



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

“SISTEMA DE CONTROL INTERNO APLICANDO EL MÉTODO COSO II
PARA LOS PROCESOS DE ADQUISICIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LA
EMPRESA AMBAGRO S.A.”

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en
Contabilidad y Auditoría**

Línea de Investigación:

Gerencia, Planificación, Organización, Dirección y/o Control de Empresas

Autora:

LISSETTE MARGARITA SÁNCHEZ CARVAJAL

Director:

JOSÉ LUIS VITERI MEDINA, DR. MG.

Ambato – Ecuador

Octubre 2017

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE AMBATO**

HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

**“SISTEMA DE CONTROL INTERNO APLICANDO EL MÉTODO COSO II
PARA LOS PROCESOS DE ADQUISICIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LA
EMPRESA AMBAGRO S.A.”**

Línea de Investigación:

Gerencia, Planificación, Organización, Dirección y/o Control de Empresas

Autora:

LISSETTE MARGARITA SÁNCHEZ CARVAJAL



BIBLIOTECA

**José Luis Viteri Medina, Dr. Mg
CALIFICADOR**

f.

**Verónica Leonor Peñaloza Lopez, Ing. Mg.
CALIFICADORA**

f.

**Mario Roberto Altamirano Hidalgo, Dr. Mg
CALIFICADOR**

f.

**Julio César Zurita Altamirano, Ing. Mg.
DIRECTOR ESCUELA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

f.

**Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr.
SECRETARIO GENERAL PUCESA**

f.



**SECRETARÍA GENERAL
PUCESA**

Ambato - Ecuador

Octubre 2017

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Lissette Margarita Sánchez Carvajal portador de la cédula de ciudadanía No 180412100-0 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.



Lissette Margarita Sánchez Carvajal

C.I. 180412100-0

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la sabiduría necesaria para culminar mi carrera, agradezco también a mi mamita Soledad, a mis abuelitos Julio y Elvita, a mis tías Patty y Soraya, a mis primos Karlita y José, a mi pequeño hijo Mathías que han sido un apoyo fundamental para el cumplimiento de mis metas.

Agradezco a mis maestros por todos los conocimientos impartidos en mi vida universitaria, a mi tutor Dr. Mg. José Viteri por su apoyo incondicional, a lo largo de la elaboración de mi trabajo de investigación.

No puedo dejar agradecer a la empresa AMBAGRO S.A., quien abrió sus puertas para que pudiera realizar mi trabajo de investigación, a su Gerente General el Ingeniero Fernando Caicedo a sus colaboradores quienes tuvieron la confianza con mi persona para brindarme toda la información necesaria.

Lisette Margarita Sánchez Carvajal

DEDICATORIA

Mi presente trabajo de investigación dedico a Dios quien es el motor de nuestras vidas, a mi mamita que aunque se encuentre lejos ella nunca ha dejado de apoyar mis sueños, a mis abuelitos quienes siempre han estado junto a mi cumpliendo el rol más importante el ser mis padres, mis tías, primos que han sido mi compañía, a mi hijo que me ayuda a seguir adelante, mi familia lo más importante que la vida me ha podido dar gracias por todo su amor, son mi motivación principal para alcanzar uno de los logros más importantes de mi vida.

Lisette Margarita Sánchez Carvajal

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se desarrolla en “AMBAGRO S.A.”, empresa dedicada a la comercialización de productos agroquímicos, en la ciudad de Ambato. Es así que, al detectar el poco conocimiento y aplicación del control interno, basado en los procesos de adquisición y comercialización han dado la pauta a la no aplicación adecuada de las políticas, procedimientos y funciones. La inexistencia de capacitación al personal y la información desactualizada que se venido manejando en la empresa, tiene como objetivo principal diseñar un sistema de control interno mediante la aplicación del método COSO II para los procesos de adquisición y comercialización. La metodología aplicada para la recolección de la información fue mediante investigación documental y de campo con un enfoque cuantitativo y cualitativo que permitieron la obtención de la información relacionada con el tema. Los resultados permitieron diseñar un sistema de control interno se desarrolló en base a cada uno de los componentes del modelo COSO II, que ha dado como resultado el desarrollo de políticas y procedimientos, descripción de actividades y funciones, el diseño de cuestionarios de control interno y la elaboración de flujogramas; a través del sistema se pretende que los procesos de adquisición y comercialización mejoren, logrando el mejoramiento continuo de la empresa y generar satisfacción a sus clientes.

Palabras Claves: sistema de control interno, metodología COSO II, procesos adquisición y comercialización.

ABSTRACT

This study was developed in AMBAGRO S.A., a company engaged in selling agrochemical products in the city of Ambato. Therefore, upon detecting the poor level of knowledge and application of internal control based on acquisition and commercialization processes, gives the indication of not adequately applying policies, procedures and tasks. The main aim of the absence of staff training and out of date information being used in the company is to design an internal control system through the application of the COSO II method for the acquisition and commercialization processes. The methodology that was applied to gather information was through documentary and field work research with both quantitative and qualitative approaches making it possible to collect data related to the topic. The results made it possible to design an internal control system which was developed based on each component of the COSO II model. The result is the development of policies and procedures, a description of activities and tasks, the design of internal control questionnaires and the creation of flow charts. By means of the system, it is hoped that the acquisition and commercialization processes improve, thus achieving continuous improvement in the company and generating customer satisfaction.

Key words: internal control system, COSO II methodology, acquisition and commercialization processes.

TABLA DE CONTENIDOS

PRELIMINARES

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
TABLA DE CONTENIDOS	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1.Tema.....	3
1.2.Planteamiento del problema.....	3
1.3.Contextualización.....	4
1.3.1.Contextualización Macro	4
1.3.2.Contextualización Meso.....	6
1.3.3.Contextualización Micro.....	7
1.4.Análisis critico	8
1.5.Prognosis	9
1.6.Formulación del Problema	10
1.7.Delimitación del Tema.....	10
1.7.1.¿Cómo aparece el problema que se pretende solucionar?.....	10
1.7.2.¿Por qué se origina?	10
1.7.3.¿Qué lo origina?	10
1.7.4.Contenido	11
1.7.5.Temporal	11
1.7.6.Espacial	11
1.8.Justificación.....	11
1.9. Objetivos	12
1.9.1. Objetivo General	12
1.9.2. Objetivos Específicos.....	13

CAPITULO II	14
MARCO TEÓRICO	14
2.1. Estado del Arte	14
2.2. Fundamentación filosófica	16
2.3. Fundamentación legal	16
2.4. Categorías Fundamentales	18
2.4.1. Sistema:	18
2.4.2. Control	19
2.4.3. Control Interno	19
2.4.3.1. Lo que se puede lograr con el control interno:	20
2.4.3.2. Objetivos del control interno.....	21
2.4.3.3. Elementos del control interno	21
2.4.3.4. Control interno administrativo	23
2.4.3.5. Control interno contable.....	25
2.4.3.6. Principios del Control Interno	26
2.4.4 Sistema de control interno (SIC).....	27
2.4.4.1. Características del sistema de control interno	27
2.4.5. Diseño de un sistema de control interno	28
2.4.5.1. Aspectos importantes de un SIC	29
2.4.5. 2. Métodos para evaluar el sistema de control interno.....	30
2.4.5. 3. Método descriptivo:	30
2.4.5. 4. Método cuestionario.....	30
2.4.5. 5. Método grafico o flujo gramas.....	31
2.4.6. Modelo COSO.....	32
2.4.6 .1. Evolución del modelo COSO.....	32
2.4.6.2. Modelo COSO II.....	33
2.4.6.3. Definición del Control Interno según Modelo COSO II.....	34
2.4.6.4. Metodología modelo COSO II.....	34
2.4.6.5. Fundamentos del E.R.M. COSO II	35
2.4.6.6. Componentes del método COSO II – ERM.....	35
2.4.7. Procesos:	43
2.4.8. Adquisición / Compras:.....	43
2.4.8.1. Adquisidores Internacionales o Importación:	44

2.4.9. Comercialización / Ventas:	44
CAPITULO III.....	45
METODOLOGÍA	45
3.1. Enfoque de la investigación	45
3.2. Modalidad básica de la investigación	45
3.2.1. Investigación de campo.....	45
3.2.2. Investigación bibliográfica - documental.....	46
3.3. Nivel o tipo de investigación.....	46
3.3.1. Investigación descriptiva.....	46
3.4. Métodos y técnicas de investigación.....	47
3.4.1. Entrevista.....	47
3.4.2. Encuesta	47
3.5. Población y Muestra.....	48
3.5.1. Población.....	48
CAPITULO IV	49
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	49
4.1. Análisis e interpretación de resultados.....	49
4.1.1. Entrevista.....	49
4.1.2. Aplicación de la encuesta.....	52
CAPITULO V.....	63
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	63
5.1. Conclusiones:	63
5.2.Recomendaciones:.....	64
CAPITULO VI	65
PROPUESTA	65
6.1. Título de la propuesta.....	65
6.2. Datos informativos	65
6.3. Antecedentes de la propuesta	66
6.4. Justificación.....	66
6.5. Objetivos	67
6.5.1. Objetivo General	67
6.5.2. Objetivos Especificos.....	67
6.6. Empresa: AMBAGRO S.A.	68

