- ❖ Evaluación de riesgo
- ❖ Actividades de control
- ❖ Información y comunicación
- ❖ Monitoreo

Ambiente de control interno

Este proporciona disciplina y se determina en función de la integridad y competencia del personal de la empresa, los valores son los elementos esenciales que sobresaltada en los componentes del control.

Determina el tono de una institución influenciando en el consumidor el conocimiento o comprensión del sentido del control. El ambiente de control interno contiene factores de integridad, ético y forma al personal de la empresa para que labore de manera competente y eficiente.

Evaluación de riesgo

Es la determinación y análisis de los riesgos que afectan con el logro de los objetivos institucionales, el enfoque no se establece en el uso de una metodología en particular de evaluación de riesgos, sino en la realización de la misma.

Los negocios deben prestar especial atención en lo siguiente debido a la dinámica actual de ventas:

- ❖ Los cambios tecnológicos
- ❖ Las permutaciones en los ambientes operativos
- ❖ Las nuevas empresas
- ❖ El personal nuevo
- ❖ El crecimiento acelerado
- ❖ El restablecimiento corporativo

Actividades de control

Las actividades de control son las políticas y procedimientos institucionales que ayudan a garantizar la administración adecuada de la misma, estas ocurren por toda la organización en todos los niveles y funciones, conformidades, permisiones, verificaciones, revisión de desempeño de las operaciones estas actividades se clasifican en:

- ❖ Preventivos
- ❖ Correctivos
- ❖ Detectivos
- ❖ Administrativos
- ❖ Manuales
- ❖ De computo de tecnología

Información y comunicación

El personal que labore en la institución debe recibir los mensajes de la alta dirección ya que la responsabilidad de la empresa es de todos los que laboran en la misma, los sistemas de información originan información operacional financiera que hacen posible controlar y manejar los negocios.

Monitoreo

Las actividades de monitores deben ser de forma constante para así tener la certeza que los procesos que se están realizando dentro de la empresa son los adecuados y que se está operando como se planeó para obtener los objetivos deseados²²

Es primordial para velar la información relevante de la institución y la operación efectivas del control interno, los sistemas de control interno corresponden ser monitoreados, proceso que valora la calidad de desempeño del sistema en el tiempo. Es realizado a través de actividades de monitoreo continuo, evoluciones separadas o una combinación de ambas.²³

Propósitos y objetivos del sistema contable

El sistema contable tiene como objetivo promover información cuantitativa de las actividades comerciales y eventos económicos que afectan a las organizaciones con el propósito de facilitar los procesos de decisión y transmitir de manera oportuna.

El sistema toma información de las transacciones por medio de la documentación mercantil que las registran, la dirección de una organización debe tratar los recursos fundamentalmente para el desarrollo continuo del conocimiento de la empresa.

Los propósitos y metas de los sistemas contables para mejorar y alcanzar los objetivos deseados son:

- ❖ Registro consecuente de las transacciones.
- ❖ Preparación de los informes correspondientes.

²²(ESTUPINÁN, 2006)

²³(MANTILLA BLANCO, 2012)

Registro sistemático de las transacciones.- El sistema contable toma toda la información del medio que lo rodea tales como: información de las transacciones, documentos mercantiles, condiciones económicas institucionales, a través de documentos legales.

La dirección de una institución debe tratar los datos como recursos fundamentales para el mantenimiento de información y desarrollo continuo, esto es esencial para que la organización tome decisiones basada en hechos.

Preparación de los informes correspondientes.- Para un funcionamiento adecuado del sistema contable se necesita tanto el conocimiento de las normas vigentes como la comprensión de la teoría y tecnología disponible. Debe tener también una estructura sólida para el desarrollo de las relaciones interinstitucionales, es por esto que se han clasificado a estos requisitos en cuatro grandes grupos que son:

- ❖ Ciencia y tecnología
- ❖ Leyes
- ❖ Normas y estrategia
- ❖ Recursos.²⁴

El departamento comercial

La mercadeo es la actividad humana sólida en satisfacer necesidades a través del intercambio de bienes y servicios, las empresas se lleva a efecto mediante la organización de las relaciones entre las funciones y actividades institucionales.

La adquisición y comercialización de bienes son actividades que comprenden la compra y venta de bienes, con el propósito de obtener los objetivos deseados, es por esto que la comercialización es una de las principales actividades de los seres humanos.

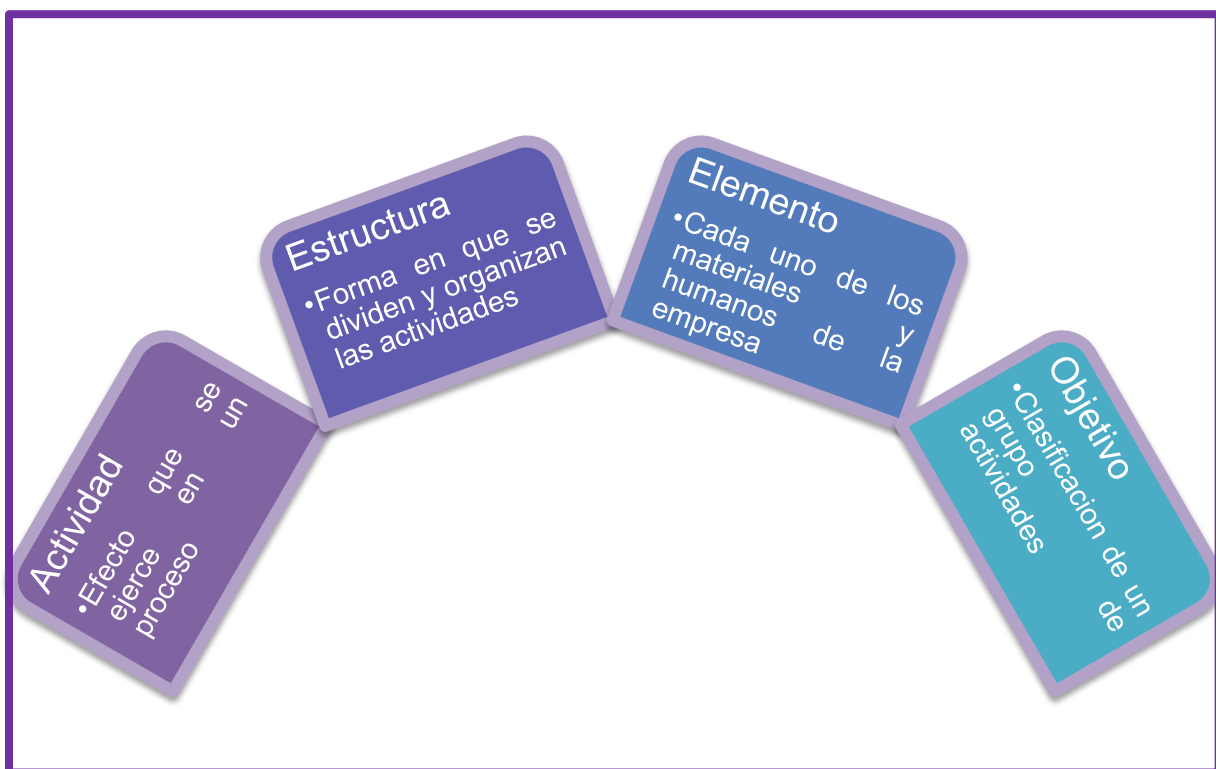
Las actividades realizadas dentro de la institución tienen como objetivo primordial alcanzar las metas y objetivos propuestos, los componentes de una organización empresarial son:

²⁴(BERNAL NIÑO, 2004)

- ❖ Actividades
- ❖ Estructura
- ❖ Elementos
- ❖ Objetivos

Cada uno de estos componentes tiene su propio significado basado en la organización empresarial.²⁵

Cuadro 4.Componentes de la organización empresarial



Fuente:Atención al cliente en el proceso comercial
Elaborado por:Maurad Marco y Romero Evelyn

²⁵(CARRASCO, 2012)

Entorno de mercado

Los mercados que son territorios donde se reúnen compradores y vendedores, el comprador de la empresa debe convertirse en un experto de los mercados de los elementos que se adquieren con frecuencia.

Para que toda empresa tenga un buen nivel competitivo debe realizar un estudio de mercado este puede implicar un análisis de las existencias disponibles del material, y precios corrientes del mercado entre otros.

Información para el estudio de mercado, para el caso del departamento de compra toda la información obtenida es de mucha importancia porque esto puede afectar de manera negativa o positiva a la institución, el gerente de compra procura interpretar los mercados de manera cuantitativa para que ayude en la toma de decisiones al momento de adquirir un producto.²⁶

Para realizar un estudio del entorno de mercado se debe enfocar en:

- ❖ Proveedores
- ❖ Competidores
- ❖ Clientes

Proveedores

Son un lazo importante del institución ya que le brinda a la empresa los recursos se necesitan para elaborar sus bienes y brindar su servicio, la escasez de los materiales, retraso o huelga d los trabajadores perjudicarían a la empresa y la satisfacción del cliente.

Un incremento de los insumos significa un incremento al precio de venta esto afectaría de manera negativa al volumen de ventas de la misma, en la actualidad las instituciones tratan a sus proveedores como un socio más de la institución.

²⁶(MERCADO, 2004)

Competidores

Según los conceptos de marketing se establece que para que una institución tenga éxitos debe enfocarse más en sus clientes que en sus competidores ya que mientras mayor sea el grado de satisfacción de los clientes menor es el grado de preocupación de los competidores.

Ninguna estrategia competitiva es mejor en sí misma, algunas estrategia son ganadoras para grandes empresas con posición dominantes mientras que para otras podrá ser perdedoras, las micro empresa pueden desarrollar estrategias que les ayude a incrementar su rendimiento y por ende sus ventas.

Clientes

Los clientes son los participantes primordiales de cada institución, la meta de la red de entrega de valor radica en servir y satisfacer las necesidades de los compradores, existen cinco tipos de mercado. **Mercado de consumidores** es donde intervienen los individuos y hogares que adquirir productos y servicio para el consumo personal, en el **mercado de negocios** adquieren artículos para el procesamiento industrial, **mercado de distribuidores** compran bienes y servicios para revenderlos a los consumidores, **mercado del sector público** está organizado por agencias gubernamentales que adquieren bienes y servicios para brindárselos a la comunidad y los **mercado internacionales** es donde los consumidores, distribuidores, productores y gobiernos importan un producto.²⁷

El cliente es aquel que depende de las empresas distribuidoras para poder cubrir una necesidad no satisfecha, el cliente final no es el único que necesita ser atendido sino también los clientes internos y externos, existen tres tipos de clientes que son internos externos y finales.²⁸

²⁷(KOTLER, 2012)

²⁸(BARQUERO, 2006)

Cuadro 5. Tipos de Clientes



Fuente:Marketing de clientes

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Requisición de compra

Es un documento por medio del cual es departamento administrativo de abastecimientos hace saber las necesidades de la empresa al departamento de compras, es de esta manera que inicia el proceso de compra ya que cuando está determinada la cantidad y elementos necesarios, se revisa que la requisición esté llena correctamente esta debe constar con lo siguiente:

- ❖ Firmas de aprobación necesaria
- ❖ Nombres del solicitante correctamente escrito
- ❖ Fecha y lugar de entrega requerida
- ❖ Nombres de los artículos y cantidad de los mismos
- ❖ Proveedores o sugerencias del mismo

Cuando la requisición no cumpla con los requerimientos, el comprador debe ponerse en contacto con el emisor de la misma para hacer las aclaraciones necesarias para que sea elaborada y completada correctamente.

En caso de hacer recomendaciones u observaciones estos deberán ser escritos en una hoja aparte haciendo referencia a la requisición que respalda.²⁹

Orden de compra

Orden de compra o igualmente conocida como pedido es el documento que autoriza al proveedor a enviar los productos solicitados y a cobrar la suma determinada y especificada por ello, es decir un documento establecido que se lo emite una vez realizada la cotización y aceptada por el comprador, el pedido consta de un numero propio, foliado que es la referencia para tramites posteriores.³⁰

En la orden de compra se define el proveedor al que se le va adquirir la mercadería y los productos que necesite la empresa, cabe recalcar que aunque la orden de compra se la elabore antes de comprar la mercadería el proveedor ya tiene que ser definido antes de elaborarla.

Los documentos que se exponen después de la orden de compra muestran ya lo que realmente la institución va adquirir esta esta respalda por las cotizaciones antes realizada y el comprador puede hacer valer sus derechos en la compra dentro del periodo de la cotización especialmente en condiciones y costo de venta³¹

Imagen 1 Orden de Compra

		Industrias La Adquisición Teléfono: (506) 444-4444 Fax: (506) 555-5555 Dirección: 243, Colonia La Habana, San José, Costa Rica e-mail: lahabana@habana.com	
Orden de Compra		Requisición N° 778899	N.° 778899
Cantidad	Descripción		
Observaciones:	A favor de: Proveedores Químicos, S.A.		

Fuente:Administración de materiales
Elaborado por:CHAVES VEGA, Eric

²⁹(MERCADO, 2004)

³⁰(DE LA TORRE, 1999)

³¹(CHAVES VEGA, 2005)

Carta de pedido

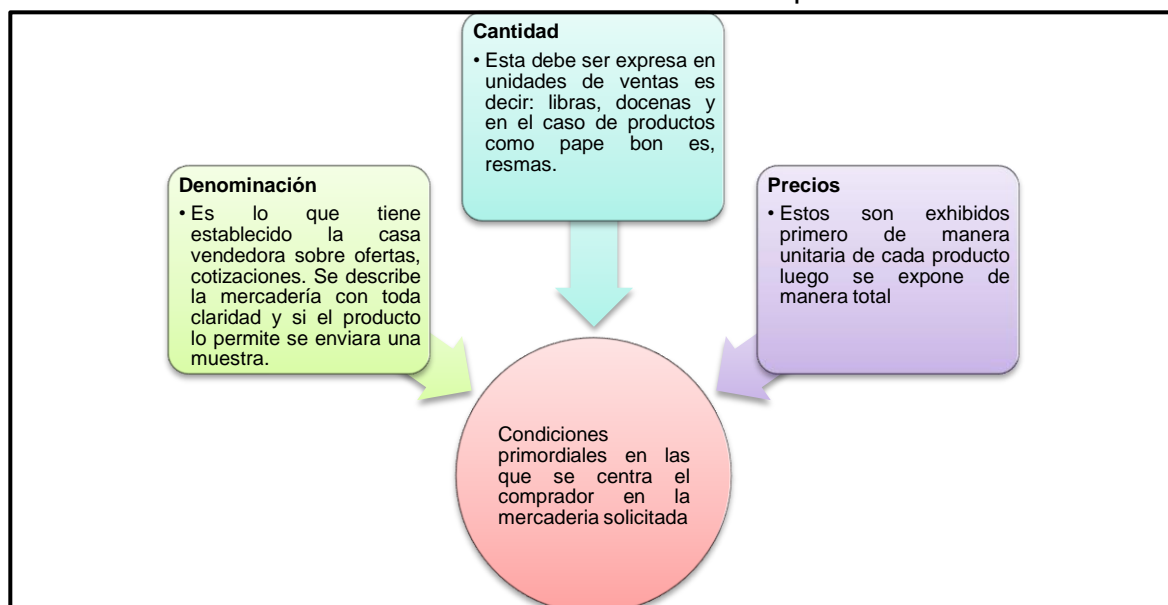
Es un escrito que envía el comprador al vendedor cuando la cotización realizada es conveniente, esta debe ser redactada de manera clara, precisa donde requiere cantidad y calidad.

Esta es una aprobación de compra por parte de los clientes quien acepta las condiciones establecida de la cotización antes entregada, es también un encargo de artículos a un fabricante o vendedor.

El departamento de compra es el representante de abastecer todas las necesidades que tiene la institución, este recibe una requisición de compra para el de compra realice las debidas cotizaciones y la compra adecuada.

La requisición de cotizaciones e inventarios es una solicitud que el futuro comprador hace a los futuros vendedores para que este informe de los precios y calidad de cada producto pedido, en el catálogo de pedidos encuentra enlista a cada uno de los artículos que ofrece el vendedor, para que así el comprador tenga una clara idea de lo que el vendedor ofrece.³²

Cuadro 6. Condiciones de la carta de pedido



Fuente:Correspondencia y Documentación Comercial

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

³²(ANDINO, 2001)

Atención al cliente

La atención al cliente no es otra cosa que el conjunto de actividades que realizan las personas que trabajan dentro de una institución con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores teniendo el producto en el momento, lugar y tiempo adecuado es la mejor manera de atender al cliente.

Es necesario que las instituciones sean públicas o privadas se comprometan con los clientes para que no sea solo el simple intercambio comercial si no ejercer una empatía al cliente, si preguntan hay que responder con amabilidad y respetosamente, comprenderlos y responder sus preocupaciones.

La atención al cliente no es solamente un contacto personal también puede ser a través de teléfono o correo electrónico, la comunicación por teléfono es un poco restringida ya que esta tiene un horario determinado de atención mientras que por correo electrónico la comunicación será un poco más abierta ya que es usado sin limitación de fecha u horario de atención, pero sin embargo en ambos hay que saber llegar al cliente llenando las expectativas deseadas por el mismo.

La atención al cliente influye mucho en la imagen de la empresa quien desempeña el trabajo con el público es el porta voz de la institución, el cliente compra y exige un buen servicio si recibe ambos el cliente quedara satisfechos y regresara nuevamente.³³

La comunicación externa de la empresa, la publicidad y las relaciones publicas

La comunicación de la empresa es información de la institución dirigida a mejorar y crear una mejor relación con el público cliente de la organización para que así se proyecte una buena imagen de la empresa hacia los clientes.

Tanto el mensaje que se quiere transmitir a los clientes como el medio por el que se va a transmitir tienen que ser los adecuados la comunicación externa puede darse a través de diferentes herramientas tales como:

- ❖ La comunicación externa operativa
- ❖ Las relaciones publicas

³³(SÁNCHEZ, 2010)

❖ La publicidad

La comunicación externa operativa

Su objetivo es mostrar a la institución como aquella que informa de sus productos y servicios y que trata de mejorar su imagen a través de exposiciones, ofertas, organizaciones, etc. Este trabajo se lo debe realizar en forma constante con cada uno de los consumidores, vendedores y clientelas potenciales de nuestra organización

Las relaciones públicas

Son habilidades, conjunto de operaciones de notificación estratégica coordinadas y mantenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal neutral fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y convencer para lograr consenso, fidelidad y apoyo en operaciones presentes y futuras.

Para que de este modo se conserve un retrato efectivo de la institución esta es desarrollada a través de estrategias planificadas tales como entrevista y encuestas, con el propósito de conocer la imagen fiel de la institución³⁴

La publicidad

Por medio de este se promociona la imagen fiel de la institución, esta se la realiza a través de anuncios publicitarios en revistas, periódicos, televisión, radio, internet, carteas entre otros.

El propósito es mancomunar la imagen de la institución con la calidad y variedad de productos.

Continuamente la palabra publicista es involucrado con el término publicitario, pero cabe explicar que publicista es aquel que se dedica a la publicación de artículos de propagación como puede ser la publicación de una revista; por otro lado el publicitario es el representante de crear y difundir publicidad como movimiento primaria.

³⁴(FERNÁNDEZ, 2010)



La publicidad es una manera de comunicación de la empresa, es decir, dar a conocer lo que la empresa promociona ampliamente a la comunidad con el objetivo de atraer consumidores para nuestros productos y usuarios para nuestro servicio.

La publicidad es una comunicación hacia los clientes que tiene como objetivo principal promover entre los individuos la adquisición de bienes, la contratación de servicios y la aceptación de ideas y valores³⁵

Ventas

Los procedimientos de control del inventario para la comercialización de mercadería examinado por la ley de régimen tributario interno y garantizado por las normas contables son los subsiguientes sistemas:

Cuadro7. Característica de los sistemas de control del inventario

Sistema de cuenta múltiple o inventario periódico.	Sistema de cuenta permanente o inventario perpetuo.
	
<input type="checkbox"/> El inventario se obtendra de la bodega, tomando físicamente el inventario y valorando al ultimo precio de costo o el de mercado.	<input type="checkbox"/> Utiliza tres cuentas: inventario de mercaderia, ventas y costos de ventas.
<input type="checkbox"/> Realizar asientos de regulacion para determinar el valor de la utilidad en ventas.	<input type="checkbox"/> Es necesario contar con un auxiliar para cada tipo de articulo.
<input type="checkbox"/> Utiliza varias cuentas de apoyo que son: ventas, compras, inventario de mercaderia, devoluciones y descuentos en ventas, devoluciones, transporte y seguros en compras o ventas.	<input type="checkbox"/> Por cada asiento de venta o devolucion en ventas, es necesario realizar otro que registre dicho movimiento al precio de costo.

Fuente:Contabilidad General

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

³⁵(GONZÁLEZ, 2009)

La comercialización es un movimiento por el cual las mercaderías se transfieren a la propiedad de otro, absorbiendo a cambio el equivalente en efectivo o una promesa de pago, o la combinación de ambos. La cuenta será disminuida por el cierre del ejercicio y acredita cada vez que se repita la facturación. Las ventas de mercaderías se numeran por la condición de pago y por su cuantía.

Por las condiciones de pago puede ser al contado y a crédito. Al contado es cuando al momento de realizar la venta se recibe dinero y a crédito es cuando se recibe una promesa de pago futuro. En el precio de la venta a crédito se pueden incluir ciertos recargos por intereses.

Por su cuantía puede ser al por menor y al por mayor. Al por menor son las ventas que se hace al consumidor final y se realiza al contado y al por mayor son las que se hace a comerciantes, puede ser cancelados a crédito, de contado o combinación de ambas.

Devolución en ventas

Son aquellos retornos de mercaderías que el cliente realiza por diferentes motivos y que se registran por el valor de la devolución. Los motivos por el cual son devueltas puede ser que el cliente no está de acuerdo con el pedido o los productos no están en buenas condiciones.

El reintegro de las mercaderías devueltas debe estar amparado por una nota de crédito, la cual es formulada por el vendedor.

Costo de venta

El valor de la venta registrada al costo se conoce como tal. Es una cuenta de resultado en el cual se anota los valores de adquisición de la mercadería vendida en un periodo determinado, el costo de venta se lo obtiene aplicando la siguiente fórmula.³⁶

³⁶(Zapata Sánchez, 2011)

Cuadro 8.Fórmula para el costo de venta

Mercadería inventario inicial
(+) Compras netas
(=) compras brutas
(-)devolución en ventas
(+) transportes en compras y otros servicios directos
(=) Disponible para la venta
(-) Mercadería Inventario final
(=) Costo de venta

Fuente:Contabilidad General

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

2.2 MARCO LEGAL

NORMAS GENERALES

Principios de control interno para organizaciones, organismos del sector público y de las personas jurídicas que dispongan de recursos públicos.

100-01 Control interno: será compromiso de cada establecimiento del estado y de las personas jurídicas de derecho privado que coloquen de recursos públicos y de las personas jurídicas de derecho privado que acomoden de recursos públicos y tendrá como propósito crear las situaciones para el adiestramiento del control.

100-02 Objetivo del control interno: El control interno de las empresas, organismo del sector público y personas jurídicas de derecho privado que instalen de recursos públicos para alcanzar los objetivos empresariales, deberá aportar al desempeño de los subsiguientes objetivos:

- ❖ Originar la efectividad de las operaciones
- ❖ Avalar la confidencialidad, integridad y conformidad de la investigación.
- ❖ Desempeñar las habilidades legales y la normativa de la empresa para brindar bienes y servicios de calidad.

- ❖ Resguardar y conservar el patrimonio público contra pérdida, dilapidación, uso indebido, anomalía o acto ilegal.

100-03 Comprometido del control interno: La delimitación, empresa, sustento, funcionamiento, perfeccionamiento, y valoración del control interno es compromiso de la máxima autoridad, de los directivos y demás servidoras y servidores de la entidad, de acuerdo con sus competencias.

100-04 Rendición de cuentas: La máxima autoridad, los directivos, demás servidoras y servidores, según sus capacidades, colocarán y confeccionarán un proceso periódico, formal y oportuno de rendición de cuentas sobre la consecución de la misión y de los objetivos institucionales y de los resultados esperados.

200 Ambiente de control: es el nivel de confianza y el conjunto de contextos y administraciones que encuadran el accionar de una empresa desde la perspectiva del control interno. Es esencialmente el resultado de la actitud tomada por la alta dirección y por el excedente de las servidoras y servidores, con correspondencia a la importancia del control interno y su acontecimiento sobre las actividades y resultados.

200-01 Integridad y valores: son recapitulaciones esenciales del ambiente de control, la dirección y el monitoreo de los otros dispositivos del control interno.

200-02 Dirección estratégica: Las empresas del sector público y las personas jurídicas derecho privado que tengan recursos públicos, establecerán, pondrán en ejercicio y actualizarán el sistema de organización, así como la empresa de indicadores de gestión que consientan evaluar el acatamiento de los fines, objetivos y la eficacia de la gestión corporativa.

200-09 Unidad de auditoría interna: La auditoría interna es una función independiente y objetiva de protección y asesoría, creada para agregar valor y mejorar a los procedimientos de una organización; examina el sistema de control interno, los conocimientos administrativos, técnicos, circunstanciales, financieros, legales, operativos, trascendentales y gestión de riesgos.

300 Evaluación de riesgo: La máxima autoridad determinara los procedimientos necesarios para igualar, analizar y tratar los peligros a los que está mostrada la institución para el logro de sus objetivos.

300-01 Identificación de riesgos. Los directores de la entidad emparejaran los riesgos que puedan afectar el logro de los objetivos empresariales debido a factores internos o externos, así como comenzarán las medidas pertinentes para enfrentar exitosamente tales riesgos.

400 Actividades de control: La máxima autoridad de la empresa y los trabajadores son responsables del control interno de compromiso a sus competencias, instituirán políticas y ordenamientos para manejar los riesgos en la obtención de los objetivos institucionales, resguardar y almacenar los activos y instaurar los controles de acceso a los sistemas de investigación.

4001-03 Supervisión: Los directores de la empresa, instaurarán ordenamientos de supervisión de los procesos y operaciones, para asegurar que desempeñen con las normas y medidas y medir la efectividad de los objetivos corporativos, sin perjuicio del rastreo consecutivo del control interno.

500 Información y comunicación: La gerencia, subgerencia y los directivos de la empresa, corresponden equilibrar, sugerir y notificar información oportuna y con la procedencia que faciliten a las servidoras y servidores desempeñar sus responsabilidades.

500-01 Inspecciones sobre sistemas de información: Los sistemas de averiguación contarán con inspecciones adecuadas para avalar confiabilidad, seguridad y una clara dirección de los niveles de acceso a la averiguación y datos sensibles.

500-02 Canales de comunicación abiertos: Se instituirá canales de notificación abiertos, que reconozcan trasladar la investigación de manera convincente, correcta y pertinente a los receptores dentro y fuera de la organización.

600 Seguimiento: La gerencia y los directivos de la empresa, instituirán procedimientos de búsqueda continua, apreciaciones periódicas o una composición de ambas para afirmar la eficacia y eficiencia del control interno.

600-01 Seguimiento perpetuo o en operación: La gerencia, los directivos y los de jefatura de la entidad, confeccionaran un persecución constante del ambiente dentro y fuera de la empresa que les consienta conocer y aplicar medidas pertinentes sobre condiciones reales o permisibles que no afecten el progreso de las actividades institucionales, el cumplimiento de los planes y los objetivos planteados.

600-02 Evaluación periódicas: La máxima autoridad de servidoras y servidores que se encuentran involucradas en la conducción de las labores de la institución, originarán y instituirán una autoevaluación habitual de la gestión y el control interno de la empresa, sobre la plataforma de los planes organizacionales y las habilidades normativas actuales, para prevenir y corregir cualquier contingente desviación que ponga en riesgo el cumplimiento de los objetivos institucionales.³⁷

Norma Internacional de contabilidad 2. Existencia

Esta norma tiene como objetivo; prescribir el tratamiento contable de las existencias, suministra una guía para la determinación del costo y suministra directrices sobre las formula de costo que se utiliza para atribuir costo a las existencias.

Existencias son activos poseídos para ser vendido en el curso normal de la explotación; en proceso de producción de cara a esa venta; o en forma de materiales o suministros, para ser consumidos en el proceso de producción.

El costo de las existencias se asignara utilizando los métodos de primera entrada primera salida FIFO o costo medio ponderado. La entidad utilizara la misma fórmula de costo para todas las existencias que tenga la misma naturaleza y uso. Para las existencias con una naturaleza o uso diferente puede utilizar fórmulas de costos diferentes.

La fórmula FIFO asume que los productos en existencias comprados o producidos antes serán vendidos en primer lugar. Si se utiliza el método del costo medio ponderado, el costo de cada unidad de producto se determinara a partir del promedio ponderado del costo medio ponderado.³⁸

2.3 MARCO CONCEPTUAL

³⁷(CONTRALORIA GENERAL DEL ESTADO, 2012)

³⁸(HASSEN HOLM, 2011)

Análisis: Método para obtener información que utiliza el auditor en su trabajo evaluatorio y que consiste en separar los elementos de un todo.

Auditoria: Examen de las operaciones realizadas en una organización para, con bases en los resultados, presentar recomendaciones que eleven el nivel de calidad de la empresa.

Auditoria Interna: Órgano que está dentro de la estructura de la organización y examina operaciones para constatar la adhesión a los procedimientos establecidos y mantener con ello el control interno.

Cédula: Documento prediseñado en donde el auditor registra la información. También conocido como hoja de análisis, este documento tiene como rasgos distintivos los reactivos a su encabezado, cuerpo y de anotaciones especificaciones o a pie de página.

Comité: Agrupación de directivos o personal, que se reúnen y actúan en nombre de otros para llevar adelante las actividades de la organización o entidad.

Control: Etapa del proceso administrativo que representa una actividad de vigilancia de las operaciones y de su apego tanto a la normatividad establecida como a lo planeado.³⁹

Control interno: Proceso elaborado para suministrar una seguridad sensata con respecto a la infracción de los objetivos de la dirección.⁴⁰

Control interno Administrativo: Son los registros, mecanismos y procedimientos que conciernen a los procesos de decisión que llevan a la autorización de transacciones o actividades por la administración, de manera que fomente la eficacia de las operaciones.

Control interno financiero Son los registros, mecanismos y procedimientos que conciernen a la salvaguarda de los recursos y la verificación de la exactitud, confiabilidad y veracidad de los registros contables.⁴¹

³⁹(AMADOR, 2008)

⁴⁰(ARENS, 2007)

⁴¹(FONSECA, 2004)

Documentación de la auditoría: La revisión de los documentos y registro del cliente por parte del auditor, junto con los registros para verificar la información que está o que se debe incluir en los estados financieros.

Documento interno: Un documento, como un reporte del horario del empleado, que se prepara y utiliza dentro de la organización del cliente.

Eficacia: Grado en que se reducen los costos sin reducir su efectividad.⁴²

Evaluación: Corroborar en forma específica y periódica, las actividades y operaciones de las organizaciones o entidades, situación de la cual se derivan informes de resultados.⁴³

Interrogar: Es obtener información escrita o verbal del cliente en respuesta a las preguntas del auditor.⁴⁴

Organización: Unidad de trabajo privada o pública debidamente planificada y estructurada, que tiene identificada su misión y visión, que cuenta con características jurídicas, fiscales y administrativas propias, y que actúan en un marco económico, social, laboral y político determinado ya sea dentro del país o internacionalmente.

Planeación: Etapa del proceso de auditoría que comprende las actividades previas al trabajo de campo; es decir, definir la actividad a efectuar, así como el diagnóstico, elaboración, discusión y aprobación del programa a seguir.

Programa de trabajo: Documento en donde se expresa la secuencia de actividades a seguir para culminar con éxito un trabajo y que es utilizado por el auditor administrativo como guía en todo el proceso.⁴⁵

Requisición de compra: Solicitud que presenta un empleado autorizado al departamento de compras.⁴⁶

⁴²(ARENS, 2007)

⁴³(AMADOR, 2008)

⁴⁴(ARENS, 2007)

⁴⁵(AMADOR, 2008)

Riesgo: La aceptación por partes de los auditores de que hay algún nivel de incertidumbre en el desempeño de la función de la auditoría.⁴⁷

Sistema de almacenamiento.- El almacenamiento permite desplazar los productos a lo largo de un año de modo que los consumidores dispongan fácilmente de la misma y evite fluctuaciones importantes en el abastecimiento, este movimiento está controlado por la demanda que tenga dicho productos.

Variable Independiente.- Variable que se mide para determinar el valor correspondiente de la variable dependiente en cualquier tipo de estudio. Las variables independientes concretan las condiciones bajo las cuales se examinará la variable dependiente.⁴⁸

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

Las falencias que existen en el sistema de control interno de inventario influyen en las ventas de la empresa Agroproduzca S.A.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- ❖ Los escasos controles de inventario en la empresa Agroproduzca S.A. influyen en el desconocimiento del stock de mercadería.
- ❖ El descontrol de requisición de mercadería en la empresa Agroproduzca S.A. afecta en la mercadería disponible para la venta.
- ❖ La falta de un método de valoración de existencia afecta los precios reales y cantidad de la mercadería.
- ❖ La capacitación al personal del almacén influye en la atención hacia los clientes.

⁴⁶(ARENS, 2007)

⁴⁷(ARENS, 2007)

⁴⁸(BOOTH)

2.4.3 Declaración de las variables

Cuadro 9. Declaración de las variables

Componentes	VARIABLES: Dependiente/ Independiente
Las falencias que existen en el sistema de control interno de inventario influyen en las ventas de la empresa Agroproduzca S.A.	Ventas
	Sistema de control interno de inventario
Los escasos controles de inventario en la empresa Agroproduzca S.A. influyen en el desconocimiento del stock de mercadería.	Stock de mercadería
	Control de inventario
El descontrol de requisición de mercadería en la empresa Agroproduzca S.A afecta en la mercadería disponible para la venta.	Mercadería disponible para la venta
	Requisición de mercadería
La falta de un método de valoración de existencia afecta los precios reales y cantidad de la mercadería.	Precios reales y cantidad de la mercadería
	Método de valoración
La capacitación al personal del almacén influye en la atención hacia los clientes.	Atención al cliente
	Capacitación al personal

Fuente: Matriz de la tesis

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

2.4.4 Operacionalización de variables.

Cuadro 10. Operacionalización de la variable general

Componentes	Variables Dependiente/ Independiente	Dimensión	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información
Las falencias que existen en el sistema de control interno de inventario influyen en las ventas de la empresa Agroproduzca S.A.	Ventas	Contabilidad	Porcentual	Encuesta	Departamento de ventas
	Sistema de control interno de inventario	Auditoria	Monitoreo	Encuesta	Personal del departamento del control interno de la empresa

Fuente: Matriz de la tesis

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Cuadro 11. Operacionalización de la variable particular 1.

Componentes	Variables Dependiente/ Independiente	Dimensión	Indicadores	Técnicas	Fuente de Información
Los escasos controles de inventario en la empresa Agroproduzca S.A. influyen en el desconocimiento del stock de mercadería.	Stock de mercadería	Contabilidad	Índice de rotación de inventario	Estudio documental	Encargado del departamento de bodega
	Control de inventario	Auditoría	Monitoreo	Encuesta	Personal de la empresa

Fuente: Matriz de la tesis
Elaborado por: Maurad marco y Romero Evelyn

Cuadro 12. Operacionalización de la variable particular 2.

Componentes	Variables Dependiente/ Independiente	Dimensión	Indicadores	Técnicas	Fuente de Información
El descontrol de requisición de mercadería en la empresa Agroproduzca S.A afecta en la mercadería disponible para la venta.	Mercadería disponible para la venta	Contabilidad	Porcentual	Encuesta	Vendedor de la empresa
	Requisición de mercadería	Contabilidad	Numero de requisición de mercadería	Encuesta	Departamento de Contabilidad

Fuente: Matriz de la tesis
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Cuadro 13. Operacionalización de la variable particular 3.

Componentes	VARIABLES Dependiente/ Independiente	Dimensión	Indicadores	Técnicas	Fuente de Información
La falta de un método de valoración de existencia afecta a los precios reales y cantidad de la mercadería.	Precios reales y cantidad de la mercadería	Contabilidad	Porcentual	Estudio Documental	Contador de la empresa
	Método de valoración	Contabilidad	Unidades	Estudio Documental	Encargado del departamento de bodega

Fuente: Matriz de la tesis
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Cuadro 14. Operacionalización de la variable particular 4.

Componentes	VARIABLES Dependiente/ Independiente	Dimensión	Indicadores	Técnicas	Fuente de Información
La capacitación al personal del almacén influye en la atención hacia los clientes.	Atención al cliente	Marketing	Porcentual	Encuesta	Clientes
	Capacitación al personal	Recursos Humanos	Porcentual	Encuesta	Encargado de RRHH

Fuente: Matriz de la tesis
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

CAPITULO III

MARCO METOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

En este capítulo se expondrá de forma precisa el tipo de datos que se requiere indagar para el logro de los objetivos de la investigación, así como la descripción de los distintos métodos y las técnicas que posibilitaran obtener información necesaria.

Esta investigación es elaborada a base de texto e información ya existente, según su contexto va a ser de campo porque se utilizara las técnicas como la encuesta.

Según su objetivo gnoseológico la investigación es descriptiva porque con toda la información recopilada se reconocerá y determinara las diferentes características en el estudio del problema.

Después de tener la información necesaria, será analizada y la investigación explicativa permitirá establecer las causas que origina la realidad del problema y conocer los efectos que trae el mismo, como la falta de un mejor control interno de inventario.

Según el control de las variables esta investigación es de tipo no experimental, ya que las variables no se vieron afectas⁴⁹.

⁴⁹(HERNANDEZ, 2010).

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Característica de la población

La población está dividida por dos grupos; El primero por el talento humano y el segundo grupo por los clientes de la empresa.

El primer grupo poblacional que comprende los trabajadores de la empresa es de 52 personas, aquí están incluidos todos los departamentos; su totalidad residen en la ciudad de Guayaquil y todos cuentan con título de tercer nivel.

El segundo grupo está conformado por 3.200 clientes que residen en la Ciudad de Guayaquil, Daule, Babahoyo. La población se determinó de la base de datos de la empresa

3.2.2 Delimitación de la población

Las poblaciones sujeto a estudio son finitas, por cuanto se conoce sus cantidades.

En el caso de los trabajadores de la empresa totalizan 52 de los cuales 33 serán objeto de investigación que están distribuidos en el departamento de compra, venta, comercial y contabilidad, estos brindaran información para conocer la realidad de los procesos del control interno de inventario y los métodos que utilizan.

En el caso de los clientes de la empresa totalizan 3.200, estos son objetos de investigación ayudaran a conocer si la empresa siempre cuenta con mercadería disponible.

3.2.3 Tipo de Muestra

En este tema investigativo; para los empleados no es necesario ningún tipo de muestra porque se utilizara toda la población ya que es menor a cien, para los clientes se utilizara el tipo de muestra probabilística porque todos tienen la misma posibilidad de ser elegido.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Para el caso de los empleados de Agroproduzca S.A no se aplicara ninguna fórmula de muestreo porque la población no pasa de 100 trabajadores, lo que significa que todos serán objeto de investigación ya que brindaran información de

gran importancia que permitirá cumplir con los objetivos propuestos y verificar las hipótesis

Para el caso del grupo Clientes de la empresa que es mayor a cien, es importante seleccionar una muestra, ya que el número de clientes que determine la muestra, permitirá realizar el respectivo análisis para determinar las conclusiones.

Como se conoce el número de clientes de la empresa se utilizara la siguiente fórmula para determinar el muestreo aleatorio simple:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

p = Posibilidad de que ocurra un evento, p = 0.5

q = Posibilidad de que no ocurra un evento, q = 0.5

E = Error, se considera el 5%; E = 0.05

Z= Nivel de confianza, que para el 95%, Z = 1.96

Reemplazando los datos, se obtendrá lo siguiente:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$
$$n = \frac{3.200(0.5)(0.5)}{\frac{(3.200-1)0.05^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)}$$
$$n = \frac{800}{\frac{7.9975}{3.8416} + 0.25}$$
$$n = \frac{800}{2.3318}$$

$$n = 343.08$$

El número de muestra para la población de Clientes de la empresa es de 343.

3.2.5 Proceso de selección

En el grupo de talento humano de la empresa toda la población será seleccionada para hacer el estudio.

En el grupo de los clientes de la empresa. La muestra es probabilística, todos tienen la misma oportunidad de ser seleccionados, se procederá a realizarla en el departamento de ventas, de acuerdo a como lleguen los clientes a realizar alguna adquisición en la empresa se efectuara la encuesta, ya que no se conoce la ubicación de ellos.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

Se utilizara el método inductivo – deductivo y analítico – sintético, ya que me permitirá evaluar la situación actual de los controles de la empresa para poder contrarrestar las debilidades que exista dentro de la misma o brindar recomendaciones que den buenos resultados.

3.3.2 Métodos empíricos

Se utilizara el método empírico en esta investigación ya que por medio de este se obtendrá información confiable sobre la atención brindada a los clientes y la experiencia laboral de los empleados de la empresa que permitirá sacar conclusiones

3.3.3 Técnicas e instrumentos

Las técnicas a utilizar son: la encuesta y el muestreo.

La encuesta va ser dirigido al talento humano de la empresa y a los clientes de la misma, para los trabajadores de la empresa se utilizara toda la población, brindara información de gran importancia ya que ellos viven la realidad de la empresa. Dentro de la misma se realizara el estudio documental que será sobre los documentos que

el personal proporcione sobre el manejo de recepción, almacenamiento y entrega de la mercadería.

La encuesta realizada a los clientes de la empresa será en base a la muestra que es de 343, ellos brindaran información sobre la mercadería y el servicio que presta los vendedores.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.

Para realizar el proceso estadístico de la información utilizaremos Microsoft Excel 2010 ya que es una herramienta desarrollada para realizar cálculos matemáticos, administrativos, y financieros permitiendo ordenarlos de manera adecuada.

Se utilizarán gráficos de tablas estadísticas donde muestra de forma resumida los datos obtenidos en la investigación para que así sea analizada y comprendida con facilidad.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Para proceder a realizar el análisis de los resultados de la encuesta, es necesario recalcar que el primer paso es organizar la información obtenida para una fácil interpretación, en este caso utilizaremos una herramienta de estadística y gráficos para así medir nuestra información obtenida en porcentajes.

Cada pregunta tendrá su propia interpretación y detalles en base a los porcentajes obtenidos durante el proceso de tabulación esto nos mostrara si incide o no un de sistema de control interno de inventarios con falencia en la ventas y el stock de mercadería de la empresa Agroproduzca S.A. de la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

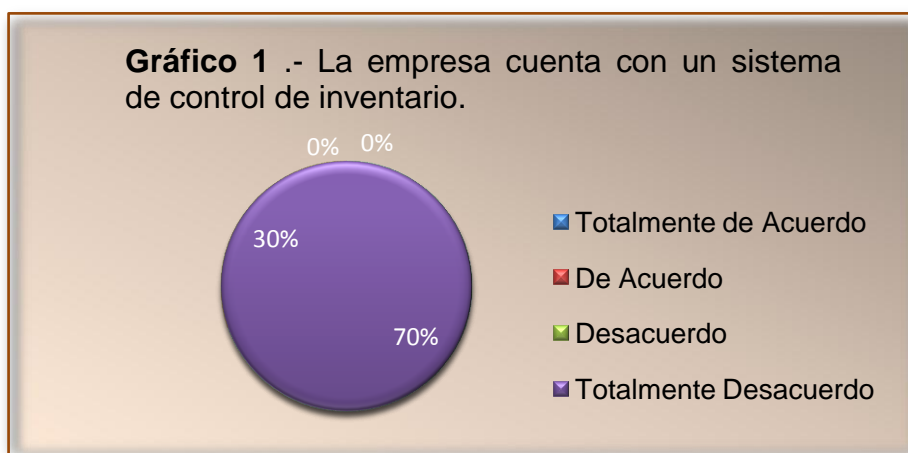
Es de gran importancia también resaltar que las encuestas fueron realizadas a 33 personas que corresponde al personal administrativo de la empresa Agroproduzca S.A. los mismo que laboran en la matriz, también fueron encuestado 343 clientes que fue el total de la muestra obtenida en base a la población de clientes con la que cuenta la empresa.

1) ¿La empresa cuenta con sistema de control interno de inventario?

Cuadro 15.La empresa cuenta con un sistema de control de inventario

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	23	70%
De Acuerdo	10	30%
Desacuerdo	0	0%
Totalmente Desacuerdo	0	0%
Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

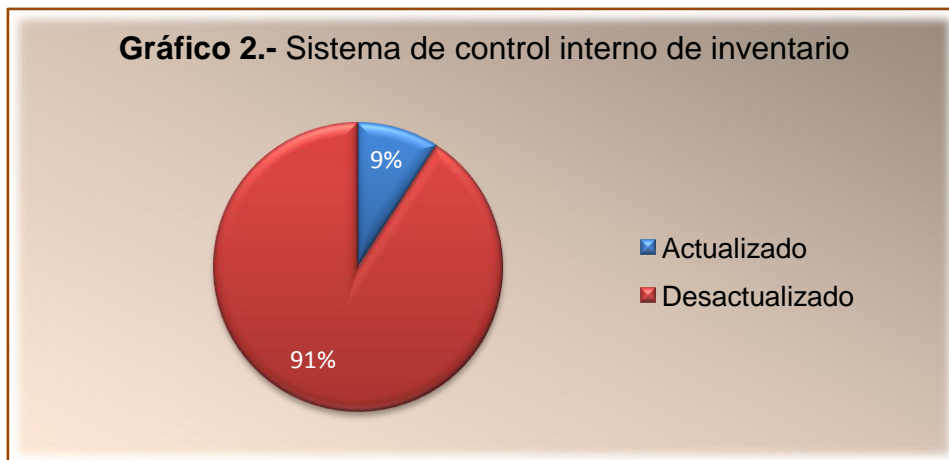
De las 33 personas encuestadas que laboran dentro de la empresa Agroproduzca S.A., 23 personas que corresponde al 70% respondieron que están totalmente de acuerdo que la empresa cuenta con un sistema de control interno de inventario, mientras que las 10 personas restantes que equivale el 30% dijeron que estaban de acuerdo que la empresa cuenta con un sistema de control interno de inventario. Lo que indica que la institución se encuentra funcionando con un sistema de control interno de inventario ya que esta es la metodología utilizada ahora en día para controlar sus inventarios.

2) ¿El sistema de control interno de inventario que utiliza la empresa está?

Cuadro 16. Sistema de control interno de inventario.

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
Actualizado	3	9%
Desactualizado	30	91%
Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

De las 33 personas encuestadas que laboran dentro de la empresa Agroproduzca S.A., el 91% manifestó que el sistema de control interno de inventario está desactualizado mientras que el 9% responde que es actualizado, lo cual muestra que el sistema de control interno con el que cuenta la institución es obsoleto, dado a los varios años que tiene de utilización el sistema.

3) ¿El nivel de las ventas en la empresa Agroproduzca S.A en los últimos años han?

Cuadro 17.Nivel de las ventas en la empresa Agroproduzca S.A.

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
Aumentado	1	3%
Mantenido	7	21%
Disminuido	25	76%
Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por:Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por:Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

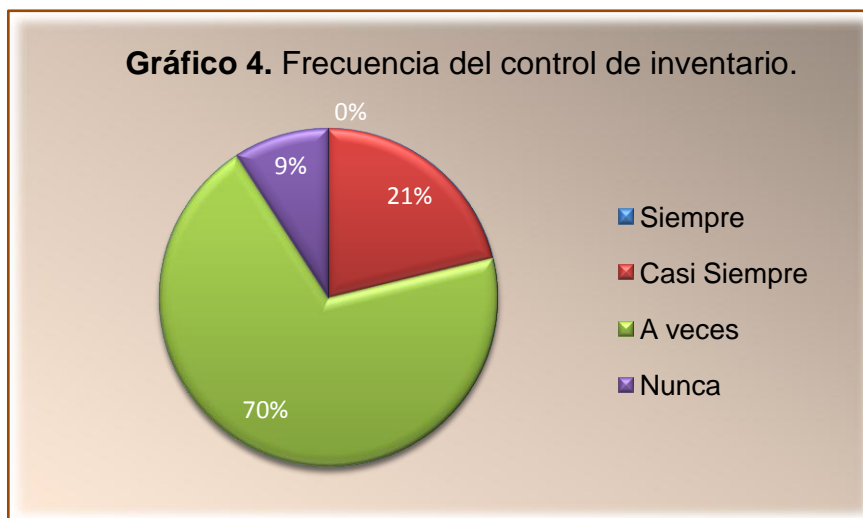
De las 33 personas encuestadas que laboran dentro de la empresa Agroproduzca S.A., el 76% informo que las ventas han disminuido, el 21% dice que se ha mantenido y el 3% que las ventas han aumentado. Esto da a conocer que la estabilidad económica de la empresa no se encuentra bien en los últimos años ya que los resultados arrojan que las ventas en la entidad han disminuido.

4) ¿Con que frecuencia es realizado el control de inventario en la empresa?

Cuadro 18.Frecuencia del control de inventario.