6.6.1. AMBAGRO S.A.	68
6.7. Desarrollo de la Propuesta	69
6.7.1 Contenido:	70
6.7.1.1. Presentación:	70
6.8. Aplicación de la metodología COSO II	70
6.9. El Ambiente de Control en AMBAGRO S.A.	71
6.9.1. Valores Éticos en AMBAGRO S.A.	71
6.9.2. Organigrama Estructural de AMBAGRO S.A.	71
6.9.3. Perfiles y Funciones del Personal AMBAGRO S.A.	72
6.9.3.1. Perfiles y Funciones Gerente General.	72
6.9.3.2. Perfiles y Funciones Secretaria	75
6.9.3.3. Perfiles y Funciones Contador General.....	76
6.9.3.4. Perfiles y Funciones Auxiliar Contabilidad	77
6.9.3.5. Perfiles y Funciones Jefe Adquisiciones.....	78
6.9.3.6. Perfiles y Funciones Jefe Comercialización	79
6.9.3.7. Perfiles y Funciones Jefe de Bodega.....	80
6.9.3.8. Perfiles y Funciones Auxiliar de Bodega.....	81
6.10. Establecimiento de Objetivos AMBAGRO S.A.	82
6.10.1. Objetivo General AMBAGRO S.A.....	82
6.10.2. Objetivos Específicos AMBAGRO S.A	82
6.10.3. Misión AMBAGRO S.A.....	83
6.10.4. Visión AMBAGRO S.A	83
6.11. Identificación de Eventos AMBAGRO S.A.	83
6.11.1. Matriz FODA AMBAGRO S.A.....	85
6.12. Evaluación de Riesgos AMBAGRO S.A.....	85
6.12.1. Aplicación Evaluación de Riesgos Adquisiciones.....	85
6.12.2. Aplicacion Evaluación de Riesgos Comercialización.....	90
6.13. Respuesta al Riesgos AMBAGRO S.A.	93
6.14. Actividades de Control AMBAGRO S.A.	96
6.15. Información y Comunicación AMBAGRO S.A.	113
6.16. Monitoreo de AMBAGRO S.A.....	116
BIBLIOGRAFÍA.....	122
ANEXOS	126

TABLA DE GRÁFICOS

TABLAS

Tabla 3.1 Población Objeto de Estudio.....	48
Tabla 4.1 Reglamento de control interno.....	53
Tabla 4.2 Correcta aplicación control interno.....	54
Tabla 4.3 Manual de Funciones	55
Tabla 4.4 Evaluaciones del desempeño laboral	56
Tabla 4.5 Capacitación al personal	57
Tabla 4.6 Políticas y procedimientos	58
Tabla 4.7 Verificación de existencias mínimas y máximas	59
Tabla 4.8 Verifica y controla los productos que recibe	60
Tabla 4.9 Verifica y controla productos comercializados.....	61
Tabla 4.10 Resuelve con facilidad los problemas frecuentes	62

GRÁFICOS

Gráfico 1.1 Principales Actividades Económicas del Ecuador.....	4
Grafico 1.2 Diagrama Causa – Efecto.....	9
Grafico 2.1 Objetivos Básicos de Control Interno	21
Grafico 2.2 Elementos de Control Interno	22
Grafico 2.3 Control Interno Administrativo Objetivos	24
Grafico 2.4 Control Interno Contable Objetivos.....	25
Grafico 2.5 Aspectos Importantes del Sistema de Control Interno.....	27
Grafico 2.6 Símbolos Flujogramas	31
Grafico 2.7 Evolución Modelo de COSO	33
Grafico 2.8 Modelo de COSO.....	33
Grafico 2.9 Esquema general de la estructura empresarial	36
Grafico 2.10 Esquema general definición de objetivos	37
Grafico 2.11 Esquema general Identificación de Eventos	37

Grafico 2.12 Esquema General de las Técnicas de Evaluación o Valoración de Riesgo.....	39
Grafico 2.13 Esquema general categorías respuesta al riesgo	40
Grafico 2.14 Esquema general de las Actividades de Control.....	41
Grafico 2.15 Esquema general de Información y Comunicación	42
Grafico 2.16 Esquema General Reglas de Monitoreo	43
Grafico 4.1 Reglamento de control interno.....	53
Grafico 4.2 Correcta aplicación control interno.....	54
Grafico 4.3 Manual de Funciones	55
Grafico 4.4 Evaluaciones del desempeño laboral	56
Grafico 4.5 Capacitación al personal	57
Grafico 4.6 Políticas y procedimientos	58
Grafico 4.7 Verificación de existencias mínimas y máximas	59
Grafico 4.8 Verifica y controla los productos que recibe	60
Grafico 4.9 Verifica y controla productos comercializados.....	61
Grafico 4.10 Resuelve con facilidad los problemas.....	61
Grafico 6.1 Mapa de la AMBAGRO S.A	61
Grafico 6.2 Logotipo de la AMBAGRO S.A.....	61
Grafico 6.3 Componentes del Control Interno Modelo COSO II	70
Grafico 6.4 Valores Éticos AMBAGRO S.A.....	71
Grafico 6.5 Organigrama AMBAGRO S.A	72
Grafico 6.6 Nivel de Riesgo.....	85
Grafico 6.7 Nivel de Impacto.....	86
Grafico 6.8 Nivel de Riesgo Adquisiciones	89
Grafico 6.9 Nivel de Riesgo Comercialización.....	92

INTRODUCCIÓN

El diseño de un sistema de control interno aplicando el método COSO II para los procesos de adquisición y comercialización en la empresa AMBAGRO S.A., la misma que será desarrollada con la finalidad de mejorar los procesos, los mismos que ayudarán al control interno, lo que permitirá identificar, comunicar y monitorear los riesgos existentes, de tal manera que se podrá reducir las amenazas, manejar la incertidumbre y aprovechar las oportunidades que se presentan.

A continuación, se detallan los capítulos los mismos que se encuentran en el presente trabajo de investigación.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN, en el presente capítulo se establece el planteamiento del problema con sus principales causas y efectos, el tema de la investigación, así también la contextualización en sus tres niveles macro, meso y micro, la justificación de la mismas, y sus objetivos generales y específicos.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO, dentro de este capítulo se abarca antecedentes previos de la investigación de proyectos referentes al tema, además de la fundamentación filosófica, fundamentación legal, la sustentación bibliográfica de los distintos conceptos sobre el sistema de control interno, los procesos de adquisición y comercialización y la metodología COSO II los mismos que fundamentan el presente trabajo de investigación.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, en este capítulo se encuentra detallada el enfoque de la investigación, la modalidad básica, el nivel o tipo de investigación, los métodos y técnicas, población y muestra, es importante mencionar que la investigación se realizó con la totalidad de población ya que es demasiado pequeña.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS, en el presente capítulo para obtener la información necesaria se realizó una entrevista al Gerente General de la empresa, así también se aplicó encuestas al total de los colaboradores las mismas que se analizan e interpretan los resultados obtenidos.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, en este capítulo se plantean las Conclusiones y Recomendaciones a las que se llegó en la investigación.

CAPÍTULO VI: LA PROPUESTA, el presente capítulo consiste en el Diseño de un sistema de control interno aplicando el método COSO II para los procesos de adquisición y comercialización en la empresa AMBAGRO S.A., el mismo que servirá para lograr mayor satisfacción a los clientes.

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

“SISTEMA DE CONTROL INTERNO APLICANDO EL MÉTODO COSO II PARA LOS PROCESOS DE ADQUISICIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LA EMPRESA AMBAGRO S.A.”

1.2. Planteamiento del problema

El problema se enfoca en el inadecuado manejo de los procesos de adquisición y comercialización en la empresa AMBAGRO S.A., debido a que la administración que se ha venido manejando es empírica más no técnica, ya que no cuentan con políticas, metas, objetivos definidos para los procesos de adquisición y comercialización.

En AMBAGRO S.A., se ha podido visualizar que al momento no cuenta con los instrumentos de control interno apropiados para los procesos de adquisición y comercialización, además que el personal no se encuentra capacitado para cumplir con las funciones de su cargo, lo que ha provocado que no cumplan satisfactoriamente con lo requerido por parte de los clientes externos, por lo que se han mostrándose insatisfechos, creando una mala imagen sobre la empresa.

El diseño de un sistema de control interno aplicando el método COSO II a los procesos de adquisición y comercialización aportarán de una manera efectiva creando eficiencia sobre el manejo de los procesos, generando información confiable, mediante el cumplimiento de las políticas, metas y objetivos propuestos, creando de esta manera mejorar la imagen de la empresa.

1.3. Contextualización

1.3.1. Contextualización Macro

Según el Censo Nacional Económico del 2010, dentro de las principales actividades económicas tenemos con un 53.93% el comercio al por mayor y menor a nivel nacional, evidenciando que poco más de la mitad de las empresas se dedican al comercio. Tomando en cuenta este porcentaje se puede decir que el comercio es el fundamental para el desarrollo económico del País.

Gráfico 1.1 Principales Actividades Económicas del Ecuador



Fuente: Censo Nacional Económico 2010

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

Es importante mencionar que las empresas de producción y comercialización de productos e insumos necesarios para la agricultura tomando en cuenta que deben cumplir con diferentes normativas vigentes, Agrocalidad es una institución pública que norma y vigilan el cumplimiento de las mismas que les permite ofrece productos de calidad para cumplir con las exigencias de los clientes.

En el contexto Nacional a lo largo de la historia en el Ecuador se puede decir que la gran parte de la economía se da a partir de la adquisición (compra) y comercialización (venta) de bienes es la base fundamental para el desarrollo de las empresas comerciales, con el paso del tiempo ha ocasionado mayor competitividad en el mercado quienes se ven obligadas a implementar nuevas líneas de productos para abarcar nuevos mercados sin embargo las mismas presenta problemas en los procesos de adquisición y comercialización de ahí radica la importancia de implementar un sistema de control interno.