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi Siempre	7	21%
A veces	23	70%
Nunca	3	9%
Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por:Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por:Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

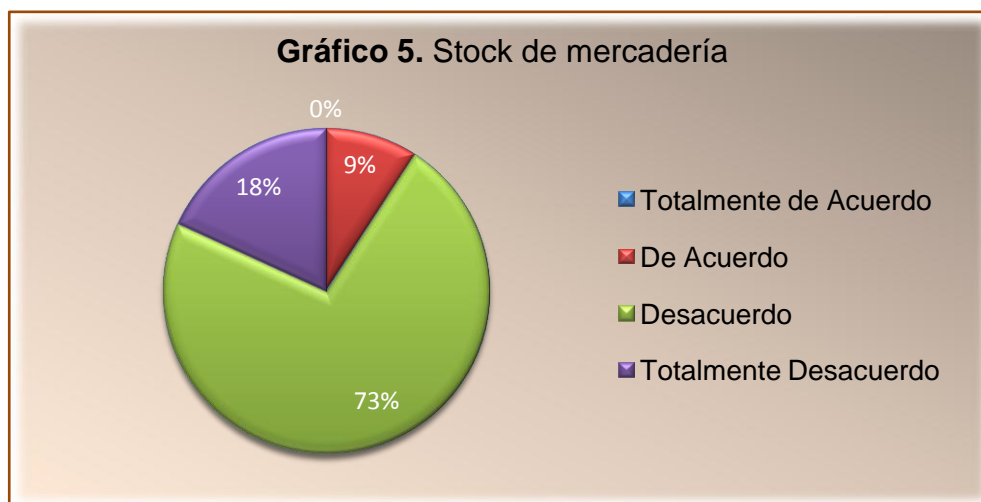
De las 33 personas encuestadas que laboran dentro de la empresa Agroproduzca S.A., 7 personas que corresponde al 21% manifiesta que casi siempre se realiza un control, otras 3 que es el 9% de la población responde que nunca se realiza un control de los inventarios mientras que 23 personas es decir el 70% restante de la población encuestada responde que el control de los inventarios es realizado a veces, lo que da a entender que en la empresa no se está realizando un adecuado control de los inventarios a pesar que estos son los de mayor circulación dentro de la institución.

5) ¿Detectan con facilidad el stock de mercadería en la empresa?

Cuadro 19. Stock de mercadería.

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	0	0%
De Acuerdo	3	9%
Desacuerdo	24	73%
Totalmente Desacuerdo	6	18%
Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

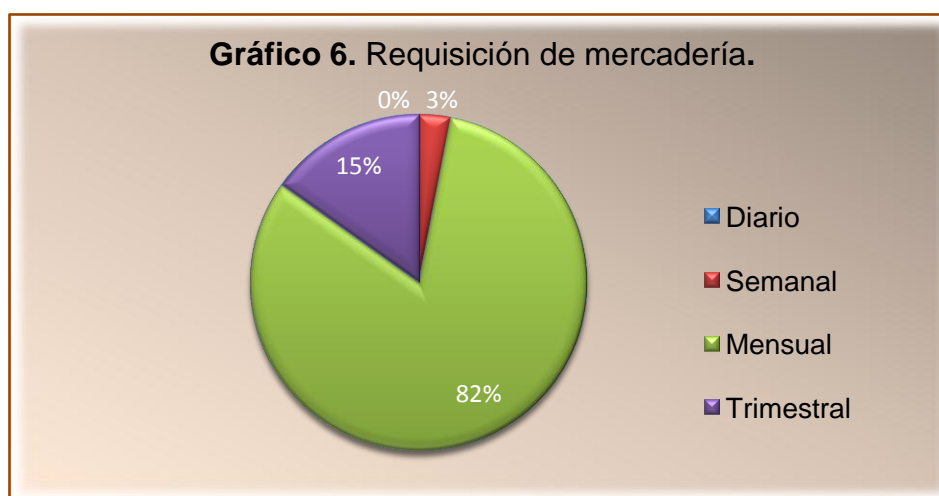
De las 33 personas encuestadas que laboran dentro de la empresa Agroproduzca S.A., 24 personas es decir el 73% respondieron que están en desacuerdo, 6 personas que es el 18% están totalmente desacuerdo y solo 3 personas están de acuerdo lo cual hace un 9% esto determina que no conocen el stock de mercadería real dentro de la empresa, y cuando el cliente se acerca a adquirir un producto determinado después de un largo tiempo en espera comunican que no hay.

6) ¿Los informes que se hacen por requisición de mercadería son?

Cuadro 20.Requisición de mercadería.

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
Diario	0	0%
Semanal	1	3%
Mensual	27	82%
Trimestral	5	15%
Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por:Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por:Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

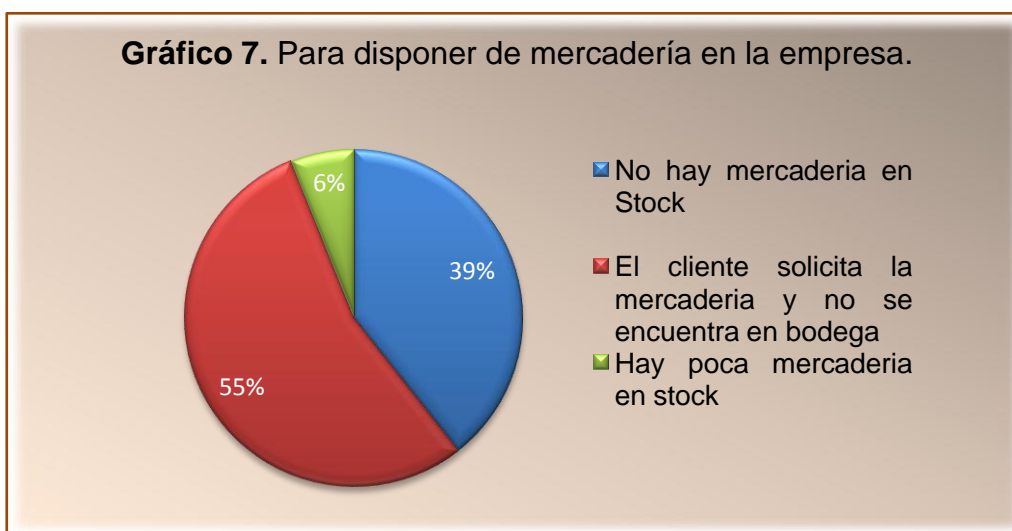
De las 33 personas encuestadas que laboran dentro de la empresa Agroproduzca S.A., 27 personas que son el 82 % manifiestan que los informes por requisición de mercadería son elaborado de forma mensual, 1 que es el 3% responde que semanal y 5 personas que corresponde al 15% respondieron de manera trimestral, con la información obtenida se puede determinar que los informes de requisición de mercadería son escasos lo que conlleva que no haya la mercadería necesaria en el tiempo y cantidad adecuada dentro de la empresa.

7) ¿Para disponer de mercadería en la empresa esta es solicitada cuándo?

Cuadro 21. Para disponer de mercadería en la empresa.

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
No hay mercadería en Stock	13	39%
El cliente solicita la mercadería y no se encuentra en bodega	18	55%
Hay poca mercadería en stock	2	6%
Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

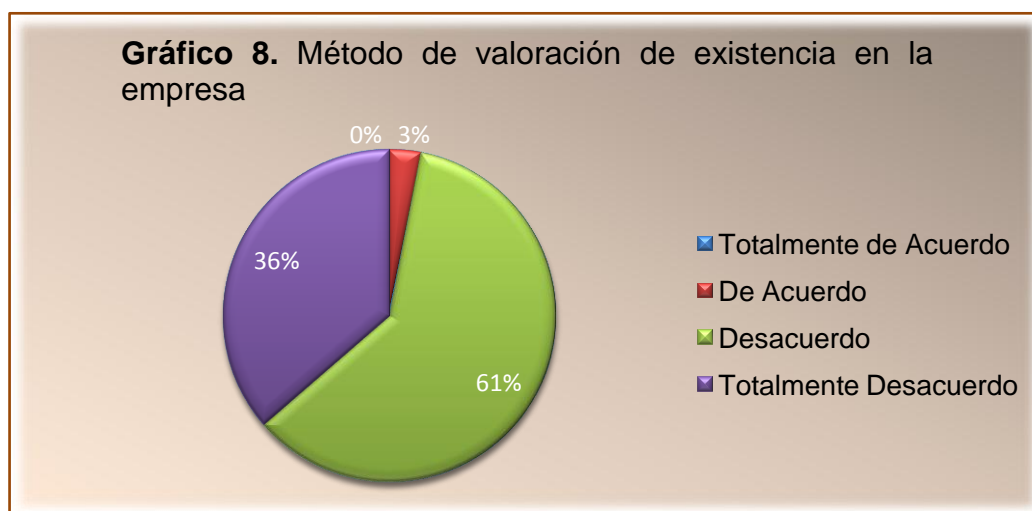
De las 33 personas encuestadas que laboran dentro de la empresa Agroproduzca S.A., 18 personas que corresponde al 55% respondieron que la mercadería es adquirida cuando el cliente la solicita y no se encuentra en bodega, 13 personas que pertenecen al 39% nos manifiesta que la mercadería es solicitada cuando no hay mercadería en stock y solo 2 personas que es el 6% respondieron que los repuestos son solicitados cuando hay pocos en stock, esto es perjudicial para la empresa ya que así pierden clientela y por ende sus ingresos se verán afectados.

8) ¿La empresa cuenta con un método de valoración de existencia?

Cuadro 22. Método de valoración de existencia en la empresa.

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	0	0%
De Acuerdo	1	3%
Desacuerdo	20	61%
Totalmente Desacuerdo	12	36%
Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

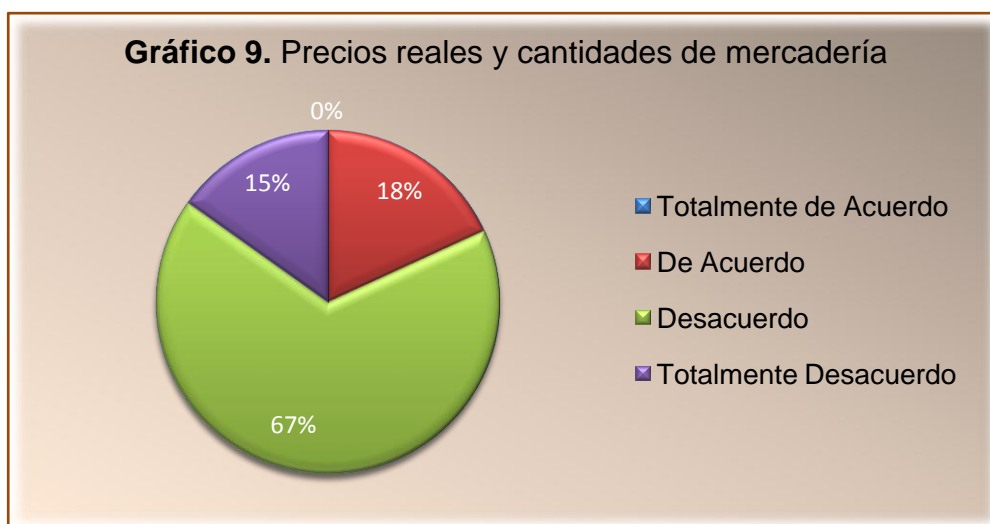
De las 33 personas encuestadas que laboran dentro de la empresa Agroproduzca S.A., 20 personas que corresponde al 61% respondieron que están en desacuerdo en que la empresa cuenta con un método de valoración es decir que no tienen dicho método, ya que la mercadería que ingresa es registrada solo detallando la cantidad, precio; 12 personas que son un 36% están totalmente en desacuerdo y una persona que corresponde al 3% restante dice estar de acuerdo.

9) ¿Se conoce con exactitud los precios reales y cantidades de mercadería?

Cuadro 23. Precios reales y cantidades de mercadería.

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	0	0%
De Acuerdo	6	18%
Desacuerdo	22	67%
Totalmente Desacuerdo	5	15%
Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

De las 33 personas encuestadas que laboran dentro de la empresa Agroproduzca S.A., 22 personas que corresponde al 67% están en desacuerdo, 5 personas que es el 15% responde que están totalmente desacuerdo esto indica que los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A. no conoce con exactitud los precios y cantidades reales de la mercadería debido a que la empresa no cuenta con un método de valoración.

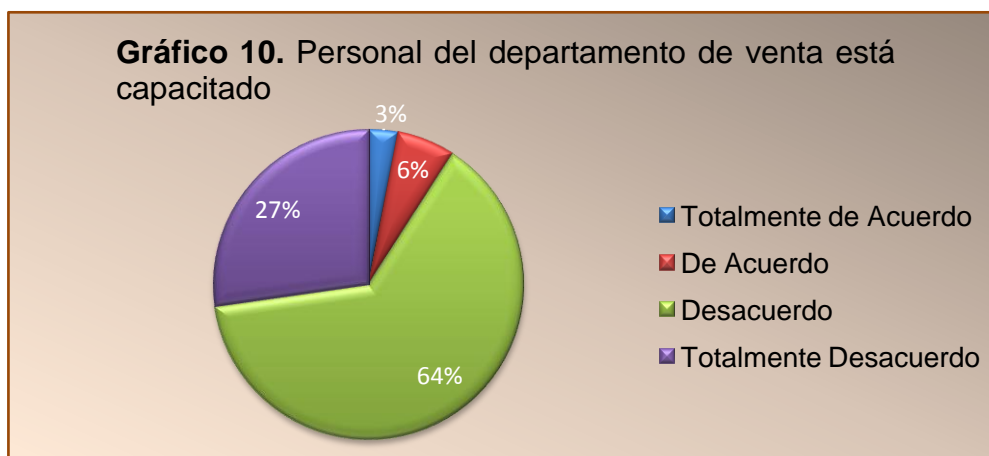
10) ¿El personal del departamento de venta está capacitado para desempeñarse en su cargo?

Cuadro 24. Personal del departamento de venta está capacitado.

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	1	3%
De Acuerdo	2	6%
Desacuerdo	21	64%
Totalmente Desacuerdo	9	27%
Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

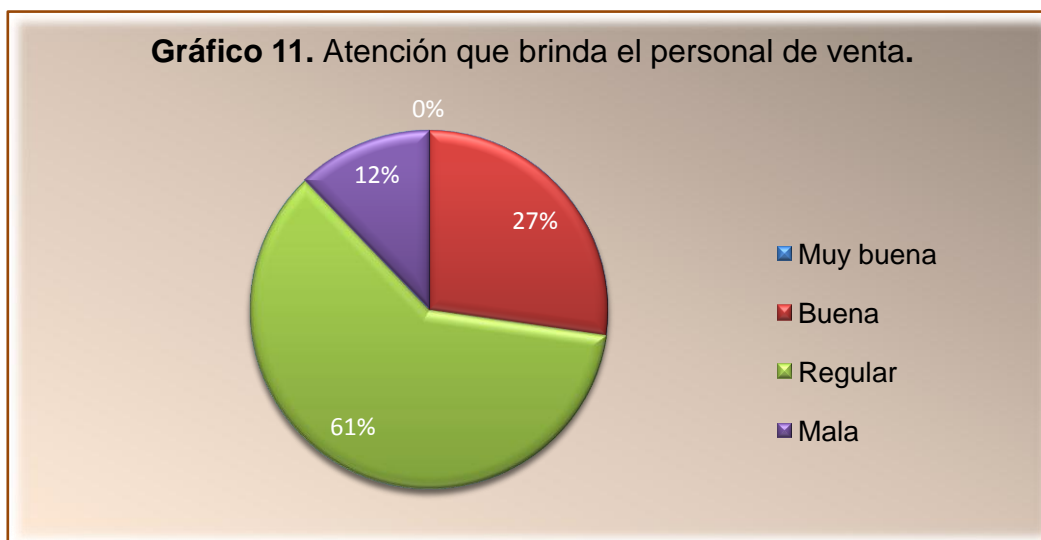
De las 33 personas encuestadas que laboran dentro de la empresa Agroproduzca S.A., 21 personas que corresponde al 64% están en desacuerdo, 9 personas que es el 27% están totalmente en desacuerdo, esto demuestran que los trabajadores del departamento de ventas no son capacitados es por esto que cuando el cliente se acerca a la empresa no se encuentra satisfecho con la atención brindada.

11) ¿Cree usted que la atención que le brinda el personal de venta a sus clientes es?

Cuadro 25.Atención que brinda el personal de venta.

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
Muy buena	0	0%
Buena	9	27%
Regular	20	61%
Mala	4	12%
Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por:Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por:Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

De las 33 personas encuestadas que laboran dentro de la empresa Agroproduzca S.A.,20 personas que corresponde al 61% responde que la atención que le brinda a los clientes es regular, debido a la falta de conocimiento técnico de los repuestos 4 personas que es el 12% responden que la atención que le brindan es mala y 9 personas que es el 27% manifiestan que la atención que le brindan a sus clientes es buena.

Encuestas realizadas a los clientes

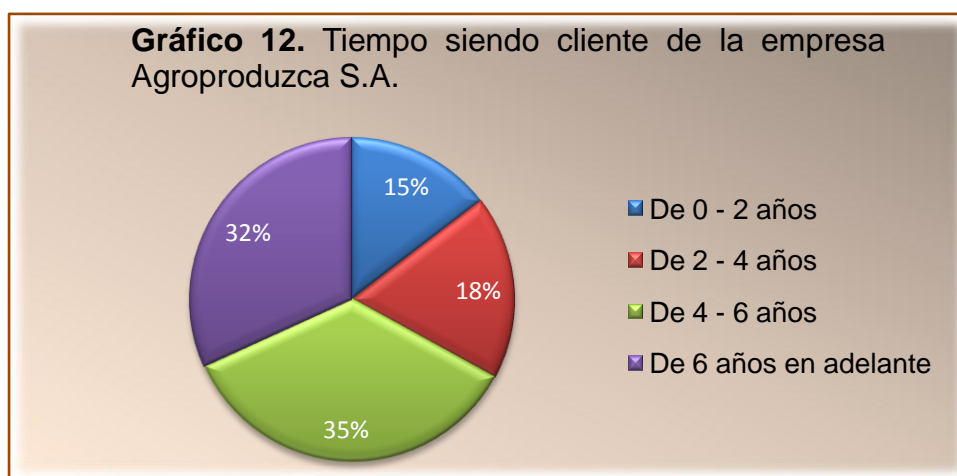
1) ¿Hace que tiempo usted es cliente de la empresa Agroproduzca S.A?

Cuadro 26. Tiempo siendo cliente de la empresa Agroproduzca S.A.

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
De 0 - 2 años	50	15%
De 2 - 4 años	63	18%
De 4 - 6 años	121	35%
De 6 años en adelante	109	32%
Total	343	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la empresa Agroproduzca S.A.

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la empresa Agroproduzca S.A.

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

De los 343 clientes de la empresa Agroproduzca S.A. encuestados, 121 personas que corresponden al 35% son cliente con un lapso de tiempo de 4 a 6 años, 109 personas que es el 32% de la población respondieron que tienen más de 6 años siendo clientes de la empresa ya que la misma se encuentra ofrece piezas 100% dedicada para la agricultura.

2) ¿La atención que le brinda el personal de venta al momento de adquirir el producto es?

Cuadro 27. Atención brindada por el personal de venta

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
Muy Bueno	0	0%
Bueno	5	1%
Regular	78	23%
Malo	260	76%
Total	343	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

De los 343 clientes de la empresa Agroproduzca S.A. encuestados, 260 personas que corresponden al 76% manifiestan que la atención brindada es mala ya que cuando piden una pieza muchas veces no hay o les dan la errónea y tienes que acercarse a descambiar, 78 personas que es el 23% responden que la atención es regular y 5 personas que es el 1% indican que la atención es buena, sin embargo acuden a este lugar a adquirir sus artículos ya que es una empresa que cuenta con las mejores maquinarias y la piezas para trabajar en la agricultura.

3) ¿La empresa Agroproduzca S.A cumple con sus expectativas en el momento de adquirir un producto?

Cuadro 28.La empresa Agroproduzca S.A cumple con sus expectativas.

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi Siempre	12	3%
A veces	158	46%
Nunca	173	50%
Total	343	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

De los 343 clientes de la empresa Agroproduzca S.A. encuestados, 173 personas que corresponde al 50% de la población nos indica que la empresa nunca cumple sus expectativas que siempre tienen que regresar por algún motivo a la empresa, 158 personas que corresponde al 46% manifiestan que hay veces en que la empresa si cumple con la expectativas y 12 personas que son el 3% responden que la empresa casi siempre cumple con sus expectativas que por la tanto es una empresa que si debe seguir en el mercado pero mejorar sin embargo tiene que mejorar ciertas falencias que tiene.

4) ¿Al momento de usted adquirir un producto el vendedor le entrega el correcto?

Cuadro 29. El vendedor entrega el producto correcto al cliente.

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi Siempre	8	2%
A veces	153	45%
Nunca	182	53%
Total	343	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

De los 343 clientes de la empresa Agroproduzca S.A. encuestados, 182 personas que corresponde al 53% de nuestra población indican que cuando han adquirido un producto en la empresa nunca el vendedor les ha entregado el correcto y que han tenido que regresar a realizar cambios, 153 personas que son el 45% manifiestan el vendedor a veces sí le entrega el producto correcto y otras veces no, 8 personas que corresponden al 2% responden que los vendedores de la empresa casi siempre le entregan el producto adecuado pero que sin embargo ellos tienen que acercarse a pedir el mismo con la muestra para que no haya errores y no tener que regresar.

5) ¿Se encuentra usted satisfecho con la atención brindada por la empresa Agroproduzca S.A?

Cuadro 30. Satisfacción del cliente de la empresa Agroproduzca S.A.

Alternativas	Frecuencia	Valor Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi Siempre	15	4%
A veces	131	38%
Nunca	197	57%
Total	343	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn



Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Análisis de datos.

De los 343 clientes de la empresa Agroproduzca S.A. encuestados, 197 personas que corresponde al 57% de la población responden nunca están satisfechos con la atención brindada por la empresa Agroproduzca S.A., por las diferentes equivocaciones que tienen al momento de entregar los repuestos, 131 que es el 38% indica que a veces se encuentran satisfecho con la atención brindada mientras que las 15 personas restantes que corresponden al 4% dicen estar casi siempre satisfecho con la atención brindada por la empresa Agroproduzca S.A.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.

Mediante las encuestas realizadas al personal administrativo que labora en los diferentes departamentos de la empresa Agroproduzca S.A., y los clientes de la misma se pudo analizar varios criterios de los cuales se puede destacar que la empresa cuenta con un sistema de control interno de inventario el cual tiene muchos años de aplicación y lo convierte en obsoleto y es por esto que no tienen un adecuado control de la mercadería, de la misma manera también que el personal de venta al momento de realizar su labor no tiene un conocimiento amplio de la gama de productos que ofrecen ya que estos no son capacitados para así efectuar con éxito el cargo que desempeñe. Así mismo se puede evidenciar que los clientes no se sienten satisfechos con la atención brindada por la empresa.

Por consiguiente el resultado obtenido de las encuestas realizadas demuestra que un sistema de control interno de inventario con falencias afecta en las ventas de la empresa, este problema se da ya que el sistema con el que cuenta la misma tiene varios años en funcionamiento y no ha habido un cambio del mismo.

Otros de los motivos que se dieron a conocer es que al no contar un método de valoración específico, la empresa no puede determinar cuál es el valor real de su existencia de mercadería. Cabe también recalcar que los clientes se acercan a comprar ya que la empresa cuenta con productos de buena calidad y los necesarios para realizar eficientemente su trabajo, sin embargo manifiestan molestias ya que muchas veces después de esperar un largo tiempo los vendedores de la empresa le dicen que no tienen el producto, o en caso de acercarse a comprar un repuesto sin una muestra tienen que regresar nuevamente a la empresa para realizar el cambio.

4.3 RESULTADOS.

Después de elaborar, aplicar, analizar e interpretar los resultados de cada una de las preguntas realizadas en las encuestas que evidencia diversas anomalías que están surgiendo y éstas afectan directamente a la empresa y a los consumidores ya que no tienen clara la cantidad de inventarios en la empresa.

Un alto porcentaje de nuestros encuestados manifestaron que la empresa no tiene un control adecuado de la mercadería existente y que el personal de venta tampoco está capacitado para desempeñar su cargo, esto es perjudicial para la empresa ya que sus clientes al no tener una buena atención podrían hacer que los mismo busquen otro lugar donde adquirir lo que necesitan y dejar ser clientes de la empresa.

Por medio de los clientes encuestados también se pudo analizar que les gustaría que la empresa tenga una gama completa de los productos que ofrece y que el personal de venta sea capacitado para que al momento que el comprador se acerque a adquirir un producto, el que le brinden sea el adecuado y no tener que regresar a realizar un cambio.

4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS

Mediante el siguiente cuadro mostraremos la comprobación de las hipótesis basadas en nuestra investigación.

Cuadro 31. Verificaciones de Hipótesis General

Hipótesis General	
Hipótesis	Verificación
Hipótesis General.- Las falencias que existen en el sistema de control interno de inventario influyen en las ventas de la empresa Agroproduzca S.A.	Esta hipótesis es confirmada con la pregunta 1,2 y 3 de la encuesta dirigidas al personal administrativo de la empresa, donde indican que si cuenta con un sistema de control interno de inventario el mismo que se encuentra desactualizado y con falencias, esto hace que las ventas de la empresa Agroproduzca S.A. disminuyan.