En la actualidad la normativa empresarial es importante que exista un sistema de control interno, en el que se cree una serie de actividades para cada uno de los procesos los mismo que permitirán a la administración de la empresa que pueda verificar información, el cumplimiento de los objetivos y las metas establecidas, de esta manera puedan detectar el riesgo y disminuirlo mediante una toma de decisiones oportunas, lo que puede representar un ventaja competitiva sobre las demás empresas agroquímicas que día a día buscan mejorar los productos que ofrecen a este sector en desarrollo.

1.3.2. Contextualización Meso

La provincia de Tungurahua se encuentra ubicada en la zona sierra centro del Ecuador, siendo uno de los centros principales administrativos, financieros, productivos y comerciales, a su vez se ha enfrentado a varios cambios tanto como tecnológicos, incremento poblacional, y el desarrollo comercial que es la principal fuente de ingresos económicos de la provincia.

Tungurahua por ser una de las provincias con gran producción de productos agrícolas, los mismos que ayudan al desarrollo de sus cultivos, estas empresas se han enfrentado a varios problemas siendo uno de sus principales una inadecuada manejo a los procesos de adquisición y comercialización, debido a que estas empresas en su gran mayoría aplican técnicas de gestión empíricas u obsoletas que no van de acuerdo con su modelo de negocio, lo que ha provocado que no se dé la importancia necesaria al manejo de sus procesos.

La inexistencia de políticas, procedimientos, objetivos, estrategias así también la toma de decisiones inoportunas, siendo las causas principales para el estancamiento económico y desarrollo de la empresa, por lo que los propietarios buscan soluciones que ayuden a la consolidación de la empresa en el mercado, así también fomentar fuentes de empleo que ayuden con el progreso de la provincia.

1.3.3. Contextualización Micro

AMBAGRO S.A. dentro del ámbito de la importación y comercialización de productos agroquímicos es una empresa joven, se inició en el año de 1999 está conformada por cuatro socios, sus productos son importados de prestigiosos laboratorios de Alemania, Israel, España y Costa Rica.

En este tiempo han crecido y han logrado ganar un lugar en el negocio de agroquímicos, siendo uno de los espacios más difíciles de conquistar puesto que el agricultor en el Ecuador está poco dispuesto a cambiar sus métodos de cultivo, pero lo han logrado, brindando productos de calidad a sus consumidores, la empresa se encuentra presente básicamente, en la zona central y norte de la serranía ecuatoriana y en un segmento importante en la costa sureña, su meta es llegar a mediano plazo a servir al resto de provincias ecuatorianas.

Uno de los principales problemas de la empresa, ha sido el inadecuado de los procesos de adquisición comercialización, el mismo que viene desde la creación de la empresa que se ha originado por la aplicación de una administración empírica mas no técnica, que no aplican políticas, ni procedimientos eficaces para un adecuado control.

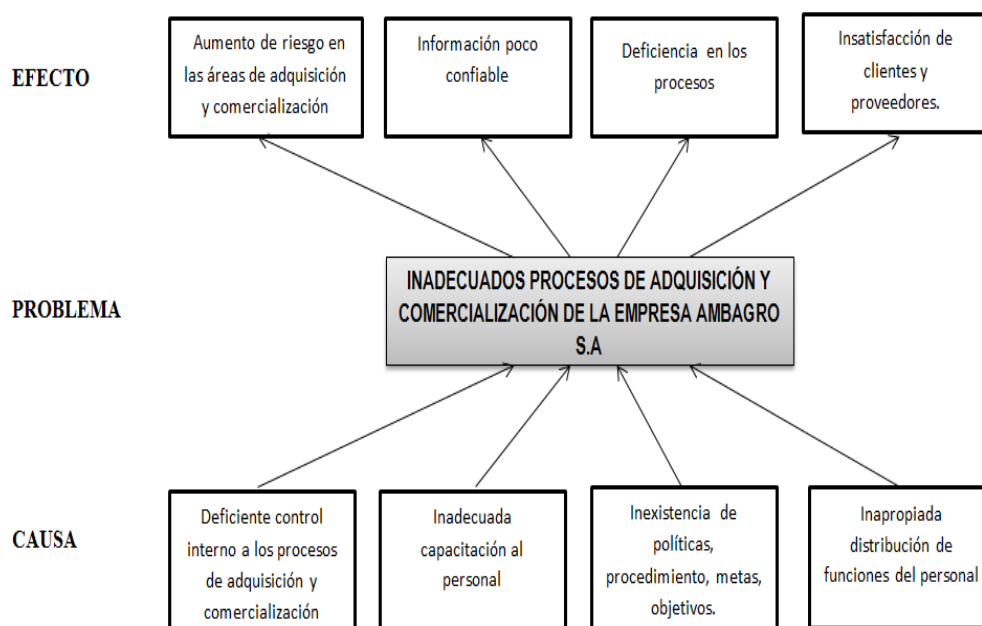
Además, es muy importante mencionar que la información esta desactualizada ya que no existe información actualizada, con el inventario físico que maneja bodega, es importante que se diseñe un sistema de control interno aplicando el método COSO II

para los procesos de adquisición y comercialización, el mismo que detalle los pasos a seguir al momento de realizar una adquisición de la misma forma al momento de realizar la comercialización de los productos, de esta manera reducir los riesgos el nivel de riesgo estableciendo controles que ayuden a la toma de decisiones oportunas.

1.4. Análisis crítico

AMBAGRO S.A., es una empresa importadora y comercializadora de productos agroquímicos, dentro de la misma sus colaboradores no tienen conocimiento de que es un Sistema de Control Interno es por eso que no existe control interno a los procesos de adquisición y comercialización, así también la inadecuada capacitación del personal, además del manejo de la utilización del sistema de control interno de manera empírica y la inapropiada distribución de las funciones a sus empleados.

Por lo tanto, mediante el diseño de un sistema de control interno para los procesos de adquisición y comercialización, permitirá mejorar los procesos los mismos que ayudarán a mantener información confiable, constatando el grado de eficiencia de los controles internos y que los planes y políticas establecidas se lleven a cabo eficientemente, logrando de esta manera la satisfacción de los clientes, mediante la capacitación constante de los empleados con respecto al manejo del sistema.

Grafico 1.2 Diagrama Causa – Efecto

Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

1.5. Prognosis

Al no contar con un sistema de control interno adecuado para los procesos de adquisición y comercialización en la empresa AMBAGRO S.A., esto provocaría que se aumente el valor en costos y gastos debido a que los procesos no se encuentran definidos y se vienen llevando de manera empírica sin llegar al eficacia y eficiencia, de igual manera actuaría sobre la insatisfacción de los clientes perdiendo la confianza de los mismos, generando a la empresa pérdida de posicionamiento en el mercado.

Mediante la correcta aplicación del sistema de control interno para los procesos de adquisición y comercialización, estos permiten tener un control adecuado de sus productos, generando satisfacción a sus clientes, y una rentabilidad acorde con los objetivos empresariales.

1.6. Formulación del Problema

¿Cómo el diseño de un sistema de control interno basado en el método COSO II incide en el adecuado desarrollo de los procesos de adquisición y comercialización en la empresa AMBAGRO S.A.?

1.7. Delimitación del Tema

1.7.1. ¿Cómo aparece el problema que se pretende solucionar?

Después de un análisis dentro en la empresa AMBAGRO S.A. se ha observado que uno de los principales problemas es la inexistencia de procesos de Control Interno que se están manejando en la empresa en las áreas de Adquisición y Comercialización.

1.7.2. ¿Por qué se origina?

Por la inexistencia de control interno para los procesos de adquisición y comercialización.

1.7.3. ¿Qué lo origina?

Al no contar con un sistema de control interno, es por eso que los procesos de adquisición y comercialización son manejados empíricamente.

1.7.4. Contenido

Campo: Contabilidad y Auditoría

Área: Adquisición y Comercialización

Aspecto: Control Interno

1.7.5. Temporal

La investigación realizada será comprendida durante el segundo semestre del 2016 y el primer semestre del 2017.

1.7.6. Espacial

La empresa AMBAGRO S.A., se encuentra ubicada en la Provincia de TUNGURAHUA, Cantón: AMBATO, Parroquia: UNAMUNCHO, PARQUE INDUSTRIAL, Calle: 5 y Av. D.

1.8. Justificación

Uno de los aspectos más importantes en la actualidad para un correcto funcionamiento en las empresas comercializadoras de agroquímicos se basa en la correcta aplicación de procedimientos de control interno para los procesos de adquisición y comercialización, ya que esta es la principal fuente de ingreso de las empresas comercializadoras, es por este motivo que el presente trabajo de investigación aporta al mejoramiento en el área administrativa contable de la empresa AMBAGRO S.A., sino también a otras empresas que tengan el mismo modelo de negocio.

La presente investigación se justifica principalmente por el impacto que se da dentro de la empresa AMBAGRO S.A., en la áreas de adquisición y comercialización, ya que mediante la investigación se encontrarán los puntos débiles de los procesos, mediante el diseño del sistema de control interno aplicando el método COSO II para los procesos de adquisición y comercialización de los productos, obteniendo como resultado identificar, comunicar y monitorear los riesgos existentes, de esta manera se podrá reducir las amenazas, las perdidas innecesarias y manejar adecuadamente la incertidumbre, aprovechando las oportunidades que se presentan.

Finalmente, la factibilidad que tiene el presente proyecto de investigación el mismo que se encuentra garantizado ya que se ha contado con varias fuentes directas e indirectas de información, contando también principalmente con compromiso e interés de los propietarios de permitir el acceso directo a la información necesaria para la ejecución de la presente investigación.

1.9. Objetivos

1.9.1. Objetivo General

Desarrollar un sistema de control interno mediante la aplicación del método COSO II para los procesos de adquisición y comercialización en la empresa AMBAGRO S.A.

1.9.2. Objetivos Específicos

- Identificar los problemas que se presentan en los procesos de adquisición y comercialización de los productos.
- Fundamentar teóricamente los elementos involucrados en el proyecto de investigación.
- Proponer un sistema de control interno mediante la aplicación del método COSO II para los procesos de adquisición y comercialización.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del Arte

Para la elaboración del presente trabajo de investigación “Diseño de un sistema de control interno mediante la aplicación del método COSO II para los procesos de adquisición y comercialización en la empresa AMBAGRO S.A.”, se han tomado en cuenta investigaciones, artículos científicos similares a la problemática planteada, las mismas que se detallarán a continuación:

Para (Viloria, Norka, 2013) en su artículo científico **“Factores que inciden en el sistema de control interno de una organización Actualidad Contable”** concluye que, “El sistema de control interno se puede catalogar como un sistema abierto o complejo, debido a que éste interactúa con el entorno y es capaz de adaptarse a las condiciones del mismo; pero, a su vez, se adapta al ambiente. Es importante que los responsables del diseño del sistema de control interno promuevan la integralidad como mecanismo eficiente para el logro de los objetivos organizacionales” (pág.92).

Para (Sánchez, L., 2015) en su artículo científico **“COSO ERM y la Gestión de Riesgos”** plantea lo siguiente, “Para ello, la metodología COSO ERM fue diseñada para identificar eventos potenciales que afectasen a una entidad, evaluar y responder a los riesgos detectados, para que estén dentro de los límites de nivel aceptables como parte de una buena administración.

La aplicación de esta metodología, ha permitido identificar los riesgos existentes en la empresa y evaluar la eficiencia y eficacia de los controles establecidos, a fin de que la entidad logre los objetivos trazados” (pág.43).

Para (Márquez, G., 2011) en su artículo científico **“Modelos contemporáneos de control interno. Fundamentos teóricos”** concluye que, “El COSO II, es un proceso formal diseñado para identificar, comunicar y monitorear los riesgos a lo largo de la organización, orientando esfuerzos para reducir las amenazas, manejar la incertidumbre y aprovechar en todo su potencial las oportunidades” (pág.135).

Alvarado, V. Tuquiñahui, P. (2011). **“Propuesta de implementación de un sistema de control interno basado en el modelo COSO, aplicado a la empresa Electro Instalaciones de la ciudad de Cuenca”** concluye que, “aplicar el modelo COSO como herramienta para desarrollar un Sistema de Control Interno o para evaluar el control de Electro Instalaciones permitió realizar un análisis de riesgos de esta, a partir de la identificación de sus objetivos estratégicos y factores críticos de éxito” (pág.125).

Maza, G. (2015). **“Diseño del sistema de control interno mediante el método COSO II para Prontocasa Construcciones CIA LTDA, Cuenca”** ha llegado a la conclusión que, “Al diseñar los procedimientos de control interno en base al COSO ERM permite a la empresa convertirse en una organización preparada para enfrentar los riesgos actuales y futuros. El diseño de la metodología COSO ERM provee a la administración adecuada de los distintos niveles de riesgo, la correcta toma de decisiones y provee de confiabilidad de la información” (pág.101).

Finalmente, después los autores citados anteriormente se puede conocer la importancia que tiene el control interno dentro de las empresas, así también mediante la aplicación de uno de los modelos ya sea COSO I o COSO II ya que estos ayudan a medir los niveles de riesgo en que se encuentran las empresas, de esta manera la Gerencia puede tomar decisiones optima que ayudaran en el desempeño empresarial.

2.2. Fundamentación filosófica

La presente investigación se basa en un enfoque critico-positivo, ya que mediante el diseño del sistema de control interno aplicando el método COSO II se pueden establecer políticas y normas a los procesos de adquisición y comercialización de esta manera reducir el desperdicio de inventarios que existen dentro de la empresa, optimizando así recursos materiales, económicos y humanos, disminuyendo el nivel de riesgo actual y futuro.

2.3. Fundamentación legal

El estudio se fundamenta Norma Internacional de Auditoría referente a la evaluación del control interno, que se denomina Evaluación de Riesgo y Control Interno NIA 6 misma que, en el año 2002.

El término sistema de control interno

“Significa todas las políticas y procedimientos (controles internos) adaptados por la administración de una entidad para ayudar a lograr el objetivo de la administración de asegurar, tanto como sea factible, la conducción ordenada y eficiente de su

negocio, incluyendo adhesión a las políticas de administración, la salvaguarda de activos, la prevención y detección de fraude y error, la precisión e integridad de los registros contables, y la oportuna preparación de información financiera confiable. El sistema de control interno va más allá de aquellos asuntos que se relacionan directamente con las funciones del sistema de contabilidad y comprende”

a) El ambiente de control

Que significa la actitud global, conciencia y acciones de directores y administración respecto del sistema de control interno y su importancia en la entidad. El ambiente de control tiene un efecto sobre la efectividad de los procedimientos de control específicos. Un ambiente de control fuerte, por ejemplo, uno con controles presupuestarios estrictos y una función de auditoría interna efectiva, pueden complementar en forma muy importante los procedimientos específicos de control

b) Procedimientos de control

“El auditor debería obtener suficiente comprensión de los procedimientos de control para desarrollar el plan de auditoría” (Normas de Contabilidad y Auditoría 6, 2012).

“Al obtener esta comprensión el auditor consideraría el conocimiento sobre la presencia o ausencia de procedimientos de control obtenido de la comprensión del ambiente de control y del sistema de contabilidad para determinar si es necesaria alguna comprensión adicional sobre los procedimientos de control” (Normas de Contabilidad y Auditoría 6, 2012).

Riesgo inherente “es la susceptibilidad del saldo de una cuenta o clase de transacciones a una representación errónea que pudiera ser de importancia relativa, individualmente o cuando se agrega con representaciones erróneas en otras cuentas o clases, asumiendo que no hubo controles internos relacionados” (Normas de Contabilidad y Auditoría 6, 2012).

Riesgo de control: “es el riesgo de que una representación errónea que pudiera ocurrir en el saldo de cuenta o clase de transacciones y que pudiera ser de importancia relativa individualmente o cuando se agrega con representaciones erróneas en otros saldos o clases, no sea prevenido o detectado y corregido con oportunidad por los sistemas de contabilidad y de control interno (Normas de Contabilidad y Auditoría 6, 2012).

Riesgo de detección: “es el riesgo de que los procedimientos sustantivos de un auditor no detecten una representación errónea que existe en un saldo de una cuenta o clase de transacciones que podría ser de importancia relativa, individualmente o cuando se agrega con representaciones erróneas en otros saldos o clases” (Normas de Contabilidad y Auditoría 6, 2012).

2.4. Categorías Fundamentales

2.4.1. Sistema:

“Conjunto de cosas que, ordenadamente relacionadas entre sí, contribuyen a determinado objeto. Unidad organizada que consiste en dos o más partes interdependientes o subsistemas y que pueden distinguirse del medio en el que existen mediante algún límite identificable” (Greco & Godoy, 2006, pág.713).

Se puede decir también que un sistema es un conjunto de normas y procedimientos que tienen relación entre sí, los mismos que regulan el funcionamiento de la organización.

2.4.2. Control

Para Gustavo Cepeda (1997), nos da a conocer que el control “según una de sus acepciones gramaticales, quiere decir comprobación, intervención o inspiración. El propósito final del control es, en esencia, preservar la existencia de cualquier organización y apoyar su desarrollo; su objetivo es contribuir con los resultados esperados” (pág.3).

“El control es una actividad de monitorear los resultados de una acción que permite tomar medidas para hacer correcciones inmediatas y adoptar medidas preventivas” (Warren, Reeve, & Fess, 2005, pág. 184).

De acuerdo con los autores nos dicen que el control es fundamental para la toma de decisiones dentro de las empresas, ya que son resultados obtenidos de los procesos los mismos que deben ser monitoreados para adoptar medidas preventivas que ayuden a obtener resultados óptimos para el desarrollo empresarial.

2.4.3. Control Interno

“El control interno comprende el plan de organización y el conjunto de métodos y procedimientos que aseguren que los activos estén debidamente protegidos, que los

registros contables son fidedignos y que la actividad en la entidad se desarrolle eficazmente según las directrices marcadas por la administración” (Estupiñán, 2015, pág.19).

“El control interno ha existido siempre. Desde que se crearon las primeras organizaciones existe la necesidad de establecer controles sobre las personas que en ellas participa y sobre sus operaciones. El control interno no ha sido definido en numerosas ocasiones” (Barquero, 2013, pág.35).

En concordancia con los autores anterior mente expuestos nos dan a conocer que el control interno es de gran importancia para las empresas ya que establecen métodos, procedimientos, controles sobre las personas que participan dentro de las operaciones, además que la información que reflejan los registros contables debe ser transparentes y seguir los lineamientos marcados por la administración.