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Cuadro 32. Verificaciones de Hipótesis Particulares

Hipótesis Particulares	
Hipótesis	Verificación
Hipótesis particular 1.- Los escasos controles de inventario en la empresa Agroproduzca S.A. influyen en el desconocimiento del stock de mercadería.	Esta hipótesis es confirmada con la pregunta 4 y 5 de la encuesta dirigidas al personal administrativo de la empresa, donde indica que no se realizan control en los inventarios y esto les lleva a no tener claro la existencia de mercadería en stock.
Hipótesis particular 2.- El descontrol de requisición de mercadería en la empresa Agroproduzca S.A afecta en la mercadería disponible para la venta.	Esta hipótesis es confirmada con la pregunta 6 y 7 de la encuesta dirigidas al personal administrativo de la empresa, donde manifiestan que los informes por requisición de mercadería lo realizan de manera mensual y la adquisición de mercadería es efectuada cuando el cliente solicita la misma y no se encuentra en bodega.
Hipótesis particular 3.- La falta de un método de valoración de existencia afecta los precios reales y cantidad de la mercadería.	Esta hipótesis es confirmada con la pregunta 8 y 9 de la encuesta dirigidas al personal administrativo de la empresa, en la cual indican que la empresa no cuenta con un método de valoración lo cual conlleva al desconocimiento de la existencia y precio de la mercadería.
Hipótesis particular 4.- La capacitación al personal del almacén influye en la atención hacia los clientes.	Esta hipótesis es confirmada con la pregunta 10 y 11 de la encuesta dirigidas al personal administrativo y con la pregunta 1, 2, 3, 4 y 5 de la encuesta realizada a los clientes de la empresa, donde indican que el personal de venta no se lo capacita de manera adecuada y así mejorar el servicio de atención a los clientes.

Fuente: Encuesta realizada a trabajadores y clientes de la empresa Agroproduzca S.A.

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

CAPITULO V

PROPUESTA.

5.1 TEMA.

Diseño de un modelo de control interno de inventario para la empresa Agroproduzca S.A situada en la ciudad de Guayaquil.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Modelo de Control interno de Inventario

El control interno es el modelo integrado por el esquema de organización y el conjunto de los procedimientos, metodologías, principios, reglas, y componentes de comprobación y evaluación acogidos por una entidad.

El control interno ayuda a la administración, dirección o gerencia a desempeñar eficazmente sus funciones por medio de cada una de las dependencias de la organización.

El modelo de control interno es el conjunto de planes de la organización, métodos y medidas adoptadas por la empresa con la finalidad de salvaguardar sus activos y verificar la confiabilidad de los estados contables.

Los controles son de gran importancia para la empresa y la gerencia, toda actividad hasta la más sencilla debe de ser controlada por alguien. Conforme crece una

organización, aumenta la necesidad de usar políticas, procedimientos de control y asegurar de que las labores de los trabajadores sean uniformes y consistentes.⁵⁰

Políticas empresariales

Una política es una norma amplia para la toma de decisiones que relaciona la formulación de estrategias con la implementación de la misma. Las empresas utilizan políticas para asegurarse de que todos los empleados desempeñen correctamente sus funciones y tomen decisiones, éstas llevan a cabo funciones dirigidas al cumplimiento de la misión, visión, objetivos y valores empresariales.

Las empresas de negocios generalmente consideran tres tipos de estrategias que son:

- ❖ Estrategia corporativa
- ❖ Estrategia de negocio
- ❖ Estrategia funcional

Estrategia corporativa representa la dirección general de la empresa en cuanto el crecimiento y administración de diversas líneas de negocio y productos, La estrategia de negocio ocurre a nivel de unidades de productos. La estrategia funcional se ocupa del desarrollo y fomento de una competencia distintas a las demás empresas⁵¹

5.3 JUSTIFICACIÓN.

En toda empresa es de suma importancia un control de los inventarios ya que estos garantizan el cumplimiento de los objetivos propuesto por la administración.

Los inventarios son los aparatos circulatorios dentro de la organización. Un control de los inventarios ayudan a organizar toda la mercadería para así tener un registro adecuado y realizar las actividades con efectividad, este control se lo realiza con la finalidad de salvaguardar los activos, minimizando los riesgos y obteniendo efectividad en los procesos realizados.

⁵⁰(Gonzalo, 2006)

⁵¹(THOMAS L, 2007)

El personal que labora en toda institución necesita ser capacitado para desempeñar su labor con eficiencia y eficacia y así tener la certeza que el cliente quedara satisfecho con la atención o el servicio brindado.

Agroproduzca S.A. tiene varios años en el mercado y proyecta ser una empresa exitosa, lo que influye a que se realice un cambio en las políticas y procedimientos y así mismo se capacite a los trabajadores ya que a medida que han pasado los años la tecnología ha avanzado.

Es de mucha importancia corregir estas anomalías ya que los mismos no dejaran que la institución obtengan sus logros deseados, por esto es de gran beneficiodiseñar un modelo de control de inventario en el cual le va ayudar a la empresa a tener una eficiente administración y un control de los inventarios adecuados.

5.4 OBJETIVOS.

5.4.1 Objetivo general de la propuesta

Diseñar el modelo de control interno de inventario de la empresa Agroproduzca S.A. para optimizar el control de los inventarios y brindarles a sus clientes una adecuada atención mediante la correcta ejecución de funciones y actividades.

5.4.2 Objetivo específicos de la propuesta

- ❖ Diseñar políticas y procedimientos de inventario para guiar al personal encargado de las adquisición, almacenamiento y entrega de mercadería.
- ❖ Determinar método de valoración.
- ❖ Elaborar la matriz de estrategia FOFA – DODA.
- ❖ Brindar capacitaciones al personal del área de venta para ayudar a desempeñar bien su cargo.

5.5 UBICACIÓN

Provincia: Guayas

Ciudad: Guayaquil

Sector: Norte

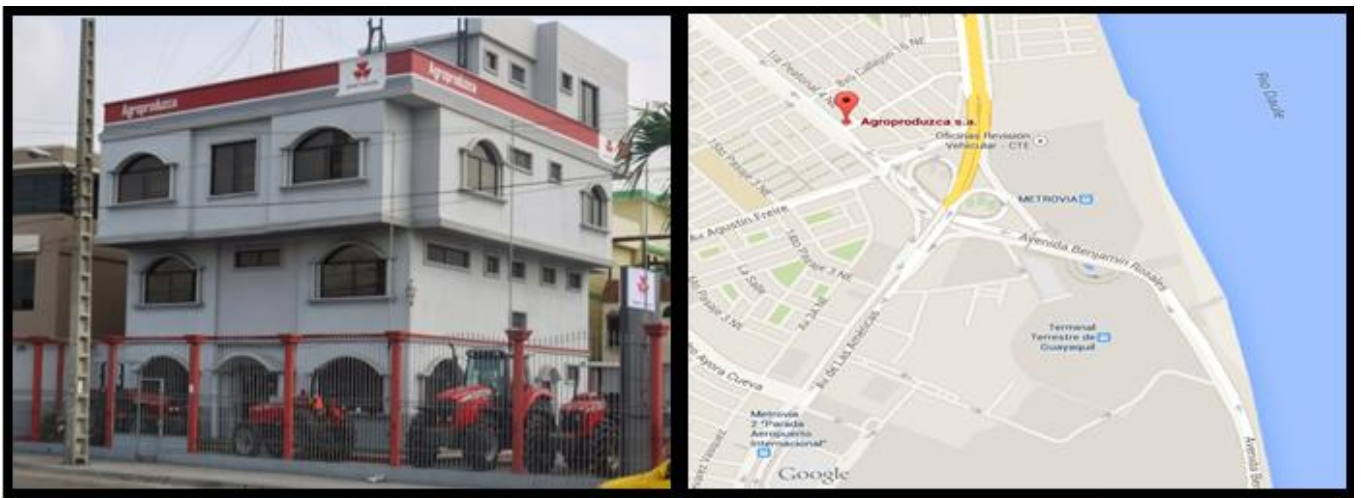
Ciudadela: Acuarela del Río

Dirección: Cdla. Acuarela del Río en la Av. Antonio Parra Velasco

Teléfono: (04) 224-9511

Actividades: Venta al por mayor y menor de maquinarias y repuestos agrícolas de la marca Massey Ferguson⁵²

Imagen 2. Ubicación de la Empresa



Fuente: Google Maps.

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

5.6 FACTIBILIDAD.

El diseño de un modelo de control interno de inventario para la empresa Agrozca S.A. es factible por varios aspectos ya que por medio de este sistema mejorara las actividades de control de inventario, la importancia radica ya que los inventarios son los aparatos circulatorios dentro de la empresa.

Con la propuesta se tendrá un mejor control de los inventarios en cuanto a cantidad y precios, lo cual producirá eficiencia y eficacia en las operación realizadas en la empresa; la capacitación al personal de venta también es factible ya que ellos son los encargados de la atención al cliente lo que brindara un impacto positivo en el desarrollo económico de la empresa.

⁵²(Agrozca S.A, 2013)

Administrativa.- La propuesta es factible ya que conlleva a mejorar las actividades administrativas de la empresa Agroproduzca S.A., esto ayudara a mejorar el control interno de inventario y la atención de los vendedores hacia los clientes tales como:

- ❖ Planear.
- ❖ Organizar.
- ❖ Supervisar.
- ❖ Dirigir.
- ❖ Integración del personal.

Presupuestario.- Es factible por cuanto no necesita de una inversión grande, ni la necesidad de recursos económico adicionales. Solo se deben implantar programaciones necesarias para la ejecución del mismo. Se realizara una pequeña partida presupuestaria en base a los objetivos establecidos que no alcanza más allá de \$783,44

Técnica.- La propuesta es realizable ya que las capacitaciones se realizarán en el auditorio de la empresa Agroproduzca S.A. Con la finalidad de brindar capacitaciones para que los trabajadores del departamento de venta de la empresa adquieran conocimientos sobre la atención a los clientes.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

Misión.- Ayudar al progreso agrícola y económico del país, manteniendo la responsabilidad de brindar un servicio efectivo y ágil, a través de un contacto permanente con nuestros clientes en el agro ecuatoriano. De este modo, conocer de cerca sus necesidades y satisfacerlas de manera oportuna.

Visión.- Ser una empresa gobernadora en el mercado, en mercadeo y distribución de Maquinarias, Herramientas y Suministros Agrícolas, afirmando un alto estándar en calidad en el servicio al cliente.⁵³

⁵³(Agroproduzca S.A, 2013)

Valores corporativos

Imagen 3.Valores Corporativos



Fuente: Empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Agroproduzca S.A.



MASSEY FERGUSON

AGROPRODUZCA

Preguntas para las muestras estadísticas.

Para el SR. Marco Maurad Pineda y Evelyn Romero Mora
Carrera: Ingeniería de Contaduría Pública Auditoría.

Compañía: AGROPRODUZCA S.A.

1. Cuantos empleados CONSTAN: 52 empleados
Departamento de Ventas: 11 personas
Departamento de Compras: 2
Departamento Comercial: 10 personas
Departamento de Contabilidad: 10 personas
Departamento de Administración: 6 personas
Departamento Financiero: 2 personas
Departamento de Marketing: 1 persona
Departamento de Servicio y Mantenimiento: 8 personas
Departamento de Importaciones: 1 persona
Departamento de Talento Humano: 1 persona
2. Cuantos Clientes tienen actualmente: 3.200 clientes
3. Que sistema utilizan: El sistema Operativo XASS 12.-

Elaborado por: CPA. Silvia Tigre

Fecha: 16 dic.2014

MATRIZ GUAYAGUIL: Cols. Acuerda del Río Tel.: (593-4) 224-9511/213-1951
SUCURSAL BAHUAYCO: (593-5) 273-5298 SUCURSAL DAULE: (593-4) 278-8837
SUCURSAL RIOSAMBA: (593-3) 230-0363 SUCURSAL QUITO: (593-2) 260-8938/260-7038
www.agroproduzca.com.ec - info@agroproduzca.com.ec

Cuadro 33. Matriz de estrategias FODA

❖ Buen posicionamiento de la marca en la mente del consumidor.	❖ Crecimiento del cultivo en la zona de Santa Elena y Manabí con proyectos de mecanización Agrícola.
❖ Respaldo de la fábrica.	❖ Proyectos importantes, para productos de caña – etanol.
❖ Facilidades de financiamiento diverso.	❖ Convenios y alianzas con otros proveedores complementarios (Bancos, semillas, químicos, etc.) para ofrecer paquetes a agricultores.
❖ Fortalecimiento de post – venta.	❖ Cadena productivas entre gremios productores (Junta de usuarios, Asociaciones) y gremios consumidores.
❖ Personal capacitado.	❖ Mayor aporte del gobierno para compra de tractores agrícolas, a través de su programa de mecanización agrícola. COYUNTURA.
❖ Empresa 100% Agrícola.	❖ Posicionamiento del negocio en la reventa de respuesta.
	❖ Implementación de proyectos agrícolas grandes, donde es posible establecer convenios de provisión de repuestos y servicios.
Debilidades	Amenazas
❖ Altos back orders en repuestos.	❖ Baja de producción o aumento de las importaciones, ya sea por plagas, o condiciones climáticas variables en las diferentes zonas productoras.
❖ Precios de los equipos, no muy competitivos.	❖ Aumento de la cobertura a nivel nacional de competencia.
❖ Configuración de equipos muy limitada.	❖ Ingreso de productores chinos (repuestos) a muy bajo precio.
	❖ Mercado de servicios particulares con talleres informales y mano de obra barata.
	❖ Competencia agresiva en precios, por maquinarias de baja configuración que ingresa en el país.
	❖ Crecimiento de competidores medianos, con fuerza de ventas de repuestos externa.

Fuente: Empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Sistema de trabajo de Agroproduzca S.A.

Agroproduzca S.A. está administrada por la gerencia general al mando y el administrador general que tiene la coordinación entre matriz y las 4 agencias.

Cada agencia tiene su jefatura, que se convierte en un canal de comunicación y de toma de decisiones entre la gerencia general y administración general, para llevar a cabo los procesos diariamente.

De igual forma bajo la administración general está el control de stock tanto de maquinarias, implementos y repuestos; es decir, el jefe de bodega y los responsables del stock de cada agencia están bajo esta supervisión.

El departamento de importaciones también está controlado por la administración general ya que tiene relación entre los diversos departamentos como área financiera, bodega y control de stock.

La parte de finanzas de la empresa es dirigida por la gerencia general y su asistente financiero, mediante quien la gerencia general está informada del correspondiente flujo de caja y estados financieros, de las necesidades de compras, de los pagos, de las obligaciones tanto a instituciones financieras como a proveedores.

El departamento contable está bajo supervisión del jefe financiero y el contador general. De este departamento se obtiene la información relacionada al control de stock, a los movimientos del departamento de cartera y cobranzas, y control de pagos.

Debido a procesos administrativos el departamento técnico, tales como, control de garantías, facturación de servicios y control general, también están bajo la supervisión de la administración general.

En lo relacionado al departamento de talento humano esta es dirigida por un profesional en la rama. Bajo el control de cada uno de los demás departamentos.

Política de sistema de gestión de prevención.

La administración general expresa priorizar y avalar la Seguridad y Salud del trabajador, concediendo para ello a su personal, proveedores, contratistas, clientes y partes interesadas un ambiente con las condiciones adecuadas de seguridad.

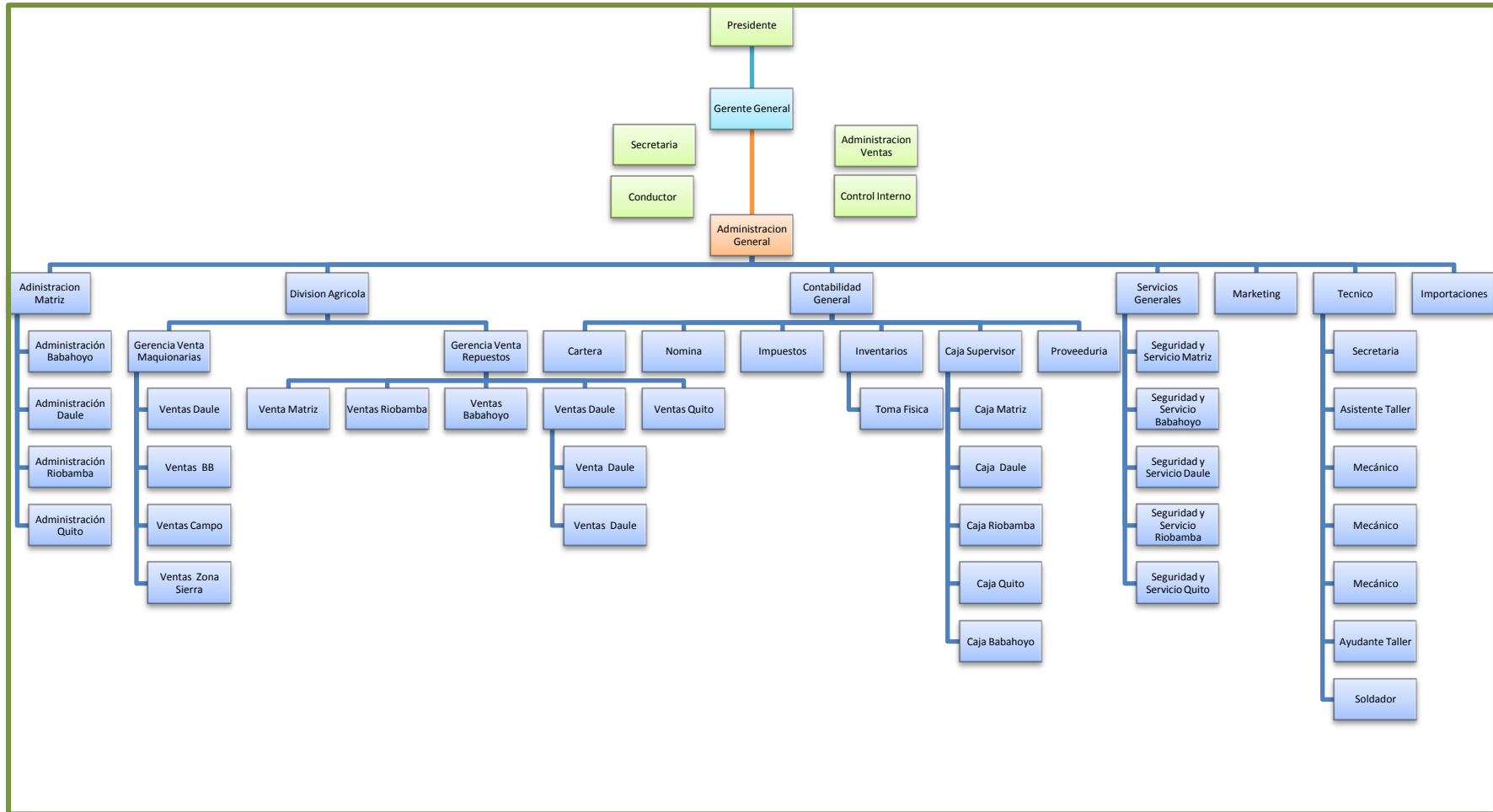
Conservando un recurso humano altamente capacitado, adiestrado e involucrado activamente en los compromisos y responsabilidades en materia de prevención, seguridad y salud en el trabajo.

Desempeñando los programas de eventualidad y emergencia reduciendo los peligros y riesgos inherentes a nuestro movimiento económico, orientados a la búsqueda de la mejora continua de todos nuestros servicios, ofreciendo el liderazgo y prestando los recursos necesarios, tanto humano, técnico y económico para la ejecución, sustento, control y mejorando consecutivamente la eficacia del sistema de Gestión preventiva.

Agroproduzca S.A., se responsabiliza en cumplir establemente con las obligaciones legales, reglamentarias y otras resoluciones en materia de seguridad y salud en el trabajo actual en nuestro país.⁵⁴

⁵⁴(Agroproduzca S.A., 2014)

Imagen 4. Organigrama la empresa Agroproduzca S.A



Fuente: Empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Diseño del modelo de control interno de inventario (Propuesta)

Políticas del Área de inventario.


Cuadro 34.Políticas del Área de inventario.

❖ Separación de funciones de adquisición, almacenamiento, entrega y registro contable.
❖ Las entradas y salidas de mercaderías serán supervisado por el encargado de inventario.
❖ Las entradas y salidas de mercaderías serán respaldados con la nota de pedido o carta de autorización, con su respectiva firma de responsabilidad.
❖ El personal encargado del inventario no tendrá acceso a los registros contables que controle su actividad.
❖ Determinar la calidad del inventario
❖ Mantener el nivel de existencias de repuestos de bodega de acuerdo con la demanda de los clientes.
❖ Comunicar a gerencia el deterioro de repuestos.
❖ Establecer una buena custodia en bodega para evitar pérdidas o robos de las mercaderías.
❖ Realizar conteo físico una vez por semana de productos al azar y semestralmente de todos los productos.
❖ Tener ordenado todos los productos en el lugar correspondiente.

Fuente:Administración estratégica y políticas de negocios.


Elaborado por:Maurad Marco y Romero Evelyn

Cuadro 35. Formato para el control de Ingreso de mercadería

					
Control de entrada de mercadería					
Lugar y Fecha:					
Producto	Fecha de entrada	Fecha de caducidad	Cantidad	Proveedor	Firma

Fuente: Contabilidad
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

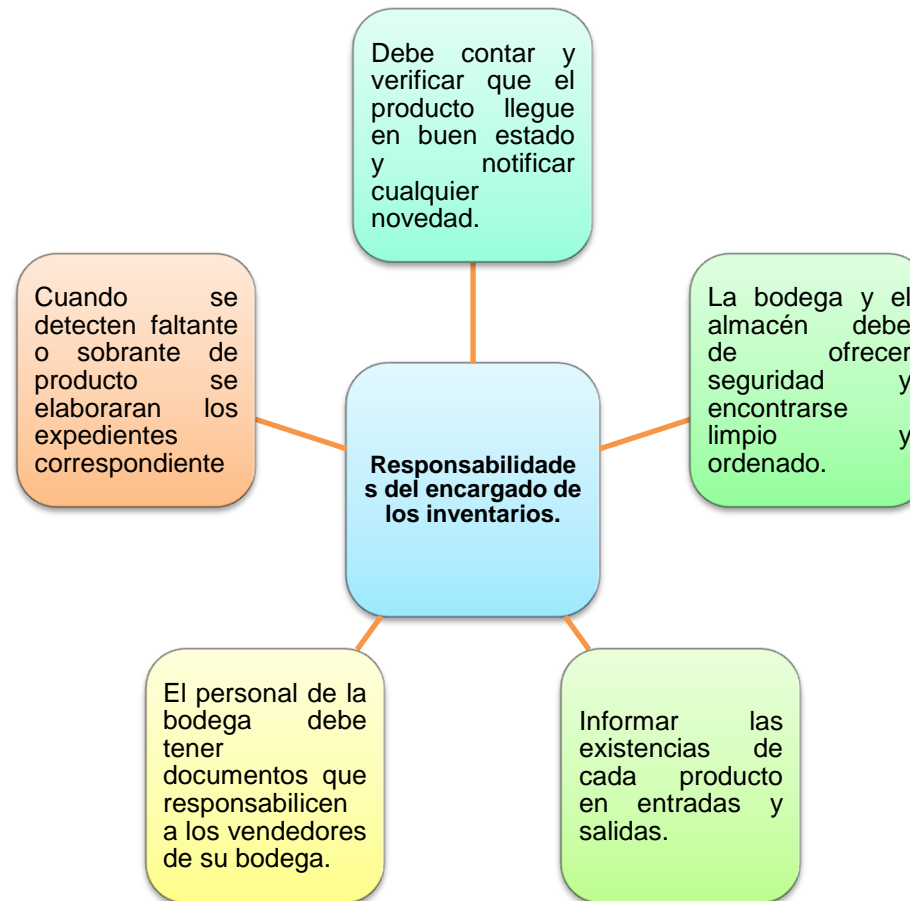
Cuadro 36. Formato para el control de salida de mercadería

			
Control salida de mercadería			
Responsable:			
Fecha de Emisión:			
Cantidad	Código	Producto	Lote
_____ Entregado por		_____ Recibido por	

Fuente: Contabilidad
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn


Responsabilidades del encargado de los inventarios.

Cuadro37. Responsabilidades del encargado de los inventarios de la Agroproduzca S.A



Fuente: Administración estratégica y políticas de negocios.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Cuadro 38. Formato del registro de sobrante y faltante de mercadería

 AGROPRODUZCA					
Fecha:			Efectuado por:		
Responsable:			Supervisado por:		
Código	Lote	Ítem según toma física	Ítem según kardex	Diferencias	Observaciones
Elaborado por			Supervisado por		

Fuente: Contabilidad
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Cuadro 39. Control de llegada de mercadería

 Control de mercaderías al momento de ingresar a bodega				
Responsable:				
Fecha de Emisión:				
Código	Cantidad	Producto	Lote	Observación
Responsable				

Fuente: Contabilidad
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Registro de compra de mercadería.

Se implantarán las políticas y procedimientos para efectuar las compras dentro o fuera del país, con el propósito de mejorar el control de los repuestos que ingresan a la bodega de la empresa.

Cuadro 40. Política de registro de compra de mercadería.

❖ Realizar compras, previa revisión de existencia en bodega.
❖ El encargado de compras debe de solicitar cotización a la distribuidora de repuestos Massey Ferguson (AGCO).
❖ El encargado de compra elaborara la respectiva orden de compra y solicitar la autorización a la gerencia general.
❖ Una vez autorizada la orden de compra se enviara la solicitud de pedido de repuestos, en la que se detallara las cantidades y especificaciones técnicas, luego se pedirá al proveedor que confirme la recepción del pedido.
❖ El encargado de bodega verificara que los repuestos ingresen con las condiciones solicitadas, de ser así firmara conforme.
❖ Elaborar programación de adquisición.
❖ El gerente general es el comprometido de verificar que se cumpla lo establecido en el procedimiento de compras.
❖ Toda compra debe estar respaldada por la documentación respectiva.

Fuente: Administración estratégica y políticas de negocios
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Cuadro 41. Solicitud de compra.

Formulario		Orden N:			
SOLICITUD DE ORDEN DE COMPRA					
Fecha de emisión: _____ Proveedor: _____					
Condiciones de pago: Contado <input type="checkbox"/> Crédito <input type="checkbox"/>					
Cantidad	Descripción	Precio unitario	Valor Neto	IVA	Total
				TOTAL	
Nota:					
_____ Encargado de Compras			_____ Autorización Gerencia		

Fuente: Contabilidad
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Instrucciones a seguir para el registro de las compras de mercadería.

El proceso de adquisición de las mercaderías que se seguirá ayudara a tener un buen control sobre los movimientos, y sobre la manera de registrar los inventarios.

1. Revisión de existencia en bodega
2. Elaborar la requisición de compra detallando la cantidad del producto.
3. El responsable de compra debe de realizar la cotización.
4. Realizar la orden de compra.
5. Al ser autorizada la compra se solicita los productos al proveedor.

6. Cuando llegue la mercadería, el encargado de los inventarios realizara la respectiva revisión para dar la seguridad de que los productos cumplan la calidad requerida.
7. Se registraran las mercaderías en la hoja de control (kardex), se utilizara el método Primeras Entradas Primeras Salidas (PEPS).
8. Finalmente se realiza el registro contable, se utilizara el sistema de registro perpetuo o continuo.

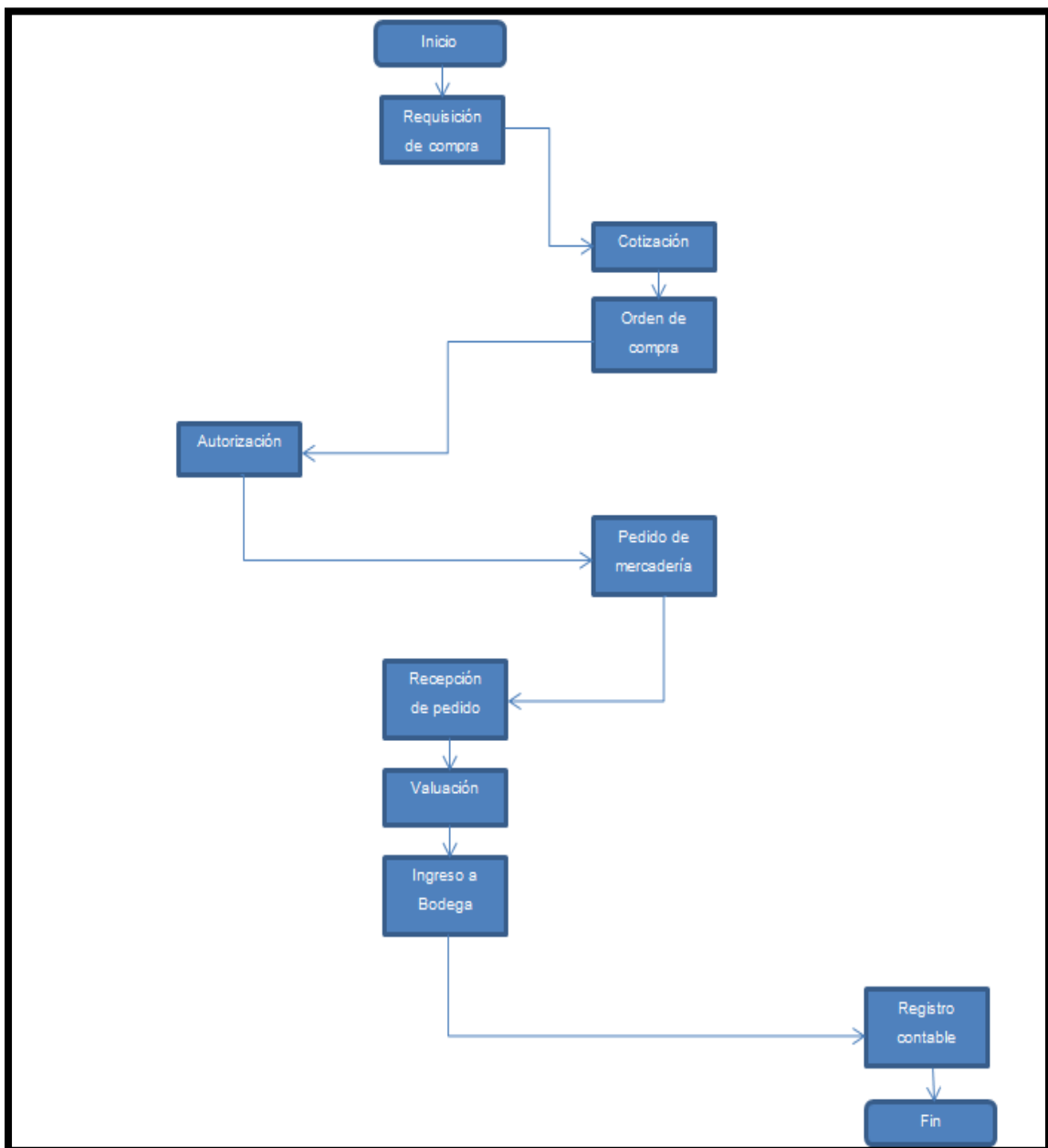
Cuadro 42.Requisición de compra

Formulario 1	REQUISICION DE COMPRA	N: 1
		
Solicitante: _____		Fecha: _____
CANTIDAD	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	MEDIDA
_____	_____	
Encargado de Inventario	Encargado de Compras	

Fuente: Contabilidad
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Diagrama de flujo 1. Modelo de Registro de compra de mercadería.

Procedimientos a seguir para registrar las compras de mercaderías			
Gerente general	Encargado de inventario	Encargado de compras	Contador



Fuente: Procedimientos a seguir para registrar las compras de mercaderías
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Registro de venta de mercadería.

Se implantarán las políticas y procedimientos para que exista un control eficiente de las salidas de inventario en la empresa.

Políticas de registro de venta de mercadería.

- 1) Elaborar y actualizar las listas de precio de los repuestos para la venta.
- 2) El vendedor deberá entregar al cliente el documento que certifique la venta ya sea factura o comprobante de crédito antes de que el cliente se retire del almacén de la empresa.
- 3) Si existiera algún error en la factura, la corrección respectiva se hará en las 72 horas siguientes.
- 4) El encargado de inventario deberá registrar la salida de los repuestos diariamente para mantener actualizada la base de datos del inventario.

Cuadro 43.Control de precios

 AGROPRODUZCA			
CONTROL DE PRECIOS			
N: 1			
Código	Producto	Stock	Precio
Nota:			
Encargado de Venta:			

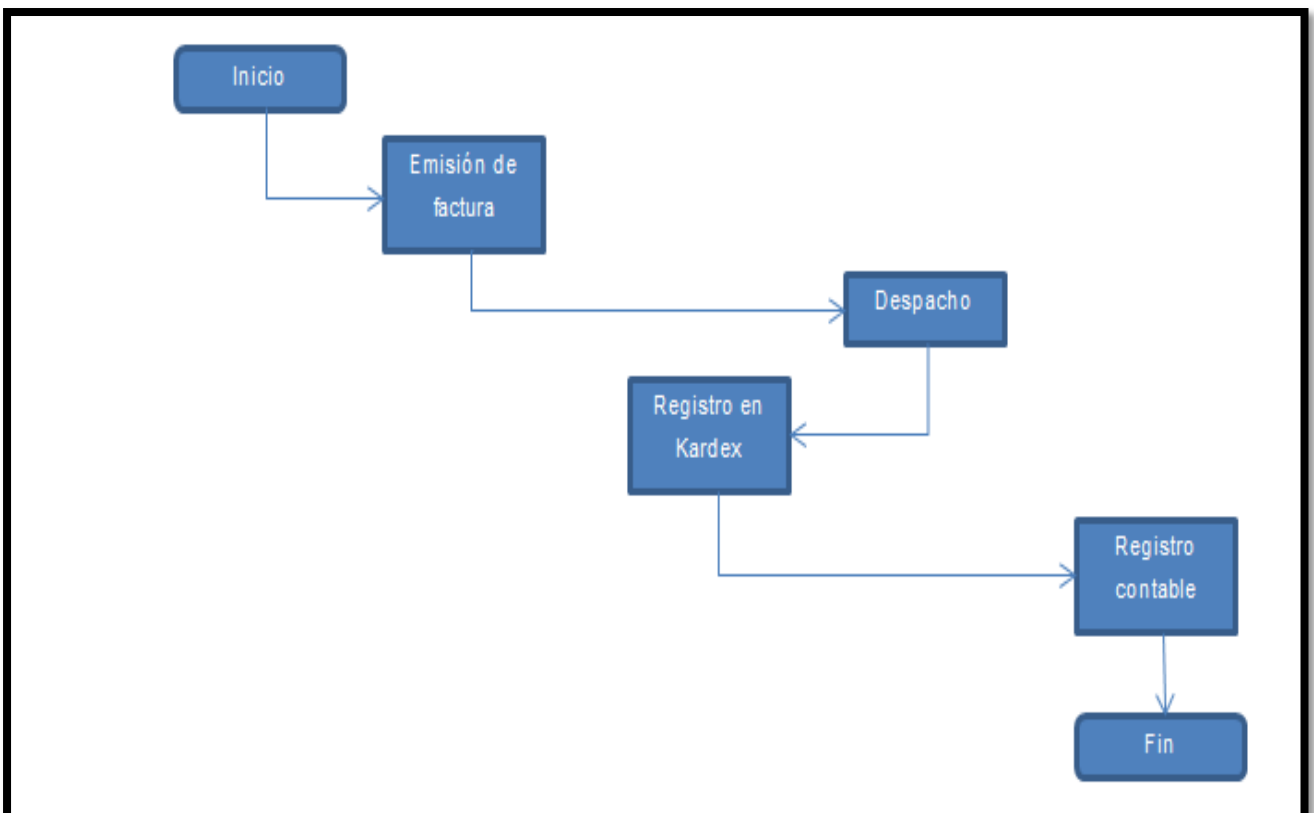
Fuente: Contabilidad
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Instrucciones a seguir para el registro de las ventas de mercadería.

1. El vendedor verifica que el productos solicitado por el cliente se encuentre en las perchas.
2. Se elaborara la respectiva factura.
3. Cuando el cliente cancela el producto es entregado el documento correspondiente con el sello de cancelado.
4. El encargado de inventario debe de realizar el registro correspondiente en las tarjetas kardex, al finalizar el día.
5. Finalmente el contador debe de realizar el respectivo registro contable.

Diagrama de flujo 2.Modelo de Registro de las ventas de mercadería.

Procedimientos a seguir para registrar las ventas de repuestos.				
Cliente	Vendedor	Encargado de inventario	Cajero	Contador



Fuente:Procedimientos a seguir para registrar las ventas de repuestos
Elaborado por:Maurad Marco y Romero Evelyn

Políticas para el cumplimiento del control.

Los pasos a seguir para la ejecución del modelo de control de inventario son los siguientes.

Cuadro 44.Políticas para la ejecución del control

1. Asignar correctamente las funciones que debe cumplir el encargado de bodega.
2. Verificar que toda la documentación requerida en el departamento de contabilidad sea presentado en la fecha correspondiente.
3. Verificar que el conteo físico de inventario se realice cada mes.
4. Revisar existencias de repuestos cada semana para abastecer la bodega.
5. Realizar el registro de control de inventarios según el sistema perpetuo o continuo.
6. El costo para la medición de los inventarios será el precio de compra.
7. Determinar el costo de adquisición de los productos.
8. Asignar un espacio físico para almacenar toda la documentación de la empresa.

Fuente: Administración estratégica y políticas de negocios
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Funciones del encargado de los inventarios

- ❖ El encargado de bodega be de contar y registrar los productos.
- ❖ Realizara el ingreso de mercadería para así contar con un stock real.
- ❖ La bodega debe estar limpia y ordenada, y ofrecer seguridad.
- ❖ Los vendedores deben tener a su cargo productos bajo su responsabilidad, en caso de faltante o perdida, debe aplicarse dicha responsabilidad.
- ❖ Cuando se detecten faltante o sobrante de mercaderías, inmediatamente se realizara un informe.

Mecanismo de sanción para responsables de inventarios.

Todo trabajador tendrá obligaciones y prohibiciones que observar y cumplir en el desempeño de sus labores. Las sanciones aplicables en caso de incumplimiento de lo ante mencionado será la siguiente:

1. Falta de primer nivel: amonestación verbal.
 - ❖ No mantener organizado y limpio la bodega.
 - ❖ Evadir responsabilidades.
 - ❖ No acatar órdenes.
2. Falta de segundo nivel: amonestación escrita.
 - ❖ Por el incumplimiento con el horario de trabajo.
 - ❖ Por realización de tareas que no le corresponde.
 - ❖ Entregar mercaderías sin la debida autorización.
 - ❖ Por doble falta de primer nivel.
3. Falta de tercer nivel: multa que excederá del equivalente del 15% del sueldo.
 - ❖ Perder materiales o documentos que se han entregado en el lugar de control.
 - ❖ Entregar mercaderías que no corresponda a la orden de pedido.
 - ❖ Por doble falta de segundo nivel.
4. Falta de cuarto nivel: terminación del contrato y separación de la empresa de acuerdo al procedimiento determinado en el código laboral.
 - ❖ Abuso de confianza o fraude.
 - ❖ Por doble falta de tercer nivel.

Ingreso de Mercaderías

El control sobre las compras locales e importaciones es muy importante en una empresa, ya que permite prevenir errores, obtener información segura, oportuna y confiable del ingreso de mercaderías.

Las mercaderías que ingresan a bodega, en su gran mayoría provienen de Brasil por lo tanto se propone el siguiente procedimiento para recibir e ingresar las importaciones:

- ❖ La persona encargada de importaciones entregara al jefe de bodega una lista de los repuestos, para que proceda a confirmar si está completo el pedido.
- ❖ Organizar el espacio físico para almacenar los productos.
- ❖ Al momento de receiptar la mercadería, el representante debe contar y verificar si la mercadería está en buen estado.
- ❖ El jefe de bodega comparara las cantidades con la factura recibida del proveedor.
- ❖ El jefe de bodega firmara el recibí conforme de la factura del proveedor.
- ❖ La factura y el listado detallado de los repuestos será entregados a contabilidad para ser entregado al sistema contable.
- ❖ El departamento de contabilidad revisa todos los documentos de la importación, si no existe novedades procede realizar las transacciones pertinentes.
- ❖ Finalmente la mercadería estará lista para ser vendida a los clientes.

Método de valoración de inventario.

El método que se utilizara para llevar un adecuado control de las entradas y salidas de mercadería es el Método FIFO (First in First out). La primera mercadería de entra es la primera en salir.

En este método se detallara:

- ❖ Producto
- ❖ Stock mínimo
- ❖ Stock máximo
- ❖ Fecha
- ❖ Concepto
- ❖ Entradas de mercadería con el precio, la cantidad y el valor total
- ❖ Salidas de mercaderías con el precio, cantidad y el valor total
- ❖ Existencia con el precio, cantidad y el valor total


Cuadro 45.Modelo de Kardex

										
Método FIFO-Empresa Agroproduzca S.A.								Año:		
Ficha N:		Producto:			Stock Mínimo:			Stock Máximo:		
		Entradas			Salidas			Existencia		
Fecha	Concepto	Cantidad	Precio	Total	Cantidad	Precio	Total	Cantidad	Precio	Total

Fuente: Manual de Contabilidad y Costos
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Matriz De Estrategias FODA – FO FA DO DA

Cuadro46. Matriz FOFA - DODA

Matriz de Estrategia FOFA – DODA		
	Fortalezas	Debilidades
	Distribuidor exclusivo en el territorio.	Altos back orders en repuestos.
	Buen posicionamiento de la marca en la mente del consumidor.	
	Respaldo de la fábrica.	Precios de los equipos, no muy competitivos.
	Facilidades de financiamiento diverso.	
	Fortalecimiento de post – venta.	Configuración de equipos muy limitada.
	Personal capacitado.	
Empresa 100% Agrícola.		
Oportunidades	FO	DO
Parque de máquinas antiguas con necesidad de renovación tecnológica.	Traer al mercado maquinaria con tecnología de punta	Establecer precios competitivos para mejorar las ventas a medida que se va dando el crecimiento del cultivo en diferentes zonas.
Crecimiento del cultivo en la zona de Santa Elena y Manabí con proyectos de mecanización Agrícola.		
Proyectos importantes, para productos de caña – etanol.		
Convenios y alianzas con otros proveedores complementarios (Bancos, semillas, químicos, etc.) para ofrecer paquetes a agricultores.	Dar a conocer los beneficios que ofrece las maquinarias agrícolas en las zonas de crecimiento de cultivo	Utilizar los Recursos del Gobierno no solo para las maquinarias agrícolas sino también para la actualización de los equipos de la empresa.
Cadena productivas entre gremios productores (Junta de usuarios, Asociaciones) y gremios consumidores.		
Mayor aporte del gobierno para compra de tractores agrícolas, a través de su programa de mecanización agrícola. COYUNTURA.		
Posicionamiento del negocio en la reventa de respuesta.	Implementación de personal con conocimiento agrícola que ayude a los clientes de la empresa.	Realizar descuentos en las zonas de crecimientos de cultivo para que así el consumidor adquiera los productos que ofrece la empresa.
Implementación de proyectos agrícolas grandes, donde es posible establecer convenios de provisión de repuestos y servicios.		
Amenazas	FA	DA
Baja de producción o aumento de las importaciones, ya sea por plagas, o condiciones climáticas variables en las diferentes zonas productoras.	Ofrecer a sus clientes el respaldo que brinda la fábrica al momento de adquirir una pieza.	Ofrecer promociones según las estaciones del año (Condiciones Climáticas)
Aumento de la cobertura a nivel nacional de competencia.		
Ingreso de productores chinos (repuestos) a muy bajo precio.	Fortalecer la relación cliente – empresa, empresa – cliente	Incremento de tecnología para satisfacer de manera adecuada las necesidades del cliente.
Mercado de servicios particulares con talleres informales y mano de obra barata.		
Competencia agresiva en precios, por maquinarias de baja configuración que ingresan al país.		
Crecimiento de competidores medianos, con fuerza de ventas de repuestos externa.	Hacer volantes y afiches para promocionar nuestro producto.	Establecer convenios de pagos en base a los que el consumidor solicite y pueda acceder.

Fuente: Matriz Foda de la Empresa Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Capacitación

Es muy importante la capacitación al personal que está relacionado directamente con los inventarios. Contando con un personal capacitado, cualquier falencia que se presente en el área de bodega puede ser resuelta con el conocimiento adquirido, al conocer el manejo de un producto, podrá ayudar, de cómo debe ser almacenado.

Cuando un empleado ingresa a trabajar a la bodega de la empresa Agroproduzca S.A., debe ser capacitado en:

- Los productos que distribuye la empresa.
- Las políticas del área de inventarios.
- Los procedimientos que realiza cada involucrado en el área.
- Políticas de la empresa
- Trabajo en grupo.

El personal de venta será capacitado para que obtengan todos los conocimientos de los repuestos que venda la empresa, para evitar confusiones al momento de entregar la mercadería, también será capacitado para que brinde una excelente atención al cliente.

Al momento que el cliente se acerque al almacén, el vendedor debe de ser muy cordial en el saludo, solicitar en que se le puede ayudar, si llega a tardar un poco la búsqueda del repuesto en bodega pedir las respectivas disculpas al cliente.

Esta capacitación se va a realizar con la ayuda de profesionales, aplicación de talleres y reuniones con los encargados del departamento de venta fuera del horario de trabajo, ya que esto ayudara a los trabajadores a desempeñarse bien en su cargo y atender de manera adecuada a los clientes.

5.7.1 Actividades

Cuadro 47. Actividades para los objetivos

Actividades para el diseño del modelo de control interno de inventarios		
N°	Objetivos Especifico	Actividades
1	Diseñar políticas y procedimientos de inventario para guiar al personal encargado de las adquisición, almacenamiento y entrega de mercadería.	❖ Distribución y aplicación de funciones según el área en que trabajan.
2	Determinar método de valoración.	❖ Elaboración del método FIFO para llevar el control de registro de mercadería.
3	Elaborar la matriz de estrategia FOFA – DODA.	❖ Análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa.
4	Brindar capacitaciones al personal del área de venta para ayudar a desempeñar bien su cargo.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Capacitaciones a los empleados del área de inventarios, aplicación de talleres. ❖ Capacitación a los vendedores sobre la atención al cliente

Fuente: Actividades

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

5.7.2 Recurso, análisis financiero

Cuadro 48. Recursos, análisis financiero

Objetivos Específicos	Actividades	Estrategia	Recursos	Costo	Costo Total
Diseñar políticas y procedimientos de inventario para guiar al personal encargado de las adquisición, almacenamiento y entrega de mercadería.	Distribución y aplicación de funciones según el área en que trabajan.	Dar a cada trabajador inmerso en el área de contabilidad las políticas y procedimientos de la empresa.	❖ Computadora	\$ 0,00	\$ 47,15
			❖ Carpetas	\$ 5,75	
			❖ Impresiones	\$ 41,40	
Determinar método de valoración.	Elaboración del método FIFO para llevar el control de registro de mercadería.	Explicar cómo registrar en el kardex la mercadería según método FIFO	❖ Computadora	\$ 0,00	\$ 7,20
			❖ Bolígrafos	\$ 3,00	
			❖ Kardex	\$ 4,20	
Elaborar la matriz de estrategia FOFA – DODA.	Análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa.	Entregar a todos los trabajadores la matriz de estrategia FOFA - DODA para que pongan en práctica las estrategias.	❖ Carpetas	\$ 13,00	\$ 18,20
			❖ Impresiones	\$ 5,20	
Brindar capacitaciones al personal del área de venta para ayudar a desempeñar bien su cargo.	Capacitaciones a los empleados del área de inventarios, aplicación de talleres	Capacitar a todos los del área de venta para que obtengan conocimientos acerca de los repuestos que vende la empresa	❖ Expositor	\$ 400,00	\$ 408,69
			❖ Proyector	\$ 0,00	
			❖ Folletos	\$ 2,20	
			❖ Carpetas	\$ 2,75	
			❖ Hojas	\$ 0,99	
			❖ Bolígrafos	\$ 2,75	
	Capacitación a los vendedores sobre la atención al cliente	Brindar una capacitación sobre cómo atender al cliente	❖ Expositor	\$ 300,00	\$ 302,20
			❖ Proyector	\$ 0,00	
			❖ Folletos	\$ 2,20	
Total de presupuesto				\$ 783,44	\$ 783,44

Fuente: Recursos, análisis financieros.
Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Imagen 5. Estado de resultado de la empresa Agroproduzca S.A.

		AGROPRODUZCA	
Agroproduzca S.A. Estado de resultado Año 2014			
Ingresos			
Ventas			
Maquinarias			\$ 2.915.000,00
MF 280	\$	150.000,00	
MF 283	\$	200.000,00	
MF 291	\$	250.000,00	
MF 4291	\$	285.000,00	
MF 4292	\$	290.000,00	
MF 4298	\$	300.000,00	
MF 4299	\$	340.000,00	
MF 5650	\$	1.100.000,00	
Implementos			\$ 301.000,00
Arado 3 discos	\$	25.000,00	
Arado 4 discos	\$	36.000,00	
Romplo 18 discos	\$	70.000,00	
Romplo 20 discos	\$	80.000,00	
Romplo 24 discos	\$	90.000,00	
Repuestos			\$ 155.000
Total de ingresos			\$ 3.371.000,00
Egresos			
Costos directos	\$	2.224.860,00	
Gastos Administrativo	\$	269.680,00	
Gastos de ventas	\$	134.840,00	
Gastos financiero	\$	67.420,00	
Total de egresos			\$ 2.696.800,00
Utilidad ante participación Trabajadores			\$ 674.200,00
15% Participación trabajadores			\$ 101.130,00
Utilidad ante de impuesto a la renta			\$ 573.070,00
22% Impuesto a la renta			\$ 126.075,40
UTILIDAD NETA			\$ 446.994,60

MATRIZ QUITACEL: Cda. Acueredo del Rio. Tel: (593-4) 2133 281 / 2133 281
 SUCURSAL SARAHUYO: (593-5) 373-5288 SUCURSAL DALLI: (593-4) 379-8837
 SUCURSAL RIOBAMBA: (593-3) 2308063 SUCURSAL QUITO: (593-2) 2908382/2907030
www.agroproduzca.com.ec

Fuente: Agroproduzca S.A.
Elaborado por: Agroproduzca S.A.