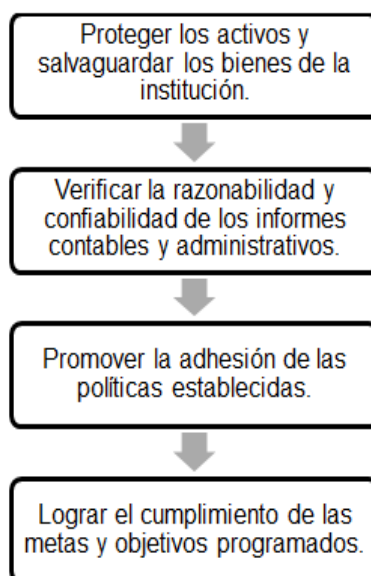
2.4.3.1. Lo que se puede lograr con el control interno:

“El control interno puede ayudar a que la entidad consiga sus objetivos de rentabilidad y rendimiento y a prevenir la pérdida de recursos. Puede ayudar a la obtención de información financiera fiable. También puede reforzar la confianza en que la empresa cumple con las leyes y normas aplicables, evitando efectos perjudiciales para su reputación y otras consecuencias. En resumen, puede ayudar a que una entidad llegue a donde quiera ir y evite peligros y sorpresas en el camino” (Coppers & Lybrand, 1997, pág.7).

2.4.3.2. Objetivos del control interno

Según el autor Estupiñán (2015), en el siguiente grafico se puede observar los objetivos de control Interno (pág. 19).

Grafico 2.1 Objetivos Básicos de Control Interno



Fuente: (Estupiñán Gaitán, 2015)

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

2.4.3.3. Elementos del control interno

Según el autor Estupiñán (2015), indique que “Las finalidades principales incluyen controles administrativos y contables ya explicados en el capítulo de “actividades económicas y la empresa” clasificando su enfoque que bajo los elementos de control interno de organización, sistemas y procedimientos, personal y supervisión” (págs. 19 - 20).

Grafico 2.2 Elementos de Control Interno

Organización	Sistemas y procedimientos
• Dirección • Asignación de responsabilidades • Segregación de deberes • Coordinación	• Manuales de procedimientos • Sistemas • Formas • Informes
Personal	Supervisión
• Selección • Capacitación • Eficiencia • Moralidad • Retribución	• Interna • Externa • Autocontrol

Fuente: (Estupiñán Gaitán, 2015)

Elaborado por : SÁNCHEZ, Lissette

Explicación técnica de elementos básicos del sistema de control interno: (Estupiñán Gaitán, 2015)

1. Elemento de organización:

“Un plan lógico y claro de las funciones organizacionales que establezcan líneas claras de autoridad y responsabilidad para las unidades de la organización y para los empleados, y que segregue las funciones de registros y custodia”.

2. Elementos sistemas y procedimientos:

“Un sistema adecuado para la autorización de transacciones y procedimientos seguros para registrar sus resultados en términos financieros”.

3. Elementos de personal:

- “Prácticas sanas y seguras para la ejecución de las funciones y obligaciones de cada una de las personas, dentro de la organización.
- Personal, en todos los niveles, con la aptitud, capacitación y experiencia requeridas para cumplir sus obligaciones satisfactoriamente.
- Normas de calidad y ejecución claramente definidas y comunicadas al personal”.

4. Elementos de supervisión:

“Una efectiva unidad de auditoría independiente, hasta donde sea posible y factible, de las operaciones examinadas o procedimientos de autocontrol en las dependencias administrativas y apoyo logístico”.

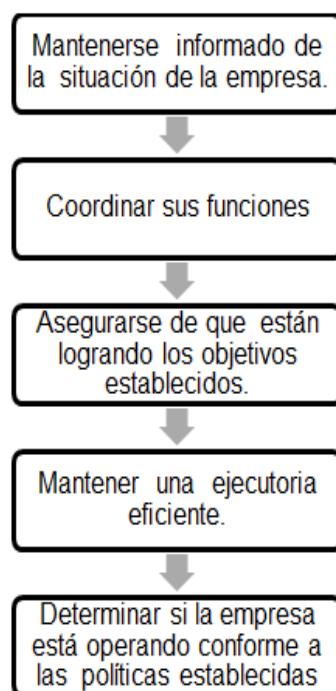
2.4.3.4. Control interno administrativo

Según Gustavo Cepeda (1997), señala que el control administrativo “Está orientada a las políticas de las organizaciones y a todos los métodos y procedimientos que están relacionados, en primer lugar, con el debido acatamiento de las disposiciones legales, reglamentarias y la adhesión a las políticas de los niveles de dirección y administración y, en segundo lugar, con eficiencia de las operaciones” (Págs.30-31).

“Existe un solo sistema de control interno, el administrativo, que es el plan de organización que adopte cada empresa, con sus correspondientes procedimientos y métodos operacionales y contables, para ayudar, mediante el establecimiento de un

medio adecuado, al logro del objetivo administrativo de” (Estupiñan Gaitán, 2015, pág. 7).

Grafico 2.3 Control Interno Administrativo Objetivos



Fuente: (Estupiñan Gaitán, 2015)

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

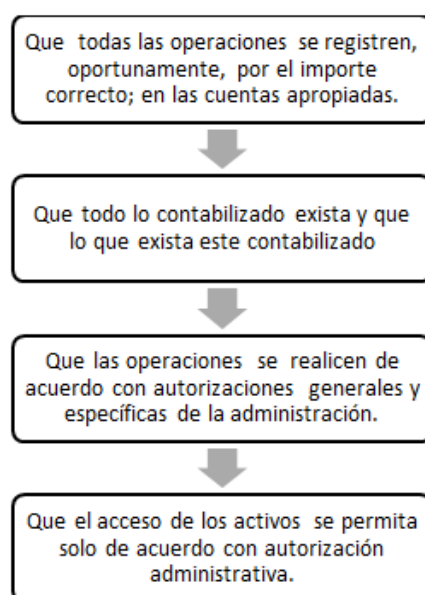
En concordancia con los autores el control interno administrativo, nos dicen que, son políticas, métodos y procedimientos los mismo que están debidamente relacionados, es decir es un plan de organización que cada una de las empresas deben adoptar, así mismo aplicar cada uno de sus elementos con la finalidad de que la empresa cumpla con sus objetivos establecidos, manteniéndose siempre bien informado de la situación actual.

2.4.3.5. Control interno contable

“El control interno contable comprenden tanto las normas y procedimientos contables establecidos, como todos los métodos y procedimientos que tienen que ver o están relacionados directamente con la protección de los bienes y fondos y la contabilidad de los registros contables, presupuestales y financieros de las organizaciones” (Cepeda Gustavo, 1999, pág. 29).

Según Rodrigo Estupiñan (2015), “como consecuencia del control administrativo sobre el sistema de información, surge, como un instrumento interno contable, con los siguientes objetivos” (Págs.7-8).

Grafico 2.4 Control Interno Contable Objetivos



Fuente: (Estupiñan Gaitán, 2015)

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

De acuerdo con los autores el control interno contable es un instrumento que comprenden tanto las normas y procedimientos contables, que se relación directamente con la protección de los bienes tanto físicos como económicos de la empresa, manteniendo una información integra, exacta y valedera, es por eso que los registros contables deben estar de acuerdo al plan general de cuentas el mismo que debe reflejar información real y actualizada.

2.4.3.6. Principios del Control Interno

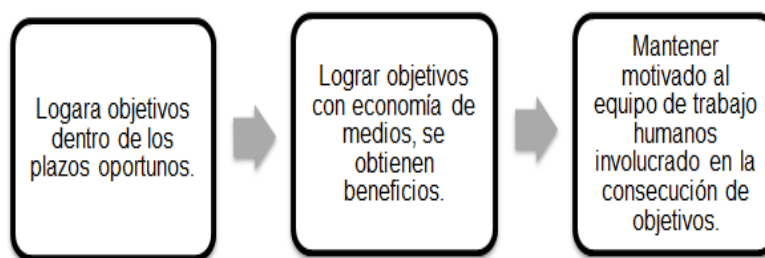
Para poner en práctica el funcionamiento de un eficiente sistema de control interno, debe tenerse en cuenta los siguientes principios (Cepeda, 1999, pág. 13).

- El principio de igualdad, consiste en que el sistema de control interno debe velar porque las actividades de la organización estén orientadas efectivamente hacia el interés general, sin otorgar privilegios a grupos especiales.
- Según el principio de la moralidad, todas las operaciones se deben realizar no solo aplicando las normas aplicables a la organización, sino los principios éticos y morales que rigen la sociedad.
- El principio de eficiencia, vela porque en igualdad de condiciones de calidad y operatividad, la provisión de bienes y/o servicios se haga al mismo costo, con la máxima eficiencia y el mejor uso de los recursos disponibles.
- El principio de economía, vigila que la asignación de recursos sea la más adecuada en función de los objetivos y las metas de la organización.

2.4.4 Sistema de control interno (SIC)

“Un sistema de control interno es aquel que sirve para mantener las características de los productos de un sistema de referencia, dentro de un rango de tolerancia predeterminado. Es decir, tenemos un sistema de referencia que queremos controlar, con el propósito de que los productos del mismo se ajusten a un patrón o norma establecida. El propósito de cualquier sistema de control interno consiste en ayudar a los administradores a incrementar el éxito de una organización mediante una acción de control efectivo” (Rodríguez Valencia, 2009, págs. 49-50).

Grafico 2.5 Aspectos Importantes del Sistema de Control Interno



Fuente: (Rodríguez Valencia, 2009)

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

2.4.4.1. Características del sistema de control interno

Las principales características del SCI son las siguientes: (Cepeda, 1999, pág. 9)

- “El SCI está conformado por los sistemas contables, financieros, de planeación, de verificación, información y operacionales de la respectiva organización.

- Corresponde a la máxima autoridad de la organización la responsabilidad de establecer, mantener y perfeccionar el SCI, que debe adecuarse a la naturaleza, la estructura, las características y la misión de la organización.
- El control interno es inherente al desarrollo de las actividades de la organización.
- Debe diseñarse para prevenir errores y fraudes.
- Debe considerar una adecuada segregación de funciones, en la cual las
- actividades de autorización, ejecución, registro, custodia y realización de conciliaciones estén debidamente separadas.
- La auditoría interna es una medida de control y un elemento del SCI”.

2.4.5. Diseño de un sistema de control interno

Según Cepeda (1999), nos da a conocer “El diseño de un adecuado SCI implica no solo un dominio técnico sobre la materia, sino también un conocimiento del medio específico en el cual se va aplicar.

Teniendo en cuenta que el SCI no es un objetivo en sí mismo, un criterio fundamental, al momento de concebir e implantar tales sistemas, es considerar contantemente la relación costo beneficio. En particular, el costo de cada componente del SCI se debe contrasté con el beneficio general, los riesgos que reduce al mínimo y el impacto que tiene en el cumplimiento de las metas de la

organización. El reto es encontrar el justo equilibrio en el diseño del SCI, pues un excesivo control puede ser costoso y contraproducente. Además, las regulaciones innecesarias limitan la iniciativa y el grado de innovación de los empleados. es el gerente de la organización, con ayuda de sus colaboradores, quien está llamado a definir y poner en marcha dentro de los parámetros de orden legal y estatutario, el SCI que mejor se ajuste a la misión, las necesidades y la naturaleza de la organización” (Pág. 19).

2.4.5.1. Aspectos importantes de un SIC

El diseño del SCI debe comprender, entre otros, los siguientes aspectos: (Cepeda, 1999, pág. 20)

- “Organización de la función de control interno
- Plan de desarrollo de la función de control interno
- Procesos y procedimientos críticos formalización y documentación.
- Plan de trabajo para la formalización y documentos de los demás procesos y procedimientos.
- Mecanismo e instrumentos de control interno.
- Mecanismo e instrumentos de reporte y seguimiento.
- Plan de desarrollo de los manuales de control interno por áreas”.

2.4.5. 2. Métodos para evaluar el sistema de control interno

Para realizar la evaluación del sistema de control interno es importante conocer los métodos de evaluación, mediante la aplicación se podrá asegurar el cumplimiento de control interno.

2.4.5. 3. Método descriptivo:

“Como su nombre lo indica, consiste en la descripción de las actividades y procedimientos, en un sentido procesal, que el personal desarrolla en la unidad administrativa, proceso o función sujeto a auditoría; haciendo referencia en un caso a los sistemas administrativos y de operación, y a los registros contables y archivos que intervienen. Esta descripción debe hacerse de manera tal que siga el curso normal de las operaciones en todas las áreas o unidades participantes; nunca se practicará en forma aislada o con subjetividad, sino tomando en cuenta la operación en el área o unidad administrativa precedente o donde se inicia, y su impacto en el área o unidad siguiente donde concluye” (Santillana Gonzáles, 2015, págs., 452,453).

2.4.5. 4. Método cuestionario

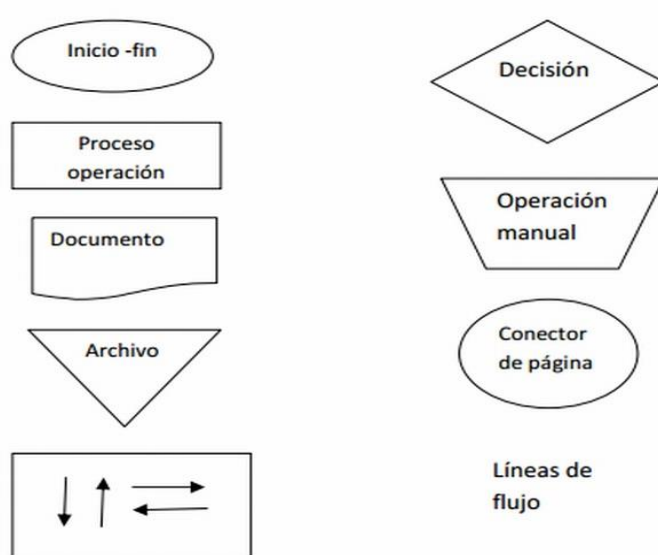
“Este método consiste en el empleo de cuestionarios que el auditor haya elaborado previamente, los cuales incluyen preguntas respecto a cómo se efectúa el manejo de las operaciones y transacciones, y quién tiene a su cargo las actividades o funciones inherentes. Los formulara de tal manera que las respuestas afirmativas indiquen la existencia de una adecuada medida o acción de control; mientras que las negativas señalen una falla o debilidad en el sistema establecido” (Santillana Gonzáles, 2015, pág., 457).

2.4.5. 5. Método grafico o flujo gramas

“Es el método mediante el cual se completa, por medio de cuadros o gráficos, el flujo de operaciones a través de los puestos o lugares de trabajo donde se encuentran establecidas las medidas o acciones de control para su ejecución. Permite detectar con mayor facilidad los riesgos o aspectos donde se encuentren las debilidades de control; aun reconociendo que el auditor requerirá intervenir más tiempo en la elaboración de flujogramas, y habilidades para desarrollarlos” (Santillana Gonzáles, 2015, pág., 455).

A continuación en el siguiente grafico se detalla la simbología que se utilizara para la elaboración de organigramas:

Grafico 2.6 Símbolos Flujogramas



Fuente: (Santillana Gonzáles, 2015)

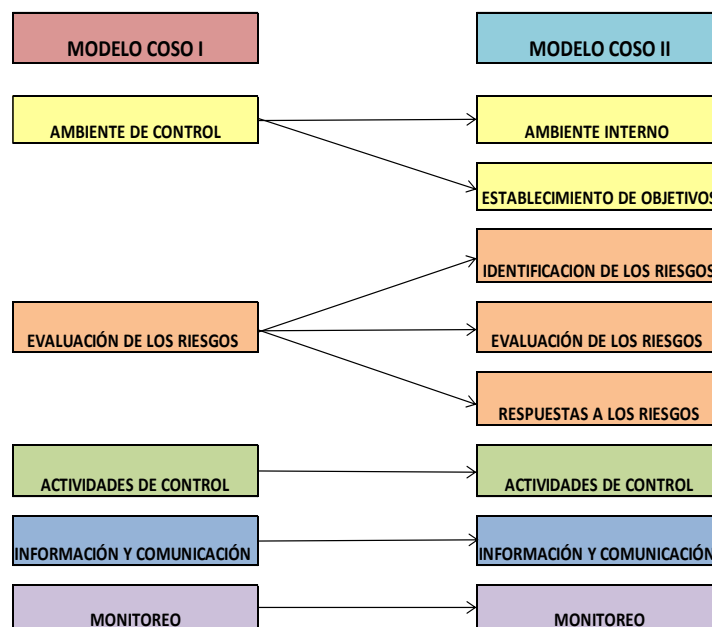
Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

2.4.6 Modelo COSO

Según Mantilla, S.A. (2009), define como: “The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) (Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Comisión Treadway) es una organización voluntaria (sin ánimo de lucro) del sector privado dedicada a orientar, sobre una base global, a la administración ejecutiva y a las entidades del gobierno hacia el establecimiento de operaciones de negocio más efectiva, eficientes y éticas” (pág. 65).

2.4.6 .1. Evolución del modelo COSO

A continuación, en las presentes imágenes obtenidas, se puede observar la evolución que ha tenido el modelo COSO I (Control Interno Marco Conceptual Integrado), llamándose en la actualidad COSO II –ERM (Marco de Gestión Integral de Riesgos), ya que el COSO I consta de 5 componentes, mientras que el COSO II consta de 8 componentes y algunos de ellos han sido ampliados para mejor entendimiento, así también a aumento un nuevo objetivo como es el estratégico.

Grafico 2.7 Evolución Modelo de COSO

Fuente: (Estupiñán Gaitán, 2015)

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

2.4.6.2. Modelo COSO II

En el presente grafico se puede observar los 8 componentes del COSO II:

Grafico 2.8 Modelo de COSO II

Fuente: (Estupiñán Gaitán, 2015)

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

“A Finales del año 2004, como respuesta a una serie de escándalos, e irregularidades que provocaron pérdidas importante a inversionistas, empleados y otros grupos de interés, nuevamente el Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, publicó el Enterprise Risk Management - Integrated Framework y sus Aplicaciones técnicas asociadas, en el cual amplía el concepto de control interno, proporcionando una guía un poco más detallada sobre la identificación, evaluación y gestión integral de riesgo. Conocido con el nombre de COSO II” (Rivas, G. 2011, pág. 135).

2.4.6.3. Definición del Control Interno según Modelo COSO II

Basándonos en la investigación de Rivas, G. (2011), define: “El COSO II, es un proceso formal diseñado para identificar, comunicar y monitorear los riesgos a lo largo de la organización, orientando esfuerzos para reducir las amenazas, manejar la incertidumbre y aprovechar en todo su potencial las oportunidades” (pág. 135).

2.4.6.4. Metodología modelo COSO II

“Esta nueva metodología proporciona la estructura conceptual y el camino para lograrlo. La premisa principal de la gestión integral de riesgo es que cada entidad, con o sin fines de lucro, existe para proveer valor a sus distintos grupos de interés. Sin embargo, todas estas entidades enfrentan incertidumbres y el desafío para la administración es determinar qué cantidad de incertidumbre esta la entidad preparada para aceptar, como esfuerzo, en su búsqueda de incrementar el valor de esos grupos de interés” (Rivas, G. 2011, pág. 135).