Cuadro 49. Flujo de efectivo proyectado

Agroproduzca S.A.				
Flujo de efectivo proyectado				
	2015	2016	2017	2018
Ventas				
Maquinarias	\$ 3.967.000,00	\$ 4.664.000,00	\$ 5.247.000,00	\$ 5.830.000,00
MF280	\$ 210.000,00	\$ 240.000,00	\$ 270.000,00	\$ 300.000,00
MF 283	\$ 280.000,00	\$ 320.000,00	\$ 360.000,00	\$ 400.000,00
MF 291	\$ 350.000,00	\$ 400.000,00	\$ 450.000,00	\$ 500.000,00
MF 4291	\$ 285.000,00	\$ 456.000,00	\$ 513.000,00	\$ 570.000,00
MF 4292	\$ 406.000,00	\$ 464.000,00	\$ 522.000,00	\$ 580.000,00
MF 4298	\$ 420.000,00	\$ 480.000,00	\$ 540.000,00	\$ 600.000,00
MF 4299	\$ 476.000,00	\$ 544.000,00	\$ 612.000,00	\$ 680.000,00
MF 5650	\$ 1.540.000,00	\$ 1.760.000,00	\$ 1.980.000,00	\$ 2.200.000,00
Implementos	\$ 413.000,00	\$ 472.000,00	\$ 531.000,00	\$ 590.000,00
Arado3 discos	\$ 35.000,00	\$ 40.000,00	\$ 45.000,00	\$ 50.000,00
Arado 4 discos	\$ 42.000,00	\$ 48.000,00	\$ 54.000,00	\$ 60.000,00
Romplo 18 discos	\$ 98.000,00	\$ 112.000,00	\$ 126.000,00	\$ 140.000,00
Romplo 20 discos	\$ 112.000,00	\$ 128.000,00	\$ 144.000,00	\$ 160.000,00
Romplo 24 discos	\$ 126.000,00	\$ 144.000,00	\$ 162.000,00	\$ 180.000,00
Repuestos	\$ 186.000,00	\$ 223.200,00	\$ 267.840,00	\$ 321.408,00
Total de ingresos	\$ 4.566.000,00	\$ 5.359.200,00	\$ 6.045.840,00	\$ 6.741.408,00
Egresos				
Costos directos	\$ 3.013.560,00	\$ 3.537.072,00	\$ 3.990.254,40	\$ 4.449.329,28
Gastos Administrativo	\$ 365.280,00	\$ 428.736,00	\$ 483.667,20	\$ 539.312,64
Gastos de ventas	\$ 182.640,00	\$ 214.368,00	\$ 241.833,60	\$ 269.656,32
Gastos financiero	\$ 91.320,00	\$ 107.184,00	\$ 120.916,80	\$ 134.828,16
Total de egresos	\$ 3.652.800,00	\$ 4.287.360,00	\$ 4.836.672,00	\$ 5.393.126,40
Utilidad ante participación Trabajadores	\$ 913.200,00	\$ 1.071.840,00	\$ 1.209.168,00	\$ 1.348.281,60
15%Participación trabajadores	\$ 136.980,00	\$ 160.776,00	\$ 181.375,20	\$ 202.242,24
Utilidad ante de impuesto a la renta	\$ 776.220,00	\$ 911.064,00	\$ 1.027.792,80	\$ 1.146.039,36
22% Impuesto a la renta	\$ 170.768,40	\$ 200.434,08	\$ 226.114,42	\$ 252.128,66
Flujo de caja	\$ 605.451,60	\$ 710.629,92	\$ 801.678,38	\$ 893.910,70

Fuente: Agroproduzca S.A.

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

Cuadro 50. Presupuesto de venta proyectado

Presupuesto de venta de maquinaria en unidades

Maquinarias	Costo unitario	Unidades	2015	Unidades	2016	Unidades	2017	Unidades	2018
MF280	\$ 30.000,00	7	\$ 210.000,00	8	\$ 240.000,00	9	\$ 270.000,00	10	\$ 300.000,00
MF 283	\$ 40.000,00	7	\$ 280.000,00	8	\$ 320.000,00	9	\$ 360.000,00	10	\$ 400.000,00
MF 291	\$ 50.000,00	7	\$ 350.000,00	8	\$ 400.000,00	9	\$ 450.000,00	10	\$ 500.000,00
MF 4291	\$ 57.000,00	5	\$ 285.000,00	8	\$ 456.000,00	9	\$ 513.000,00	10	\$ 570.000,00
MF 4292	\$ 58.000,00	7	\$ 406.000,00	8	\$ 464.000,00	9	\$ 522.000,00	10	\$ 580.000,00
MF 4298	\$ 60.000,00	7	\$ 420.000,00	8	\$ 480.000,00	9	\$ 540.000,00	10	\$ 600.000,00
MF 4299	\$ 68.000,00	7	\$ 476.000,00	8	\$ 544.000,00	9	\$ 612.000,00	10	\$ 680.000,00
MF 5650	\$ 220.000,00	7	\$ 1.540.000,00	8	\$ 1.760.000,00	9	\$ 1.980.000,00	10	\$ 2.200.000,00
		Total	\$ 3.967.000,00	Total	\$ 4.664.000,00	Total	\$ 5.247.000,00	Total	\$ 5.830.000,00

Presupuesto de venta de implementos en unidades

Implementos	Costo unitario	Unidades	2015	Unidades	2016	Unidades	2017	Unidades	2018
Arado3 discos	\$ 5.000,00	7	\$ 35.000,00	8	\$ 40.000,00	9	\$ 45.000,00	10	\$ 50.000,00
Arado 4 discos	\$ 6.000,00	7	\$ 42.000,00	8	\$ 48.000,00	9	\$ 54.000,00	10	\$ 60.000,00
Romplo 18 discos	\$ 14.000,00	7	\$ 98.000,00	8	\$ 112.000,00	9	\$ 126.000,00	10	\$ 140.000,00
Romplo 20 discos	\$ 16.000,00	7	\$ 112.000,00	8	\$ 128.000,00	9	\$ 144.000,00	10	\$ 160.000,00
Romplo 24 discos	\$ 18.000,00	7	\$ 126.000,00	8	\$ 144.000,00	9	\$ 162.000,00	10	\$ 180.000,00
		Total	\$ 413.000,00	Total	\$ 472.000,00	Total	\$ 531.000,00	Total	\$ 590.000,00

Presupuesto de venta de repuestos en dólares

Repuesto	2014	2015	2016	2017	2018
	\$ 155.000,00	\$ 186.000,00	\$ 223.200,00	\$ 267.840,00	\$ 321.408,00

5.7.3 Impacto

Impacto Social

El impacto social es de gran importancia ya que se beneficiaran 3.200 clientes de la empresa Agroproduzca S.A. Realizando así un cambio eficiente y eficaz en políticas y procedimientos de buena atención al cliente, para que de esta manera el cliente se sienta satisfecho con la atención y trato brindado.

Impacto Económico

Este es de gran influencia en la empresa ya que permitirá mejorar el control de los inventarios, ventas y por ende sus utilidades, los mismo que ocasionaran un trabajo efectivo por parte de los empleados de la empresa y a la vez una efectiva toma de decisiones para mejorar la rentabilidad de la misma, ya que al mejorar el control de los inventarios y las ventas brindaran un mejor servicio buscando así la satisfacción al cliente para que los mismos en el futuro tengan como la mejor alternativa al momento de compra a la empresa Agroproduzca S.A. para de esta manera ser competitivo en el mercado.

También es de gran influencia ya que implementando todos los objetivos del proyecto las ventas de repuestos aumentaran en un margen del 20% aproximadamente que equivale a:

- ❖ 2015 \$ 605.451,60
- ❖ 2016 \$ 710.629,92
- ❖ 2017 \$ 801.678,38
- ❖ 2018 \$ 893.910,70

Impacto Contable

Es de gran influencia ya que se va a definir un método específico de valoración en el que se va a poder tener un adecuado control y registro de la mercadería.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 51. Cronograma de actividades

Actividades	JUNIO																JULIO.																																						
	Semana 1					Semana 2					Semana 3					Semana 4					Semana 1					Semana 2					Semana 3					Semana 4																			
	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V										
Distribución y aplicación de funciones según el área en que trabajan.	■	■	■	■	■	■	■	■																																															
Elaboración del método FIFO para llevar el control de registro de mercadería.											■	■	■																																										
Análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa.																■	■	■																																					
Capacitaciones a los empleados del área de inventarios																					■	■	■	■																															
Aplicación de talleres.																										■	■	■	■																										
Capacitación a los vendedores sobre la atención al cliente																																									■	■	■												

Fuente: Actividades

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

5.7.5 Lineamientos para evaluar la propuesta

Cuadro 52.Lineamientos para evaluar la propuesta

Objetivos Específicos	Indicadores	Valor esperado
Diseñar políticas y procedimientos de inventario para guiar al personal encargado de las adquisición, almacenamiento y entrega de mercadería.	Encuestas y entrevistas	5
Determinar método de valoración.	Encuestas y entrevistas	5
Elaborar la matriz de estrategia FOFA – DODA.	Permanentes evaluaciones	4
Brindar capacitaciones al personal del área de venta para ayudar a desempeñar bien su cargo.	Monitoreo	5

Fuente: Actividades

Elaborado por: Maurad Marco y Romero Evelyn

CONCLUSIÓN

- ❖ El sistema de control interno de inventario que posee la empresa tiene falencia lo que ocasiona que este sea obsoleto incidiendo de manera notoria en las ventas, ya que según lo manifestado por los trabajadores de la empresa las ventas no han aumentado en los últimos años.
- ❖ En la empresa Agroproduzca S.A., existe un escaso control de inventario debido a que la misma no cuenta con un método específico de control de mercadería sea este FIFO o PROMEDIO que ayude a controlar la entrada y salida de mercadería de la misma.
- ❖ El descontrol de la requisición de mercadería es ocasionado por la falta de un formato donde pueda elaborar las requisiciones de compra, motivo por el que muchas veces la misma se queda sin stock, esto afecta a la empresa ya que disminuyen sus ventas y no le pueden brindar a sus clientes lo que soliciten.
- ❖ La empresa no cuenta con un método de valoración de existencias definido, y esto es perjudicial ya que no tiene un control adecuado del stock de inventarios, esto afecta tanto a la empresa como a los clientes ya que estos con el pasar del tiempo decidirán ya no comprar en la empresa y las ventas de la misma disminuirán.
- ❖ Los trabajadores del departamento de venta no son capacitados para desempeñar su cargo de tal manera que influye de manera negativa en la atención al cliente, lo cual hace que los mismos tengan inconvenientes al momento de adquirir un repuesto de maquinaria tales como tener que regresar por le entregaron el repuesto con numeración equivocada o tener que esperar un largo tiempo para que le terminen diciendo que dicho repuesto no hay en la empresa.

RECOMENDACIÓN

- ❖ Se debe aplicar correctamente las políticas y procedimientos planteados para así mejorar el sistema de control interno de inventario y por ende las ventas de la empresa Agroproduzca S.A.
- ❖ Es necesario determinar un método de valoración específico para que de esta manera la empresa Agroproduzca S.A. tenga un mejor control de los inventarios tanto en precio como en cantidades.
- ❖ Es importante también aplicar las estrategias de la matriz FOFA - DODA para de esta manera hacer cumplir la visión, misión y objetivos de la empresa y poder tener mejoras en la misma.
- ❖ La capacitación que reciba los encargados del departamento de venta debe ser constante para así mejorar la atención al cliente, y cuando el cliente se acerque a la empresa a solicitar algún repuesto de maquinaria no tenga que regresar nuevamente a cambiarla por la correcta.

BIBLIOGRAFIA

- Agroproduzca S.A. (8 de Julio de 2013). *Agroproduzca S.A.* Recuperado el 10 de Enero de 2015, de sitio web Agroproduzca.: <http://www.agroproduzca.com.ec/mision-y-vision/>
- Agroproduzca S.A. (8 de julio de 2013). *Instalaciones.* Recuperado el 10 de Enero de 2015, de Instalaciones de Agroproduzca S.A.: <http://www.agroproduzca.com.ec/instalaciones/>
- Agroproduzca S.A. (8 de Julio de 2014). *Políticas de Agroproduzca S.A.* Recuperado el 8 de Noviembre de 2014, de Políticas de Agroproduzca S.A.: <http://www.agroproduzca.com.ec/politica/>
- Agroproduzca S.A. (8 de Julio de 2014). *Políticas de Agroproduzca S.A.* Recuperado el 10 de Enero de 2015, de sitio web de Agroproduzca S.A.: <http://www.agroproduzca.com.ec/politica/>
- AMADOR, A. (2008). *Auditoria administrativa.* México: Mc Graw Hill.
- Ana, M. M. (2006). *El proceso de control, valoracion y gestion de stock.* España: S.L.
- ANDINO, M. E. (2001). *Correspondencia y Documentación Comercial.* Honduras: Guaymuras.
- ARENS, A. (2007). *Auditoria un enfoque integral.* México: Pearson Educación.
- ASUBADIN, I. (2010). Control interno del proceso de compras y su incidencia en la liquidez de la empresa Comercial Yucailla CIA. LTDA. *Tesis para obtener el título de ingeniería en contabilidad y auditoría .* Ambato, Ecuador: Universidad Tecnica de Ambato.
- Banco Central del Ecuador. (2012). Sector fiscal. Quito, Ecuador.
- BARQUERO, J. D. (2006). *Marketing de Clientes.* España: Mc Graw Hill Interamericana.
- BERNAL NIÑO, M. (2004). *Contabilidad, sistemas y gerencia.* Venezuela: Cec.sa.

BOOTH, R. y. (s.f.). *principios de almacenamiento de papa*.

CARO, E. (s.f.). *administración moderna*. Obtenido de <http://thesmadruga2.blogspot.com/2012/04/metodos-de-evaluacion-de-inventarios.html>

CARRASCO, S. (2012). *Atención al cliente en el proceso comercial*. España: Paraninfo.

CATÁCORA, F. (1996). *Sistemas y Procedimientos Contables*. Venezuela: McGraw/Hill.

CHAVES VEGA, E. (2005). *Administración de materiales*. España: Universidad Estatal a Distancia.

CHIGUANO, A. (2005). Diseño de una Logística de Inventarios (Adquisición) para la empresa comercial almacén Famesa. *Título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

CONTRALORIA GENERAL DEL ESTADO. (4 de Septiembre de 2012). *Contraloría General del Estado, Ministerio de Educación*. Recuperado el 8 de Noviembre de 2014, de Contraloría General del Estado, Ministerio de Educación: <http://www.contraloria.gob.ec/pdf.asp?nombredocumento=1748>

DE LA TORRE, J. O. (1999). *Conceptos generales de productividad, sistemas, normalización y competitividad para la pequeña y mediana empresa*. México: Universidad Iberoamericana.

Ediciones Díaz de Santos S.A. (1995). *Marketing publishing: Compras e inventarios*. España: Ediciones Díaz de Santos.

ENRIQUE, F. (2007). *Auditoría Administrativa y gestión estratégica del cambio*. México: Pearson Educación.

ESTUPINÁN, R. (2006). *Administración de riesgo ERM y la auditoría*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- FERNÁNDEZ, D. y. (2010). *Comunicación Empresarial y Atención al cliente*. Madrid España: Paraninfo.
- FONSECA LUNA, O. (2011). *Sistema de control interno para organizaciones*. Lima-Perú: Instituto de investigación en Accountability y control.
- FONSECA, R. (2004). *Auditoría Interna*. Guatemala: Artes gráficas Acrópolis.
- GONZÁLEZ, M. Á. (2009). *Manual de publicidad*. España: ESIC.
- Gonzalo, G. C. (2006). *Nuevo Manual del Control Interno*. Bogota - Colombia: Temis S.A.
- HASEN HOLM, M. H. (2011). *Manuales para implementar las Normas Internacionales de Información Financiera*. Ecuador: Hasen holm & C.O.
- HERNANDEZ, R. F. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Infagon.
- HORNGREN, C. S. (2000). *Introducción a la contabilidad financiera*. México: Pearson Educación.
- Instituto nacional de estadística y censos. (2010). Censo económico. Ecuador.
- Instituto nacional de estadística y censos. (2010). Censo económico agropecuario 2010. Quito, Ecuador.
- KOTLER, P. y. (2012). *Marketing*. México: Pearson Educación.
- LEONARD, W. (1990). *Auditoría Administrativa. Evaluación de métodos y Eficiencia administrativa*. México: Diana.
- MANTILLA BLANCO, S. A. (2012). *Auditoría de control interno*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- MARIDUEÑA, G. y. (s.f.). Proceso de sistema de control de inventario y facturación en el comercial Sandrita de la ciudad de milagro. *Tesis para obtener el título de Ingeniería comercial*. Milagro, Ecuador: Universidad Estatal de Milagro.
- MERCADO, S. (2004). *Compras Principios y Aplicaciones Mercado*. México: Limusa.

- MIGUEZ, M. y. (2006). *Introducción a la gestión de stock*. España: Ideas propias.
- SÁNCHEZ, M. P. (2010). *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente*. España: Editex.
- THOMAS L, W. (2007). *Administración estratégica y políticas de negocios*. México: Pearson Educación.
- VALVERDE, M. (2012). Análisis del sistema contable de la ferretería Sumelectro de propiedad de Jessenia Maritza Burneo Gonzabay de la ciudad de Machala, y diseño de un sistema de control de inventario. *tesis para obtener el título de ingeniería comercial*. Machala, Ecuador: Universidad Técnica de Machala.
- VERA, V. y. (2011). Diseño de un control interno de inventario para la empresa XYZ. *Tesis de grado para optar el título de Ingeniería Comercial* . Milagro, Ecuador: Universidad Estatal de Milagro.
- WHITTINGTON, R. y. (2005). *Principios de Auditoría*. México: Mc Granw Hill Interamericana.
- Zapata Sánchez, P. (2011). *Contabilidad general*. Colombia: MC Graw HILL.

Anejos

Anexo 1: Aceptación de la empresa para el levantamiento de información.



AGROPRODUZCA

Guayaquil, 15 de octubre del 2014

Señores
Universidad Estatal de Milagro
Ciudad.-

De mis consideraciones



Dando repuesta a la solicitud de los Señores MAURAD PINEDA MARCO MANUEL CON C.I. # 094035675-1 y ROMERO MORA EVELYN ALEXANDRA CON C.I # 092758249-4, confirmo mi autorización para que los mencionados señores, puedan realizar el LEVANTAMIENTO DE INFORMACION SOBRE EL SISTEMA DE CONTROL INTERNO, y así puedan completar su TESIS DE GRADO.

Por la atención que le den a la presente, estimo mis agradecimientos.



Atentamente,

Sr. Carlos Ulloa Guevara
Gerente General
Agroproduzca S.A.

Anexo 2: Formato de las encuestas realizadas al personal administrativo de la empresa Agroproduzca S.A.

 <p style="text-align: center;"> UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES CARRERA DE INGENIERÍA CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA Encuesta dirigida al personal administrativo de la empresa Agroproduzca S.A. Objetivo: Analizar el sistema de control interno de inventario y su incidencia en las ventas de la empresa Agroproduzca S.A en el año 2014 mediante una investigación de campo con la finalidad de determinar la eficiencia y eficacia del personal encargado. </p> 		
Encierre el literal según su criterio		
<p>1) ¿La empresa cuenta con sistema de control interno de inventario?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo b) De acuerdo c) Desacuerdo d) Totalmente en desacuerdo</p>	<p>5) ¿Detectan con facilidad el stock de mercadería en la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo b) De acuerdo c) Desacuerdo d) Totalmente en desacuerdo</p>	<p>9) ¿Se conoce con exactitud los precios reales y cantidades de mercadería?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo b) De acuerdo c) Desacuerdo d) Totalmente en desacuerdo</p>
<p>2) ¿El sistema de control interno de inventario que utiliza la empresa está?</p> <p>a) Actualizado b) Desactualizado</p>	<p>6) ¿Los informes que se hacen por requisición de mercadería son?</p> <p>a) Diario b) Semanal c) Mensual d) Trimestral</p>	<p>10) ¿El personal del departamento de venta está capacitado para desempeñarse en su cargo?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo b) De acuerdo c) Desacuerdo d) Totalmente en desacuerdo</p>
<p>3) ¿El nivel de las ventas en la empresa Agroproduzca S.A en los últimos años han?</p> <p>a) Aumentado b) Mantenido c) Disminuido</p>	<p>7) ¿Para disponer de mercadería en la empresa esta es solicitada cuándo?</p> <p>1) No hay mercadería en stock 2) El cliente solicita la mercadería y no se encuentra en bodega 3) Hay poca mercadería en existencia</p>	<p>11) ¿Cree usted que la atención que le brinda el personal de venta a sus clientes es?</p> <p>a) Muy buena b) Buena c) Regular d) Mala</p>
<p>4) ¿Con que frecuencia es realizado el control de inventario en la empresa?</p> <p>a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Nunca</p>	<p>8) ¿La empresa cuenta con un método de valoración de existencia?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo b) De acuerdo c) Desacuerdo d) Totalmente en desacuerdo</p>	

**Anexo 3: Formato de las encuestas realizadas a los clientes de la empresa
Agroproduzca S.A**

	<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES CARRERA DE INGENIERIA CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA Encuesta dirigida a los clientes de la empresa Agroproduzca S.A. Objetivo: Analizar el sistema de control interno de inventario y su incidencia en las ventas de la empresa Agroproduzca S.A en el año 2014 mediante una investigación de campo con la finalidad de determinar la eficiencia y eficacia del personal encargado.</p>	
Encierre el literal según su criterio		

1) ¿Hace que tiempo usted es cliente de la empresa Agroproduzca S.A?

- a) De 0-2 años
- b) De 2-4 años
- c) De 4-6 años
- d) De 6 años en adelante

2) ¿La atención que le brinda el personal de venta al momento de adquirir el producto es?

- a) Muy bueno
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo

3) ¿La empresa Agroproduzca S.A cumple con sus expectativas en el momento de adquirir un producto?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Nunca

4) ¿Al momento de usted adquirir un producto el vendedor le entrega el correcto?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Nunca

5) ¿Se encuentra usted satisfecho con la atención brindada por la empresa Agroproduzca S.A?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Nunca

Anexo 4: Números de trabajadores de la empresa Agroproduzca S.A.

Anexo 5: Políticas sistema de gestión de prevención de la empresa Agroproduzca S.A.



AGROPRODUZCA

POLITICA SISTEMA DE GESTION DE PREVENCION

Agroproduzca S.A., es una empresa, dedicada a la Venta al por mayor y menor de Maquinarias, Implementos agrícolas incluso sus partes y piezas, siendo Concesionaria de la marca Massey Ferguson para todo el Ecuador, la Gerencia General declara priorizar y garantizar la Seguridad y Salud Ocupacional del trabajador, otorgándole para ello a su Personal, Proveedores, Contratistas, Clientes y partes interesadas un ambiente con las condiciones adecuadas de Seguridad.

Manteniendo un recurso humano altamente formado, capacitado, entrenado e involucrado activamente en las obligaciones y responsabilidades en materia de prevención, Seguridad y Salud en el trabajo - Cumpliendo con los Programas de Contingencia y emergencia disminuyendo los peligros y riesgos inherentes a nuestra actividad económica, encaminados a la búsqueda de la mejora continua de todos nuestros servicios, brindando el liderazgo y facilitando los recursos necesarios, tanto Humano, Técnico y Económico para la implementación, mantenimiento, control y mejorando continuamente la eficacia del sistema de Gestión Preventiva.

Agroproduzca S.A., se compromete a cumplir permanentemente con los requerimientos legales reglamentarios y otras resoluciones en materia de Seguridad y Salud Ocupacional en el Trabajo vigente en nuestro país, socializando la presente Política a través de afiches, carnet y/o información publicitaria y actualizándola periódicamente.

**Aprobado Por:
Sr. Carlos Ulloa Guevara
Gerente General**

ESP AG SGP 01 Ver 01 Del 10 06 2014

Anexo 6: Análisis FODA de la empresa Agroproduzca S.A.



AGROPRODUZCA

FODA AGROPRODUZCA

FORTALEZAS

- Distribuidor exclusivo en el territorio.
- Buen posicionamiento de la marca en la mente del consumidor.
- Respaldo de fábrica.
- Facilidades de Financiamiento diverso.
- Fortalecimiento de la Post Venta.
- Personal capacitado.
- Empresa 100% agrícola.