2.4.6.5. Fundamentos del E.R.M. COSO II

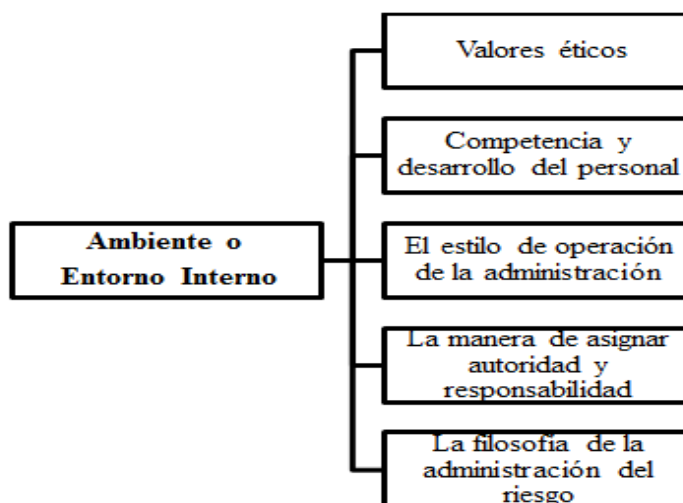
“Las empresas con ánimo o sin ánimo de lucro deben propender a crear valor a sus protectores, dueños o accionistas, así como la de enfrentar y superar las incertidumbres, desafiándolas con preparación suficiente, para poder proveer una estructura conceptual, así la gerencia trate de manera efectiva la incertidumbre que representan los riesgos y oportunidades, y así enriquecer su capacidad para generar valor” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. 75).

2.4.6.6. Componentes del método COSO II – ERM

1. Ambiente o Entorno Interno

“Es el fundamento de todos los otros componentes del E.R.M., creando disciplina y organizando adecuadamente la estructura empresarial, determinando las estrategias y los objetivos, como también estructurando las actividades del negocio e identificando, valorando y actuando sobre los riesgos además, este componente, influye en el diseño y funcionamiento de las actividades de control, de los sistemas de información y comunicación, y del monitoreo de las operaciones” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. 75).

Grafico 2.9 Esquema general de la estructura empresarial

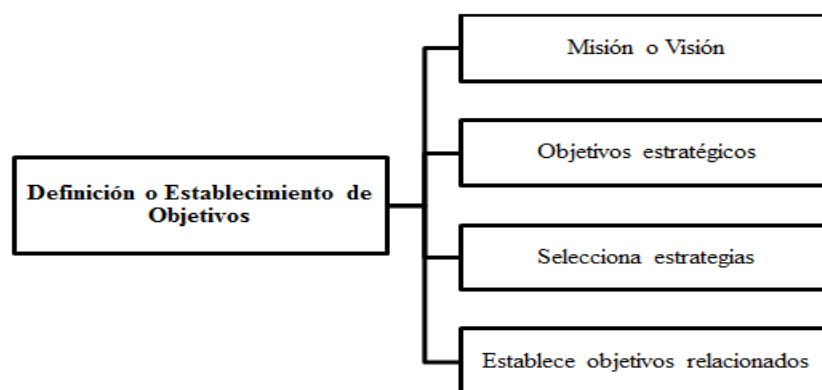


Fuente: (Estupiñán, 2015)
Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

2. Definición o Establecimiento de Objetivos

“Dentro del contexto de la misión o visión, se establecen objetivos estratégicos, selecciona estrategias y establece objetivos relacionados, alineados y vinculados con la estrategia, así como los relacionados con las operaciones que aportan efectividad y eficiencia de las actividades operativas, ayudando a la efectividad en la presentación de reportes o informes internos y externos (financiera y no financiera), como la de cumplir con las leyes y regulaciones aplicables y de sus procedimientos internos determinados” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. 75).

Grafico 2.10 Esquema general definición de objetivos



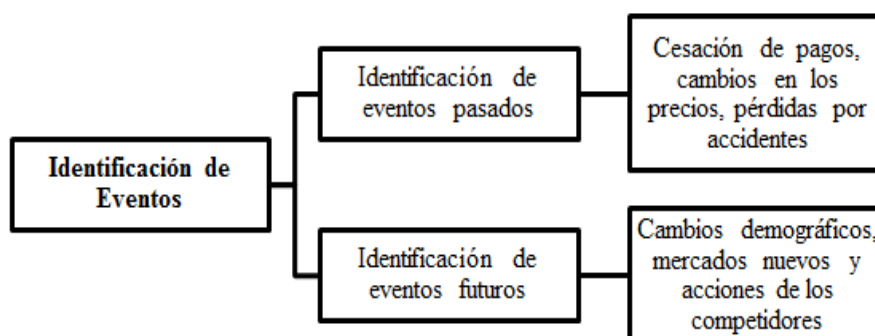
Fuente: (Estupiñán, 2015)

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

3. Identificación de Eventos

“La Alta Gerencia reconoce normalmente que existen incertidumbres –que no se puede conocer con certeza cuándo, dónde y cómo ocurrirá un evento, o si ocurrirá su resultado–, existiendo factores internos y externos que afectan la ocurrencia de un evento” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. 77).

Grafico 2.11 Esquema general Identificación de Eventos



Fuente: (Estupiñán, 2015)

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

“Dentro de las metodologías más conocidas para la identificación de eventos, las cuales se han aplicado de parte de varias firmas de auditores y dentro de las metodologías internas de la empresa son las matrices” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. 77).

Análisis PETS o GESI: “Los factores políticos o gubernamentales, económicos, tecnológicos o informáticos y los sociales” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. 77).

Análisis FODA o DOFA: “Incluye la evaluación de factores internos de fortalezas y debilidades, y de factores externos como son los de oportunidades y amenazas” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. 77).

Análisis de las cinco fuerzas: “Michael Porter los estableció dentro de la evaluación de la competencia, los proveedores, los clientes, los productos o servicios sustitutos y la llegada de posibles competidores” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. 77).

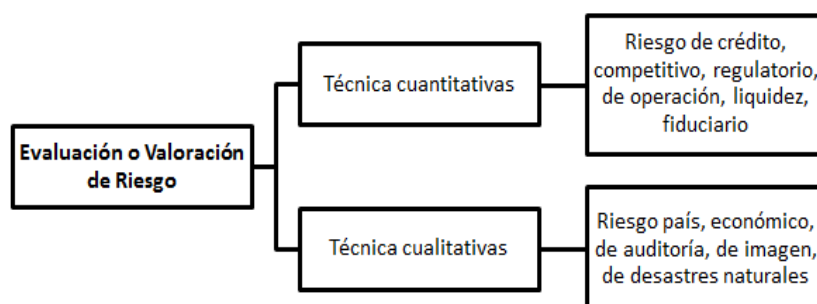
Matriz de conocimiento del negocio e identificación de riesgos: “Donde se determina la visión y misión, como las estrategias del negocio a corto, mediano y largo plazo, como el resumen de los riesgos detectados” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. 77).

4. Evaluación o Valoración de Riesgo

“Le permite a una entidad considerar como los eventos potenciales pueden afectar el logro de los objetivos. La gerencia valora los eventos bajo las perspectivas de probabilidad (la posibilidad de que ocurra un evento) e impacto (su efecto debido a su ocurrencia), con base en datos pasados internos (pueden considerarse de carácter subjetivo) y externos (son más objetivos)” (Estupiñán Gaitán, 2015, págs. 77,78).

“La metodología normalmente comprende una combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas. Los hechos que se relacionan directamente con la contabilidad como las captaciones, colocaciones, aportes de capital, donaciones, etc” (Estupiñán Gaitán, 2015, págs. 77,78).

Grafico 2.12 Esquema General de las Técnicas de Evaluación o Valoración de Riesgo

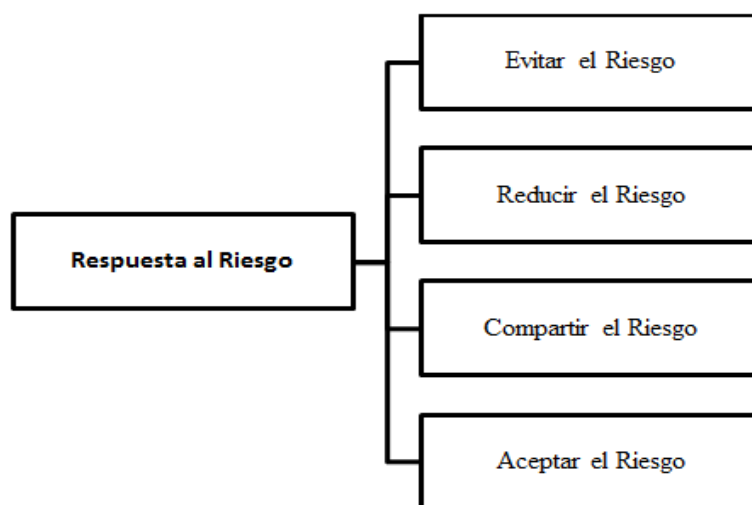


Fuente: (Estupiñán, 2015)
Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

5. Respuesta al Riesgo

- “Identifica y evalúa las posibles respuestas de los riesgos y considera su efecto en la probabilidad y el impacto” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. ,78).
- “Evalúa las opciones en relación con el apetito del riesgo en la entidad, el costo y su beneficio de la respuesta a los riesgos potenciales, y el grado que más reporta las posibilidades de riesgo” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. ,78).
- “Las respuestas al riesgo caen dentro de las categorías de evitar, reducir, compartir y aceptar el riesgo” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. ,78).