OPORTUNIDADES

- Parque de maquinas agrícolas antiguas con necesidad de renovación tecnológica.
- Crecimiento del cultivo en la zona de Santa Elena y Manabí
- con proyectos de mecanización agrícola.
- Proyectos importantes, para productos de caña – etanol.
- Convenios y alianzas con otros proveedores complementarios (Bancos, semillas, químicos, etc.) para ofrecer paquetes a agricultores.
- Cadenas productivas entre gremios productores (Junta de usuarios, Asociaciones) y gremios consumidores.
- Mayor aporte del gobierno para compra de tractores agrícolas, a través de su programa de mecanización agrícola. COYUNTURA.
- Posicionamiento en el negocio de la reventa de repuestos.
- Implementación de proyectos agrícolas grandes, donde es posible establecer convenios de provisión de repuestos y servicios.

DEBILIDADES

- Altos back orders en repuestos.
- Precio de los equipos, no muy competitivos.
- Configuración de equipos muy limitada.

AMENAZAS

- Baja producción o aumento de las importaciones, ya sea por plagas, o condiciones climáticas variables en las diferentes zonas productoras.
- Aumento de la cobertura a nivel nacional de la competencia.
- Ingreso de productos chinos (Tractores y Cosechadoras) a muy bajo precio.
- Mercado de servicios particulares con talleres informales y mano de obra barata.
- Competencia agresiva en precios, por maquinarias de baja configuración que ingresa en el país.

Crecimiento de competidores medianos, con fuerza de venta de repuestos externa.

Anexo 7: Inventario de la empresa Agroproduzca S.A.



AGROPRODUZCA

Modulo de Inventario
Listado de Items

13/01/2015
14:26 pm

Codigo	Nombre	Unid. Medida	Stock
OMF3384824M1	ABRAZADERA ESCAPE SERIE 5000/291/03VE	Unitario	1.00
OMFA11238743500	ABRAZADERA MOLINETE	Unitario	10.00
OMF3220306M1	ABRAZADERA PLASTICA	Unitario	20.00
OMFA1442367X1	ABRAZADERA POLEA VARIAD	Unitario	6.00
OMFA1453656M1	ABRAZADERA POLEA VARIAD	Unitario	6.00
OMF3149918M91	ABRAZADERAS ESCAPE MF660/660	Unitario	2.00
OMF0393988P1	ACOPLE CAJA 299	Unitario	1.00
OMF6217856M1	ACOPLE DE LA DOBLE TRACC. MF 6350	Unitario	1.00
OMF3410413M91	ACOPLE DE LAS TOMAS RAPIDAS	Unitario	4.00
OMF6217856M1	ACOPLE DOBLE TRACC. MF 6350	Unitario	1.00
OMFA6209697M1	ADAPTADOR TANQUE COMBUST. 5650	Unitario	2.00
OMF6218218M1	ADESHIVO MF DER.	Unitario	1.00
OMF3589241M1	AGARRADERA CAPO STD	Unitario	2.00
OMFA3318897M93	ALETAS SIN FIN DESCARG. 3640	Unitario	4.00
OMF600485M1	ALMOHADILLA	Unitario	3.00
OMF062364R1	ALQUAJEMENTO EJE DELANT. MF980	Unitario	1.00
OMF3589442M91	ALTERNADOR 297-298-299	Unitario	1.00
OMF6228053M91	ALTERNADOR 55A 297-299-680	Unitario	1.00
OMF83632800	ALTERNADOR 55A MF 4282/97/98/99	Unitario	1.00
OMF6237278M91	ALTERNADOR MF291	Unitario	1.00
OMF049175P1	ANEL CINCROMZADOR CAJA 4299	Unitario	1.00
OMF3510996M1	ANEL EJE LEVANT HIDRAUL. 5320/10/263/80	Unitario	2.00
OMFA6212000M1	ANEL RULI. PTA. BERTOLDO	Unitario	2.00
OMFA6200296M1	ANGULO DEDOS DEL ROTOR 9550	Unitario	30.00
OMF043144R1	ANILLO	Unitario	12.00
OMF3412318M2	ANILLO	Unitario	1.00
OMF3429317M1	ANILLO	Unitario	5.00
OMF358966X1	ANILLO	Unitario	4.00
OMF390386M1	ANILLO	Unitario	10.00
OMF043143R1	ANILLO /PIÑON EJE DELANT. MF295 CARR.	Unitario	2.00
OMFA339376X1	ANILLO /TAPA SACUDID. 5650/3640	Unitario	40.00
OMFA2833873M1	ANILLO APOLLO DEL ALTERNADOR 3640/56	Unitario	30.00
OMF70920103	ANILLO ARBOL DE LEVA 283/290	Unitario	4.00
OMF33142111	ANILLO BASE DEL BLOCK 5300/5310	Unitario	4.00
OMF897463M1	ANILLO BOMBA HIDRAUL. 283-290-292-390	Unitario	14.00
OMF1866543M1	ANILLO CAJA. 023408R1 MF-280IND-283-390	Unitario	2.00
OMF1692803M1	ANILLO CAJA 201-292-297	Unitario	4.00
OMF026141R1	ANILLO CAJA 660/660/7180	Unitario	1.00
OMFA3175072M1	ANILLO CAJA CAMBIO 3640-5650	Unitario	2.00
OMF021900R1	ANILLO CAJA CAMBIO 680	Unitario	1.00
OMF6220579M1	ANILLO CAJA CAMBIO MF 660/660	Unitario	10.00
OMF023422R1	ANILLO CAREI CAJA CAMBIO 283-290-292-29	Unitario	2.00
OMF3511838M1	ANILLO CONICO CAJA MF 290	Unitario	1.00
OMFA391385X1	ANILLO CONICO DESCARGADOR 5650	Unitario	6.00
OMF3475579M1	ANILLO CONICO MF 95	Unitario	34.00
OMFA353428X1	ANILLO DEDO CILINDRO	Unitario	609.00
OMFA6208625M1	ANILLO DESCARGADOR 5650	Unitario	1.00
OMFA3175443M1	ANILLO EJE CAJA CAMBIO MF 6600	Unitario	1.00
OMF3176342M1	ANILLO EJE DELANT. 291-297-299 ZF (35879)	Unitario	3.00
OMF3176202M1	ANILLO EJE DELANT. 297 ZF	Unitario	1.00
OMFA2804169M1	ANILLO TAPA EMBRAGUE 3640	Unitario	6.00
OMF353753X1	ANILLO TAPA FLUID MF 291	Unitario	30.00
OMFA353446X1	ANILLO TAPON EJE ATRAS	Unitario	10.00
OMFA353446 X1	ANILLO TAPON EJE ATRAS 3640	Unitario	10.00
OMF681122M2	ANILLO TRABA CAJA CAMBIO280-291/291/26	Unitario	4.00
OMF684944M1	ANILLO TRASM 280IND-283-291	Unitario	6.00
OMF684929M1	ANILLO TRASM 283	Unitario	9.00
OMF038413P1	ANILLO TRASM 299	Unitario	2.00
OMF167742M2	ANILLO TRASMISION 291	Unitario	4.00
OMF021941 R1	ANILLO TRASMISION 660-680 CAT	Unitario	1.00
OMFA1723797M1	ANILLO TUBO DESCARGADOR	Unitario	5.00
OMF0921176	ARANDELA	Unitario	27.00
OMF3700515M1	ARANDELA	Unitario	1.00

MATRIZ GUAYAQUIL: Cda. Acuereta del Rio Tel.: (593-4) 213-3261 / 213-3317
 SUCURSAL BABAHOYO: (593-5) 273-5298 SUCURSAL DAULE: (593-4) 279-8837
 SUCURSAL RIOBAMBA: (593-3) 230-0363 SUCURSAL QUITO: (593-2) 280-6938/280-7038
www.agroproduzca.com.ec - info@agroproduzca.com.ec

Anexo 8: Inventario de la empresa Agroproduzca S.A.



AGROPRODUZCA

OMFA355620X1	ARANDELA	Unitario	1.00
OMF3409614M1	ARANDELA CAT	Unitario	1.00
OMF353771X1	ARANDELA CAT	Unitario	6.00
OMF3147516M1	ARANDELA CAT	Unitario	1.00
OMF6270713M1	ARANDELA/SATELIT 250/65/83/90 AL 99/53	Unitario	5.00
OMF020612R1	ARO RETEN EJE DELANTERO 680	Unitario	1.00
OMF3412317M1	ARO SELLO	Unitario	1.00
OMF3807875M1	ARO SELLO	Unitario	4.00
OMF041063R1	ARTICUL TERM: EJE DELANT.290-291-292-2	Unitario	1.00
OMF70470095	ASIEN TO DE VALVULA MF 96	Unitario	4.00
OMF069045N1	ASIEN TO OPERADOR CON CINTURON 283-	Unitario	1.00
OMF059483N1	ASIEN TO OPERADOR SIN CINTURON, SIN A	Unitario	1.00
OMF886353M1	ASIEN TO TRASMS. 283-290	Unitario	2.00
OMF70470094	ASIEN TO VALVE ADMISION A 4 248	Unitario	2.00
OMF70470096	ASIEN TO VALVE ESCAPE 5300/5310	Unitario	4.00
OMF3640677M1	ASIEN TO VALVULAS ADMISION 299	Unitario	8.00
OMF3640712M1	ASIEN TO VALVULAS ESCAPE 299	Unitario	6.00
OMF6230905M91	AUTOMATIC DE MOTOR ARRANQ. 7180	Unitario	1.00
OMF70998095	BALANCIN 283-290-292	Unitario	3.00
OMF70998096	BALANCIN 283-290-292	Unitario	3.00
OMFA4223075M91	BALANCIN 3640 PERKINS	Unitario	2.00
OMFA4223076M91	BALANCIN 3640 PERKINS	Unitario	2.00
OMFACM3910810	BALANCIN CUMMIS	Unitario	6.00
OMFACM3910811	BALANCIN CUMMIS	Unitario	6.00
OMFA6230503M1	BALANCIN SISU	Unitario	6.00
OMFA6217977M1	BANDA	Unitario	5.00
OMFA6263291M1	BANDA -D- SITEMA ROTOR 5650	Unitario	1.00
OMF3412285M2	BANDA MOTOR 299-680 CAT	Unitario	3.00
OMFA059105T1	BANDA 4 EN 1	Unitario	2.00
OMFA3175160M1	BANDA 5650	Unitario	4.00
OMF684121480	BANDA ALTERNADOR 4297/4292/4299	Unitario	7.00
OMF049880T1	BANDA ALTERNADOR 5300/5310	Unitario	1.00
OMFA6234379M1	BANDA BOMBA AGUA SISU	Unitario	1.00
OMFA6263290M1	BANDA DOBLE SITEMA ROTO 5650	Unitario	2.00
OMFA6200432M1	BANDA EMBRAGUE CORTA (ABAJO)	Unitario	8.00
OMFA049798T1	BANDA MOTOR (KIT 2) 3640-5650	Unitario	2.00
OMF069998T1	BANDA MOTOR 283	Unitario	1.00
OMF3808730M1	BANDA MOTOR 5310-5320	Unitario	1.00
OMF685081930	BANDA MOTOR 7180	Unitario	2.00
OMF684121465	BANDA MOTOR MF 4292	Unitario	2.00
OMFA038357T1	BANDA MOTOR PERKINS AP-112	Unitario	1.00
OMFA059106T1	BANDA MOTRIZ LARGA (ARRIBA)	Unitario	4.00
OMFA4222105M91	BOMBA AUXILIAR	Unitario	4.00
OMF72096R	BOMBA AUXILIAR 297-298-299-680-5320	Unitario	2.00
OMFACM3933253	BOMBA AUXILIAR CUMMIS	Unitario	1.00
OMF4224107M91	BOMBA BALANCEADORA PERKINS 1104-4	Unitario	1.00
OMF836773466	BOMBA DE AGUA MF 4292/97/98/99	Unitario	1.00
OMF3148762M91	BOMBA DIRECCION HIDRAUL. 290-390 ING.	Unitario	1.00
OMF4249207M91	BOMBA DIRECCION MF 2625	Unitario	1.00
OMF4132A008	BOMBA ELECTRICA	Unitario	1.00
OMFA3773700M92	BOMBA HID. ELEVADOR STD	Unitario	1.00
OMFA062718T2	BOMBA HID./TANQUE FLECHA DER	Unitario	1.00
OMF067000T1	BOMBA HIDRAU. MF 680 HD HAYFLOW	Unitario	1.00
OMF040631T1	BOMBA HIDRAU. MF96/290/283	Unitario	2.00
OMF886821M94	BOMBA HIDRAUL	Unitario	1.00
OMFA3225772M93	BOMBA HIDRAUL. 3640/5650	Unitario	1.00
OMF041683T2	BOMBA HIDRAULICA	Unitario	3.00
OMF052208T1	BOMBA HIDRAULICA 275/283/290	Unitario	1.00
OMF067001T1	BOMBA HIDRAULICA MF 7180	Unitario	1.00
OMFA6234386M91	BOMBA INYECCION	Unitario	1.00
OMF77547	BOMBA INYECCION 283/290	Unitario	1.00
OMF3604495M91	BOMBA INYECCION. MF 240/245/250	Unitario	1.00
OMF1420037X1	BOMBILLO 12V 5W 399ING	Unitario	2.00
OMF908543M1	BOMBILLO DOBLE FUNCION	Unitario	2.00
OMF1048302M1	BOMBILLO INDICADOR	Unitario	2.00
OMF621235M1	BOMBILLO MF 245/260/270/280/2625/2635	Unitario	1.00
OMF4281357M1	BORDON MARCARILLA	Unitario	2.00

[Handwritten signature]

MATRIZ GUAYAQUIL: Cdla. Acuarela del Río Tel.: [593-4] 213-3261 / 213-3317
 SUCURSAL BABAHYOYO: [593-5] 273-5298 SUCURSAL DAULE: [593-4] 279-8837
 SUCURSAL RIOBAMBA: [593-3] 230-0363 SUCURSAL QUITO: [593-2] 280-6938/280-7036
 www.agroproduzca.com.ec info@agroproduzca.com.ec

Anexo 9: Inventario de la empresa Agroproduzca S.A.



MASSEY FERGUSON

AGROPRODUZCA

OMF3587525M91	BOYA TANQ. COMBUST. MF283	Unitario	1.00
OMF046517P1	BRAZO BASE DIREC. 280/283/280	Unitario	1.00
OMFCM3024350	BRAZO BIELA MF-6350	Unitario	1.00
OMF3597034M01	BRAZO BIELA MF 5320-393-200	Unitario	1.00
OMF6230373M91	BRAZO DE BIELA SISU	Unitario	1.00
OMFA3488852M91	BRAZO DE SAUCID. 3640/6650	Unitario	1.00
OMF4236119	BRAZO DE VIELA 5300/5310 /289	Unitario	1.00
OMFAD49573P1	BLUE TAPA EMBRAGUE 3640	Unitario	1.00
OMF7096812P	BLUE VALVULAS ADMISION ESCAPE A4-24	Unitario	12.00
OMF33173108	BUJE VALVULAS ADMISION-ESCAPE A4-24E	Unitario	8.00
OMF4223057M91	CABEZA DE FILTRO	Unitario	1.00
OMF3904919M91	CABEZOTE MF 245/250	Unitario	1.00
OMFA8219978M1	CABEZOTE MF 5650	Unitario	1.00
OMFA2803592M91	CABLE ACELERADOR 3640	Unitario	5.00
OMF3778639M1	CABLE ACELERADOR 5300	Unitario	1.00
OMF6224636M1	CABLE ACELERADOR 5310/20	Unitario	1.00
DMF070663T1	CABLE ACELERADOR MF 257/68/99	Unitario	1.00
OMF024292T1	CABLE ACELERADOR MF 98	Unitario	1.00
OMF036534T1	CABLE FRENO MANO MF600	Unitario	2.00
OMF5811050M91	CABLE FRENO MANO SERIE 4200	Unitario	1.00
OMFA042403T1	CABLE MOLINETE	Unitario	6.00
OMF6234706M91	CABLE PALANCA CAMBIO MF 7180	Unitario	1.00
OMF6234706M91	CABLE PALANCA CAMBIO MF 7180	Unitario	1.00
OMFA050479T1	CABLE TRASMISION 3640	Unitario	1.00
OMFA0230241M91	CADENA CABEZAL RIGIDA ARROZ	Unitario	1.00
OMFA063677N1	CADENA CHICA CONDUCTOR 3640 E.K.80	Unitario	4.00
OMFA3315869M91	CADENA COND. CENTRAL 3640-5650	Unitario	1.00
OMFA3315869M91	CADENA COND. LATERAL 3640-5650	Unitario	5.00
OMFA3225081M94	CADENA CONDUC T. CPL 3640/5650	Unitario	1.00
OMFA3225248M91	CADENA CONDUCTOR 60	Unitario	2.00
DMFA073004N1	CADENA DOBLE DESCARGADOR 50 L-34	Unitario	1.00
OMF030253P1	CALCOMANIA NUMERO 255	Unitario	1.00
OMF3148677M1	CALCOMANIA POSTERIOR DEL TOLDO	Unitario	7.00
OMF0366699D	CAMISA 5.03MM 426297/68/99/180/7370	Unitario	4.00
OMF186038M1	CAMISA BOMBA LEVANT. HIDRAUL	Unitario	1.00
OMF033733R1	CAMISA GATO DIRECC. MF 250/65/75	Unitario	2.00
OMF3596858M1	CAMISA LEVANT. HIDRA. MF260/270/280/290	Unitario	1.00
DMF734179M1	CAMISA MOTOR MF-250	Unitario	5.00
OMF70530022	CAMISA MOTOR MF98	Unitario	4.00
OMFACM3904168	CAMISAS MOTOR CUMMINS	Unitario	4.00
OMF1860876M02	CAMPANA DE EMBRAGUE 270/280	Unitario	1.00
OMF1860890M01	CAMPANA EMBRAGUE 283-291-292	Unitario	2.00
OMF1447727M91	CANASTILLA BOMBA ACEITE MF 270/280	Unitario	2.00
OMF2557182	CANASTILLA BOMBA ACEITE MF A4 248	Unitario	1.00
DMF1000251M1	CANASTILLA BOMBA HID. 283-290-390/3-7	Unitario	1.00
DMFA3175085M1	CANASTILLA CAJA	Unitario	1.00
OMF2700273M1	CANASTILLA CAJA 283-290-291 (C 16 21 16)	Unitario	8.00
OMF1683796M1	CANASTILLA CAJA 283-290-291-299	Unitario	3.00
OMF3697317M1	CANASTILLA CAJA ACCION LAT 250	Unitario	2.00
OMF021827R1	CANASTILLA CAJA CAMBIO 680/680	Unitario	1.00
DMF021831R1	CANASTILLA CAJA CAMBIO 680	Unitario	1.00
DMF023042R1	CANASTILLA CAJA CAMBIO 680	Unitario	2.00
DMF023216P1	CANASTILLA CAJA CAMBIO MF 7180	Unitario	2.00
DMF027749R1	CANASTILLA CAJA CAMBIO MF 7180	Unitario	1.00
OMF6270905R1	CANASTILLA CAJA CAMBIO MF 7180	Unitario	3.00
OMF6275523M1	CANASTILLA CAJA CAMBIO MF 7180	Unitario	1.00
OMFA832389M1	CANASTILLA CAJETIN	Unitario	6.00
OMFA831415M1	CANASTILLA CAJETIN 8A-2420 ZOH	Unitario	6.00
OMFA054898T1	CANDADO CADENA 80	Unitario	2.00
DMFA70914584	CANDADO CADENA CARACOL	Unitario	5.00
DMF3522N021	CAÑERIA BOMBA INYECC. 295	Unitario	1.00
DMF3522N034	CAÑERIA BOMBA INYECCION 297/98	Unitario	1.00
DMF3522N036	CAÑERIA BOMBA INYECCION 297/98	Unitario	1.00
DMF3522N039	CAÑERIA BOMBA INYECCION 297/98	Unitario	1.00
OMF072281R1	CAPACITADOR DEL ALTERNADOR 291/295C	Unitario	1.00
OMF071206R1	CAPACITOR DE ALTERNADORES ISKRA	Unitario	1.00
OMF020312P1	CAPUCHO PALANCA CAMB 680/680	Unitario	2.00

Anexo 10: Inventario de la empresa Agroproduzca S.A.

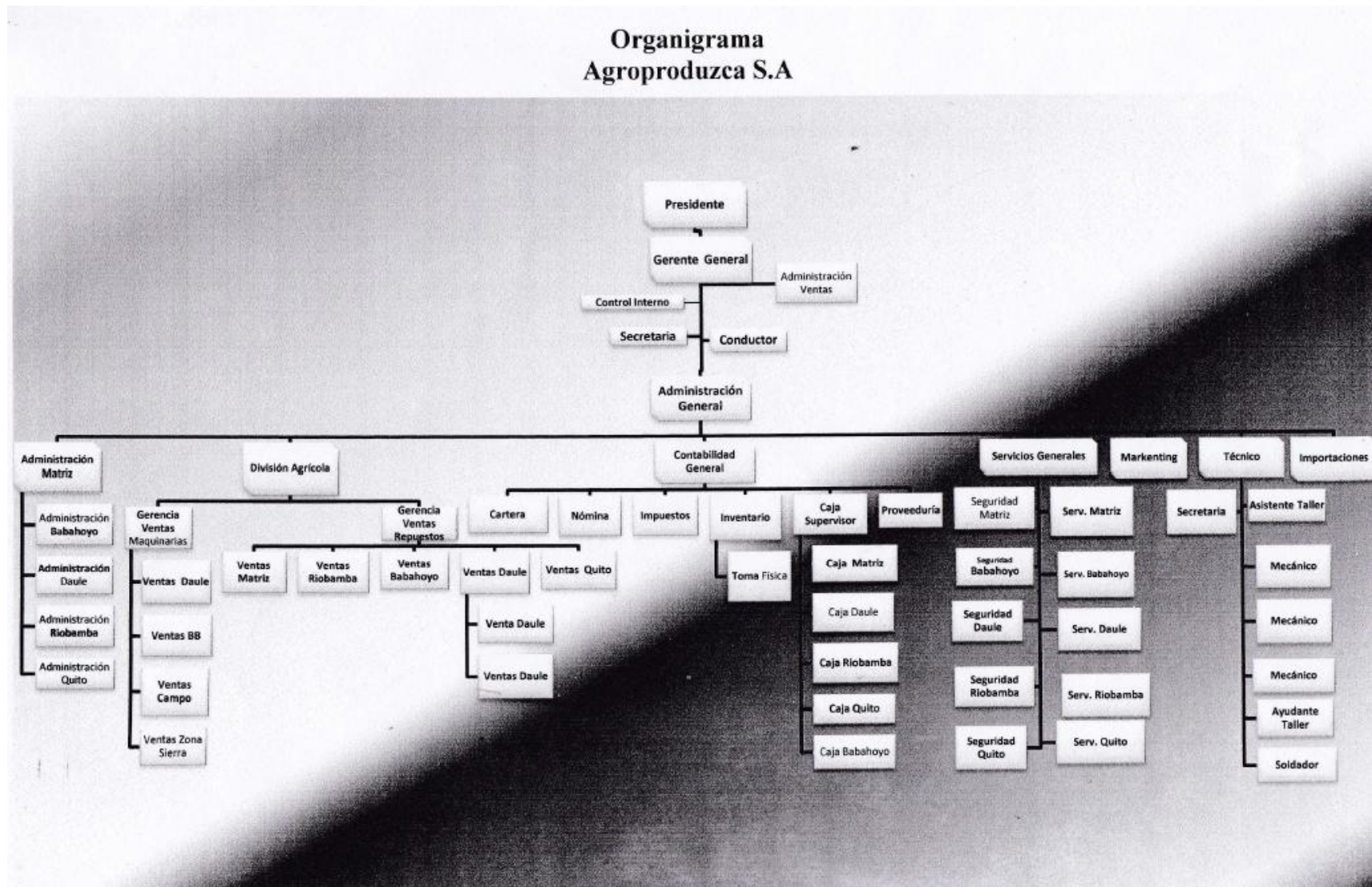


AGROPRODUZCA

OMF1578565M2	CAPUCHON DOBLE PALANCA CAMBIO 283	Unitario	3,00
OMF022008P1	CAPUCHON DOBLE/PALANCA CAMBIO STD	Unitario	11,00
OMF0234298M1	CAPUCHON DOBLE/PALANCA CAMBIO STD	Unitario	2,00
OMF046675T1	CAPUCHON INTERRUPTOR 680 CAT	Unitario	1,00
OMF180575M5	CAPUCHON PALANCA CAMBIO 283	Unitario	2,00
OMF022515P2	CARCASA REDUCT. 250/252	Unitario	1,00
OMF033726R1	CARCASA DER. EJE DELANT. 283 ZF CAT	Unitario	1,00
OMF033554R1	CARCASA EJE DELANT. ZF 350	Unitario	1,00
OMFA3225761M1	CARCASA MANDO INT. DER. 5650	Unitario	1,00
OMFA3318683M1	CARCAZA MANDO AFUERA IZO-DEJ.	Unitario	1,00
OMFA054264T1	CARDAN CARACOL MF 3840	Unitario	1,00
OMFB224137M5T	CARDAN CARACOL MF 5650	Unitario	1,00
OMFA056722T1	CARDAN CPL. CABEZAL ARROZ	Unitario	1,00
DMF1020696M1	CAREI AIRE 281	Unitario	1,00
DMFA045348P1	CAREI CONDUCTOR	Unitario	4,00
DMF3803891M1	CAREI DEPURADOR AIRE 285-283-290-281	Unitario	2,00
DMF2730961M1	CAREI DEPURADOR/AIRE 265-275-283 -290-	Unitario	2,00
DMF6210519M1	CAREI LATA MOLINETE POWER FLEX	Unitario	36,00
DMF070979R1	CAREI MOTOR ARRANQUE 292	Unitario	3,00
DMF6209787M1	CAREI PUNTA ESTRELLA POWER FLEX	Unitario	14,00
DMFA5210396M1	CAREI RODILLO MOLINETE POWER FLEX	Unitario	4,00
DMF70830133	CARTER DEL OLEO MF285-275-283-290-5291	Unitario	1,00
DMF2171225	CAT	Unitario	19,00
DMF23130058	CAT	Unitario	1,00
DMF2412X	CAT	Unitario	3,00
DMF3176347M1	CAT	Unitario	4,00
DMF3408246M1	CAT	Unitario	4,00
DMF353431X1	CAT	Unitario	4,00
DMFA054956P1	CATALINA EXT. COND MF 3840/5650	Unitario	20,00
DMFA3098188M91	CATALINA MANDO 3840	Unitario	1,00
DMFA3225718M1	CATALINA MANDO 5650 6207520M1	Unitario	2,00
DMFA11236841030	CATALINA MOLINETE Z-81	Unitario	1,00
DMFA3318672M1	CATALINA ORUGA 5650	Unitario	1,00
DMF3823523M1	CAUCHO	Unitario	1,00
DMF3589016M1	CAUCHO /TAPA COMBUST. 283	Unitario	7,00
DMF831497M1	CAUCHO ACOPLA CONTROLREMOTO 292	Unitario	4,00
DMF021422P1	CAUCHO BASE PLATAFORMA. 680/680	Unitario	4,00
DMF9585217M1	CAUCHO BOMBA HID. 283	Unitario	3,00
DMF1868742M1	CAUCHO BOMBA HID. 283 CAT 292	Unitario	4,00
DMF195878M1	CAUCHO BOMBA HID. 290-292 CAT	Unitario	31,00
DMF831528M1	CAUCHO BOMBA HID. 390 ING.	Unitario	13,00
DMF377484X1	CAUCHO BOMBA HID. 390 ING. 292	Unitario	8,00
DMF377502X1	CAUCHO BOMBA HID. 390 ING. 292	Unitario	25,00
DMFB51134M1	CAUCHO BOMBA HID. 390 ING. 292	Unitario	14,00
DMF358002X1	CAUCHO BOMBA HID MF-292	Unitario	3,00
DMFA3175080M1	CAUCHO BOMBA LEVANT. HIDRAULL.	Unitario	37,00
DMF040937R1	CAUCHO CALA	Unitario	2,00
DMF041079R1	CAUCHO EJE DELANT. GARRARD 291-299	Unitario	5,00
DMF052957R1	CAUCHO EJE DELANT. MF 96	Unitario	1,00
DMF359136X1	CAUCHO EJE DELANT. S. 9000	Unitario	8,00
DMF1851891M1	CAUCHO EJE LEVANT	Unitario	20,00
DMF938655514	CAUCHO FILTRO 297-298-299-680-6320	Unitario	12,00
DMFA20369	CHAPA BANCADA 6350/S-7000	Unitario	27,00
DMFA3837020M91	CHAPA BANCADA STD 283-290-292 (P4600)	Unitario	6,00
DMF3605435M1	CHAPA BANCADA STD 3840-299-398	Unitario	1,00
DMF423670A	CHAPA BANCADA STD MF 2635	Unitario	2,00
DMF635474A	CHAPA BIELA + 0.10 283-290	Unitario	3,00
DMF835112762	CHAPA BIELA +10 299/660/860	Unitario	1,00
DMF4226456M91	CHAPA BIELA MOTOR SISU	Unitario	4,00
DMFA836940944	CHAPA BIELA STD MF 4291/4279/283/290	Unitario	1,00
DMFA0219714M1	CHAPA BIELA STD MF 7180/6650	Unitario	4,00
DMF423670	CHAPA BIELA STD SISU	Unitario	5,00
DMFA6208527M1	CHAPA BIELA STD. 283-290	Unitario	1,00
DMFB36352893	CHAPA DESCARGADOR 6650	Unitario	1,00
DMFB36119457	CHAPA INFERIOR BANCADA +10 MOTOR SI	Unitario	4,00
DMF3604434M1	CHAPA SUPERIOR BANCADA +10 MOTOR SI	Unitario	4,00
DMF3604435M1	CHAPA VIELA 010 MF 245/250/2635	Unitario	8,00
	CHAPA VIELA 020 MF 245/250/2635	Unitario	3,00

MATRIZ GUAYAQUIL: Cda. Acuarela del Rio Tel.: (593-4) 213-3261 / 213-3317
 SUCURSAL BABAHoyo: (593-5) 273-5298 SUCURSAL DAULE: (593-4) 279-8837
 SUCURSAL RIOBAMBA: (593-3) 230-0369 SUCURSAL QUITO: (593-2) 280-6938/280-7036

Anexo 11: Organigrama de la empresa Agroproduzca S.A.



Oct. 01/03/2014

Anexo 12: Recibo de caja de la empresa Agroproduzca S.A.



MASSEY FERGUSON

AGROPRODUZCA

MATRIZ GUAYAQUIL: Cda. Acuarela del Rio, Avda. Antonio Parra Velazco y 3er Callejón

Telfs. (593-4) 2249511 - 2131951. Fax (593-4) 2279267

SUCURSAL DAULE: Km. 48 Vía Perimetral - Santa Lucía. Telfs. 2798837 - 2798649

SUCURSAL BABAHOYO: Av. Enrique Ponce Luque 445 y Transversal Segunda.

Telfs. (05) 2735298. Fax. (05) 2735754

SUCURSAL RIOBAMBA: Panamericana Norte Km. 2,5 Vía a QUITO. Telfs. (03) 2300363

SUCURSAL QUITO: Av. Galo Plaza Iasso N74-296 y Juan de Selis. Telf. (02) 2806938 / 2807036

info@agroproduzca.com.ec * www.agroproduzca.com.ec * Ecuador - Sur América.

R.U.C. 0991300821001

RECIBO DE CAJA

Q 005 - 001 0000751

FORMA DE PAGO

FECHA: _____

CLIENTE: _____

CONCEPTO: _____

SON: _____

FIRMA RECAUDADOR

CHEQUE:
No. _____ \$

EFFECTIVO:
\$

TOTAL:
\$

CAPITAL: \$ _____

INTERES: \$ _____

OTROS COB.: \$ _____

TOTAL: \$ _____

NOTA: CONSERVAR EL ORIGINAL DE ESTE RECIBO, EL CUAL ES EL UNICO COMPROBANTE VALIDO DE SU PAGO

Anexo 13: Nota de crédito de la empresa Agroproduzca S.A.



MASSEY FERGUSON

AGROPRODUZCA

MATRIZ GUAYAQUIL: Cdda. Acuarela del Río, Avda. Antonio Parra Velazco y 3er Callejón
Telfs. (593-4) 2249511 - 2131951. Fax (593-4) 2279267
SUCURSAL DAULE: Km. 48 Vía Perimetral - Santa Lucía. Telfs. 2798837 - 2798649
SUCURSAL BABAHOYO: Av. Enrique Ponce Luque 445 y Transversal Segunda.
Telfs. (05) 2735298. Fax. (05) 2735754
SUCURSAL RIORAMBA: Panamericana Norte Km. 2,5 vía a Quito. Telfs. (03) 2300363
SUCURSAL QUITO: Av. Galo Plaza Iasso N74-296 y Juan de Selis. Telf. (02) 2806938 / 2807036
info@agroproduzca.com.ec * www.agroproduzca.com.ec * Ecuador - Sur América.

NOTA DE CREDITO

Nº 001-001-00 **0001145**

**DOCUMENTO CATEGORIZADO: NO
CONTRIBUYENTE ESPECIAL**
Segun Resolución No. NAC-GC/RCEC 09-00215 del 26/3/2009

R.U.C.: 0991300821001
AUT. SRI. 1115795686

CLIENTE: _____ No. FACTURA A APLICAR: _____

R.U.C.: _____ FECHA: _____

CANT.	DESCRIPCION	V. UNITARIO	TOTAL
	 <p>MASSEY FERGUSON</p>		

ENTREGADO POR	AUTORIZADO POR	RECIBÍ CONFORME

SUB TOTAL \$	
IVA 12%	
IVA 0%	
TOTAL CREDITO US\$	

BRIONES PEÑA FELIPE RAUL - R.U.C.: 0918134990001 - AUT.: 3587 • 1 Block 50x3 del 0001126 al 0001175
Fecha de Autorización: 24/Octubre/2014 • Válido para su emisión hasta 24/Octubre/2015

ORIGINAL: ADQUIRENTE
COPIA 1: EMISOR - COPIA 2: S.R.I.

Anexo 14: Comprobante de Retención de la empresa Agroproduzca S.A.



AGROPRODUZCA

MATRIZ GUAYAQUIL: Cdla. Acuarela del Río, Avda. Antonio Parra Velazco y 3er Callejón
Telfs. (593-4) 2249511 - 2131951. Fax (593-4) 2279267
SUCURSAL DAULE: Km. 48 Vía Perimetral - Santa Lucía. Telfs. 2798837 - 2798649
SUCURSAL BABAHOYO: Av. Enrique Ponce Luque 445 y Transversal Segunda.
Telfs. (05) 2735298. Fax. (05) 2735754
SUCURSAL RIOBAMBA: Panamericana Norte Km. 2,5 vía a Quito. Telfs. (03) 2300363
SUCURSAL QUITO: Av. Galo Plaza Iasso N74-296 y Juan de Selis. Telf. (02) 2806938 / 2807036
info@agroproduzca.com.ec * www.agroproduzca.com.ec * Ecuador - Sur América.

R.U.C.: 0991300821001
Nº 001-001-00 **0018956**

AUT. S.R.I.: 1115995094
Fecha de Aut. 01/DICIEMBRE/2014

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
Segun Resolución No. NAC-GCORCEC
09-00215 del 26/3/2009
DOCUMENTO CATEGORIZADO: NO

**COMPROBANTE DE RETENCIÓN
RETENCIÓN EN LA FUENTE E I.V.A.**

Retención efectuada a : _____

R.U.C./C.I.: _____ Dirección: _____

Concepto del Pago: _____

Nº.: de Comprobante de Venta: _____

EJERCICIO FISCAL	BASE IMPONIBLE PARA LA RETENCIÓN	IMPUESTO	CODIGO DEL IMPUESTO	% DE RETENCIÓN	VALOR RETENIDO

Briones Peña Felipe Raúl - R.U.C.: 0918134990001 - Aut. 3587
30 Blocks de 50x3 del 0018751 - 0020250 • Válido para su emisión hasta 01/DICIEMBRE/2015

Original: Sujeto pasivo retenido
1era. Copia: Agente de retención
2da. Copia: SRI

Agente de Retención

Beneficiario

Fecha: _____

Anexo 15: Sistema de trabajo de la empresa Agroproduzca S.A



AGROPRODUZCA

SISTEMA DE TRABAJO DE AGROPRODUZCA S.A

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

Agroproduzca S.A, está administrada por la Gerencia General al mando y el Administrador General que tiene la coordinación entre Matriz y las 4 Agencias.

Cada Agencia tiene su jefatura, que se convierte en un canal de comunicación y de toma de decisiones entre la Gerencia General y Administración General, para llevar a cabo los procesos diariamente.

De igual forma bajo la Administración General está el control de Stock tanto de Maquinaria, Implemento y Repuestos; es decir, el Jefe de Bodega y los responsables del stock de cada Agencia están bajo esta supervisión.

El Dpto. de Importaciones también está controlado por la Administración General ya que tiene relación entre los diversos departamentos como Área Financiera, Bodega y Control de Stock.

Debido a procesos administrativos del Dpto. Técnico, tales como, control de garantías, facturación de servicios y control en general, también están bajo la supervisión de la Administración General.

DEPARTAMENTO FINANCIERO

La parte de Finanzas de la empresa es dirigida por la Gerencia General y su Asistente Financiero, mediante quien la Gerencia General está informada de los correspondientes Flujos de Caja y Estados Financieros, de las necesidades de compra, de los pagos, de las Obligaciones tanto a Instituciones Financieras como a Proveedores.

El Dpto. Contable esta bajo supervisión del Jefe Financiero y el Contador General. De este Departamento se obtiene la información relacionada al control de Stock, a los movimientos del Dpto. de Cartera y Cobranzas, y control de pagos.

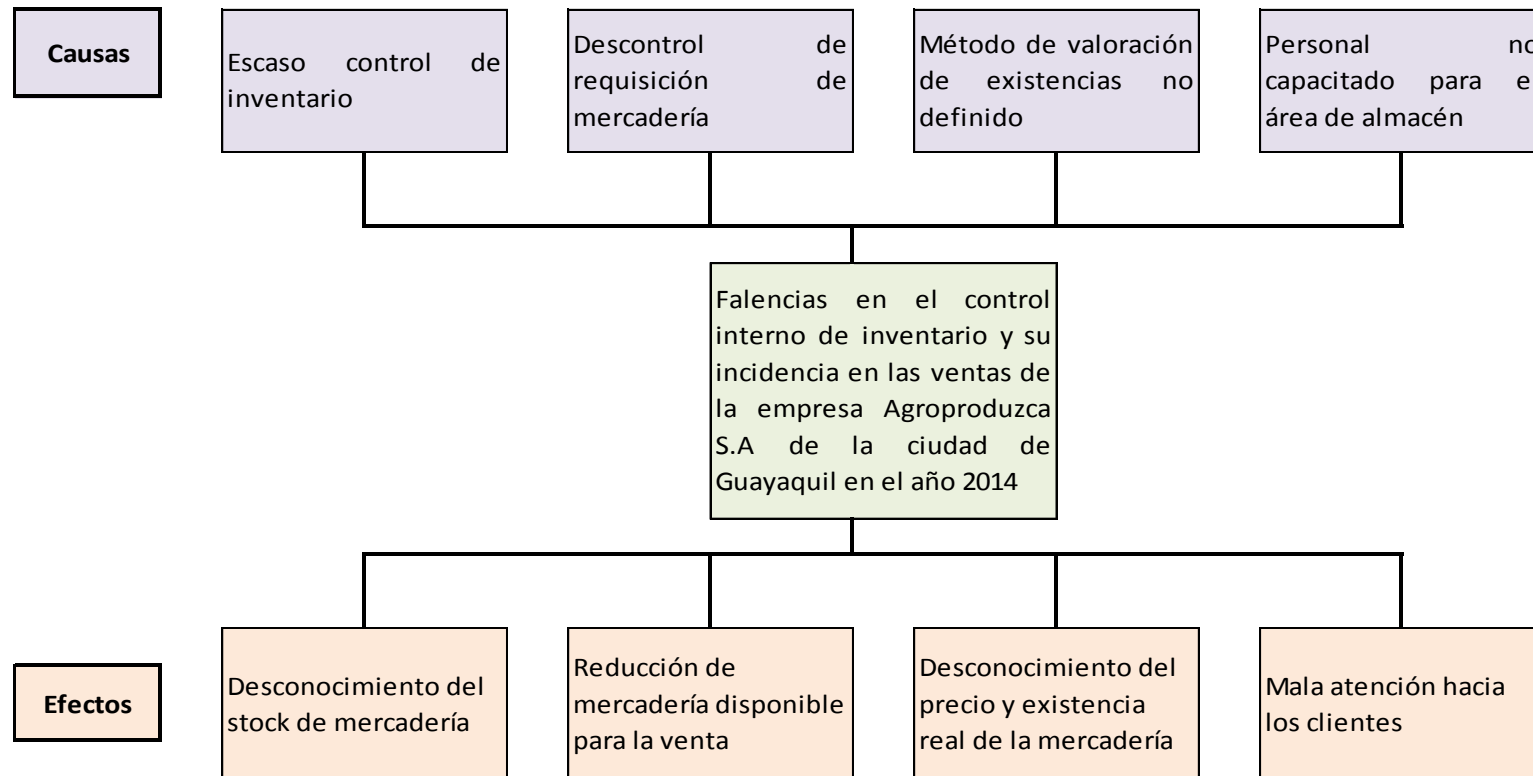
En lo relacionado al Dpto. de Talento Humano, está manejado por una Profesional en el ramo. Bajo el control de este Departamento están las nóminas, pago de sueldos, liquidaciones de beneficios sociales, contrato de trabajos, Actas de Finiquito y adicionalmente el control de Riesgos y Salud Ocupacional que por ley se está implementando en la empresa, teniendo diversos procesos que cumplirse.

Anexo 16: Estado de resultado de la empresa Agroproduzca S.A.

 MASSEY FERGUSON	AGROPRODUZCA	
Agroproduzca S.A.		
Estado de resultado		
Año 2014		
Ingresos		
Ventas		
Maquinarias		\$ 2.915.000,00
MF 280	\$ 150.000,00	
MF 283	\$ 200.000,00	
MF 291	\$ 250.000,00	
MF 4291	\$ 285.000,00	
MF 4292	\$ 290.000,00	
MF 4298	\$ 300.000,00	
MF 4299	\$ 340.000,00	
MF 5650	\$ 1.100.000,00	
Implementos		\$ 301.000,00
Arado 3 discos	\$ 25.000,00	
Arado 4 discos	\$ 36.000,00	
Romplo 18 discos	\$ 70.000,00	
Romplo 20 discos	\$ 80.000,00	
Romplo 24 discos	\$ 90.000,00	
Repuestos		\$ 155.000
Total de ingresos		\$ 3.371.000,00
Egresos		
Costos directos	\$ 2.224.860,00	
Gastos Administrativo	\$ 269.680,00	
Gastos de ventas	\$ 134.840,00	
Gastos financiero	\$ 67.420,00	
Total de egresos		\$ 2.696.800,00
Utilidad ante participación Trabajadores		\$ 674.200,00
15% Participación trabajadores		\$ 101.130,00
Utilidad ante de impuesto a la renta		\$ 573.070,00
22% Impuesto a la renta		\$ 126.075,40
UTILIDAD NETA		\$ 446.994,60

Anexo 18: Árbol de problema

Tema Análisis del sistema de control interno de inventario y su incidencia en las ventas en la empresa Agroproduzca S.A de la ciudad de Guayaquil en el año 2014.



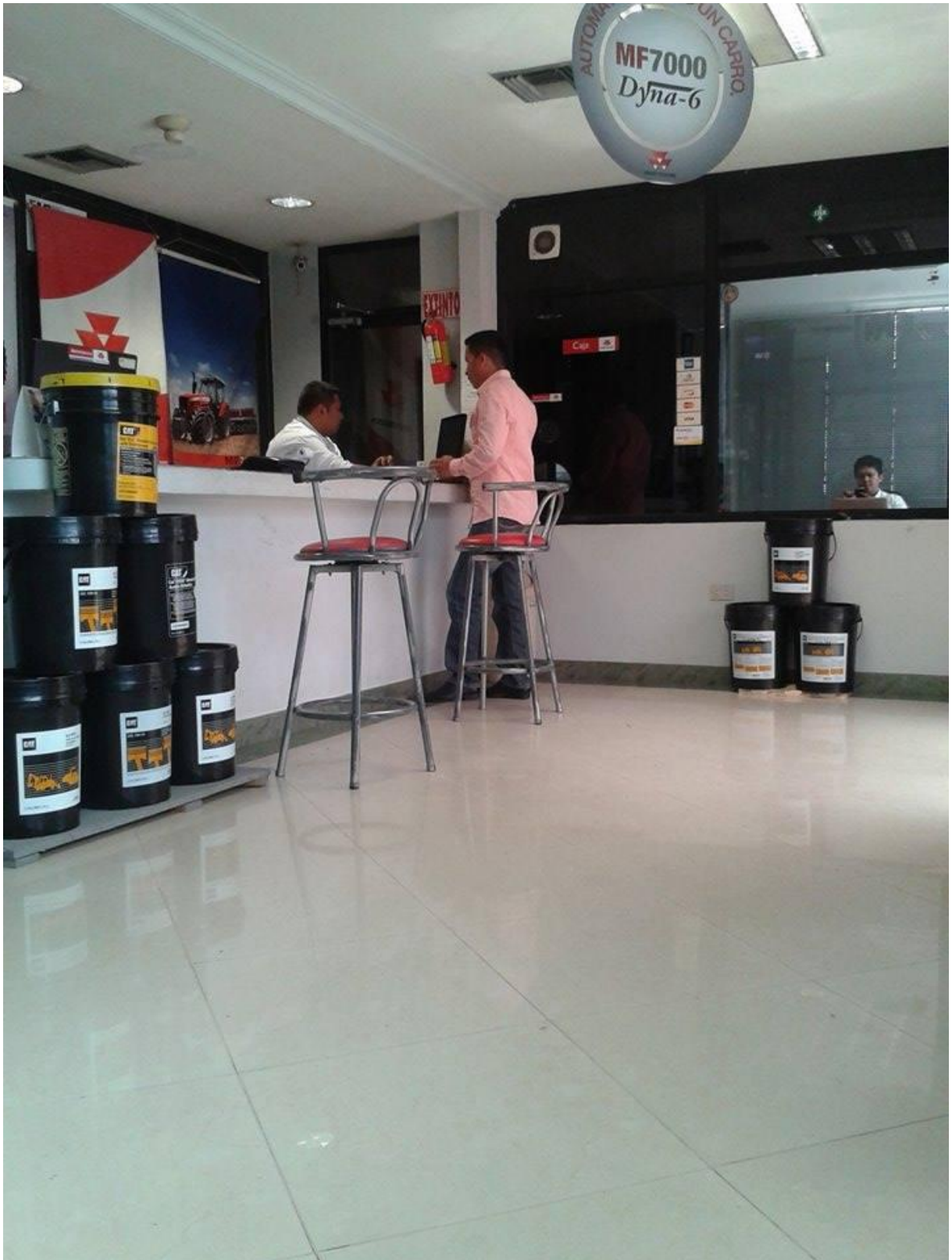
Anexo 19: Matriz de la problematización

PROBLEMA: Falencias en el control interno de inventario y su incidencia en las ventas de la empresa Agroproduzca S.A de la ciudad de Guayaquil en el año 2014

MATRIZ DE PROBLEMATIZACIÓN

TEMA	FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL
Análisis del sistema de control interno de inventario y su incidencia en las ventas en la empresa Agroproduzca S.A de la ciudad de Guayaquil en el año 2014.	¿Qué incidencia tiene la falencia del sistema de control interno de inventario en las ventas de la empresa Agroproduzca S.A. de la ciudad de Guayaquil en el año 2014?	Analizar el sistema de control interno de inventario y su incidencia en las ventas de la empresa Agroproduzca S.A en el año 2014 mediante una investigación de campo con la finalidad de determinar la eficiencia y eficacia del personal encargado.	Las falencias que existen en el sistema de control interno de inventario influyen en las ventas de la empresa Agroproduzca S.A.
CAUSAS	SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPOTESIS PARTICULAR
Escaso control de inventario	¿En qué medida influye el escaso control de inventario en el desconocimiento del stock de mercadería?	Detectar las causas de porque existe un escaso control de inventario	Los escasos controles de inventario en la empresa Agroproduzca S.A. influyen en el desconocimiento del stock de mercadería.
Descontrol de requisición de mercadería	¿De qué manera afecta el descontrol de requisición de mercadería en las ventas de la empresa?	Determinar que ocasiona el descontrol de requisición de mercadería en la empresa Agroproduzca S.A.	El descontrol de requisición de mercadería en la empresa Agroproduzca S.A afecta en la mercadería disponible para la venta.
Método de valoración de existencias no definido	¿De qué manera afecta la falta de un método de valoración de existencia en las cantidades y precios reales de la mercadería en stock de la empresa?	Analizar los métodos de valoración de existencia.	La falta de un método de valoración de existencia afecta los precios reales y cantidad de la mercadería.
Personal no capacitado para el área de almacén	¿En qué medida influye el personal no capacitado del área de almacén en la atención hacia los clientes?	Diagnosticar cómo influye el personal no capacitado del área de almacén en la atención a los clientes.	La capacitación al personal del almacén influye en la atención hacia los clientes.

Anexo 20: Foto en la empresa Agroproduzca S.A



Anexo 21: Foto realizando las encuestas en la empresa Agroproduzca S.A



Anexo 22: Foto recolección de información en la empresa Agroproduzca S.A.