Grafico 2.13 Esquema general categorías respuesta al riesgo



Fuente: (Estupiñán, 2015)
Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

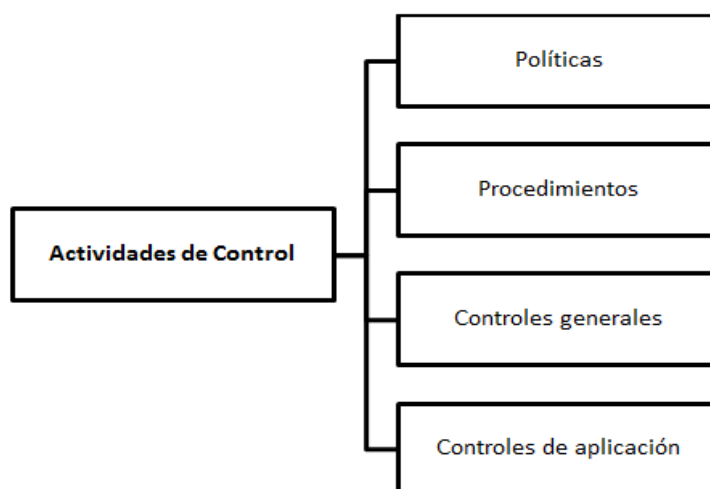
6. Actividades de Control

“Son las políticas y los procedimientos que ayudan a asegurar que se están ejecutando de manera apropiada las respuestas al riesgo, hacen parte del proceso mediante el cual una empresa intenta lograr sus objetivos de negocio” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. ,78).

Se clasifican en controles generales y de aplicación:

“Controles generales representan la infraestructura de la tecnología, seguridad y adquisición de hardware; y el desarrollo y mantenimiento de los softwares; y los controles de aplicación aseguran complejidad, exactitud, autorización y validez de la base de datos” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. ,78).

Grafico 2.14 Esquema general de las Actividades de Control



Fuente: (Estupiñán, 2015)

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

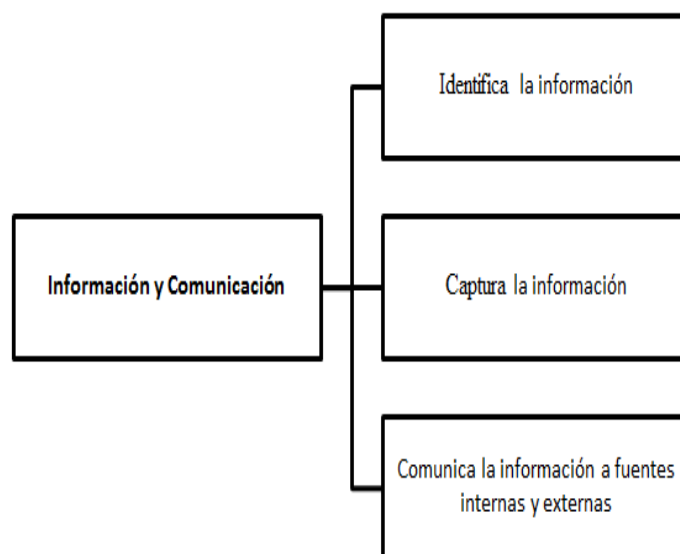
7. Información y Comunicación

“Identifica, captura y comunica información de fuentes internas y externas, en una forma y en una franja de tiempo que le permita al personal llevar a cabo sus responsabilidades” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. ,7).

“La comunicación efectiva también ocurre en un sentido amplio, hacia abajo o a través y hacia arriba en la entidad” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. ,7).

“En todos los niveles, se requiere información para identificar, valorar y responder a los riesgos, así como para operar y lograr los objetivos” (Estupiñán Gaitán, 2015, pág. ,7).

Grafico 2.15 Esquema general de Información y Comunicación



Fuente: (Estupiñán, 2015)

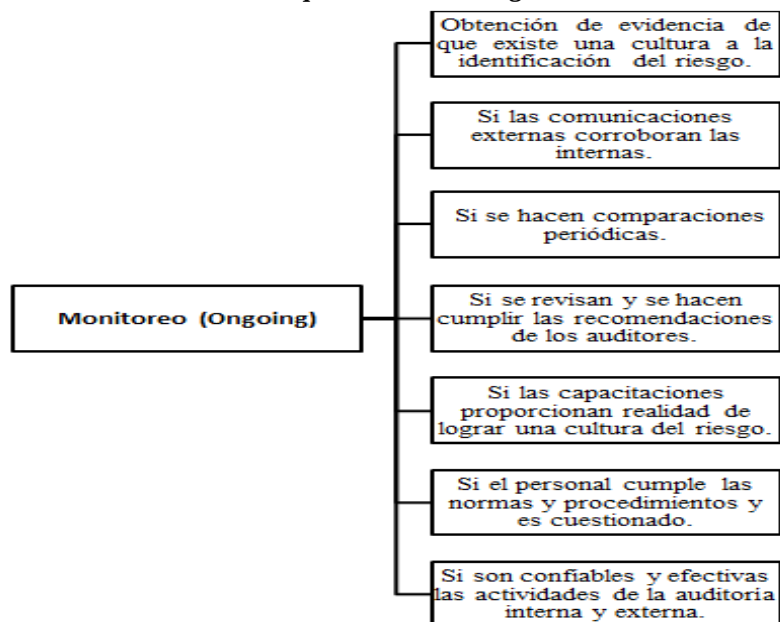
Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

8. Monitoreo (Ongoing)

“Es un proceso que valora tanto la presencia como el funcionamiento de sus componentes y la calidad de su desempeño en el tiempo” (Estupiñán Gaitán, 2015, págs., 78,79).

“Se puede realizar mediante actividades de Ongoing o a través de evaluaciones separadas, los dos aseguran que la administración de riesgos continúa aplicándose en todos los niveles y a través de una evaluación continua y periódica que hace la gerencia de la eficacia del diseño y operación de la estructura del control interno, para lograr una adecuada identificación del riesgo, de acuerdo a lo planificado, modificando los procedimientos cuando se requiera” (Estupiñán Gaitán, 2015, págs., 78,79).

Grafico 2.16 Esquema General Reglas de Monitoreo



Fuente: (Estupiñán, 2015)
Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

2.4.7. Procesos:

“Un proceso es un conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que al interactuar transforman elementos de entrada y los convierte en resultados” (Definiciones A, B, C economía, 2014)

2.4.8. Adquisición / Compras:

“A la compra se la define de la siguiente manera: adquirir bienes y servicios de la calidad adecuada, en el momento y en el precio adecuado y del proveedor más apropiado” (Mercado, 2004, pág. 13).

“Las compras o adquisiciones, como suelen ser llamadas en algunas organizaciones, se tornan en un elemento fundamental para el desarrollo productivo de las mismas, ya que se convierten en la fuente de abastecimiento” (...) (Heredia, 2013, pág.7).

Se puede decir también que adquisición es un sinónimo de compra ya sea de bienes, servicios, es importante mencionar que es más usual el uso de la palabra comprar, pero en si tiene el mismo significado.

2.4.8.1. Adquisidores Internacionales o Importación:

“En ocasiones no existe producción o fabricación nacional del bien o servicio que necesita la empresa, de tal forma que tiene que adquirirlo en otro país; en este momento estamos ante una compra internacional o importación” (Mercado, 2004, pág. 21).

2.4.9. Comercialización / Ventas:

“Transacción comercial por la cual se entrega un bien o un derecho, o se ejecuta un servicio, a cambio de una contraprestación en dinero o en bienes. u Transferencia de la titularidad de un bien o el compromiso de realizar un servicio a cambio de una contraprestación o pago” (...) (Greco & Godoy, 2006, pág.797).

“Se denomina comercialización a la planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado se encuentre en el lugar” (...) (Mankiw Gregory, 2008, p. 260).

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1. Enfoque de la investigación

En el presente proyecto de investigación tendrá un método mixto ya que es un enfoque Cuantitativo ya que se obtendrá información por medio de la aplicación de entrevista y encuestas ala personal de la empresa AMBAGRO S.A., es por eso que se realizará un a análisis estadístico por la tabulación de datos de las encuestas aplicadas, de la misma forma será un enfoque Cualitativo ya que la recolección de información será mediante fundamentos teóricos relacionados con las problemáticas.

3.2. Modalidad básica de la investigación

3.2.1. Investigación de campo

El presente proyecto se utilizará la investigación de campo para la obtención de una información confiable, mediante la aplicación de encuestas, entrevistas, así también la observación que se realizara al personal y a los procesos que se realizan dentro de la empresa AMBAGRO S.A., ubicada en Parque Industrial Calle D y C, de esta manera se obtendrá información real que ayude al estudio de la problemática.

3.2.2. Investigación bibliográfica - documental

Información necesaria para la investigación se tomará de libros, Internet, periódicos, tesis, revistas, o fuentes verídicas de carácter documental los mismos que tengan relación con la problemática a investigar, de donde se obtendrá información útil y suficiente para el desarrollo de la investigación, además permitirá conocer definiciones y teoría que servirán como soporte para mejorar la comprensión de varios términos, conceptualizaciones y bases teóricas según los diferentes enfoques de los autores esta información principalmente se proveerá de la biblioteca de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato.

3.3. Nivel o tipo de investigación

3.3.1. Investigación descriptiva

“Es aquella que permite describir, detallar y explicar un problema, objeto o fenómeno naturales y sociales, mediante un estudio temporo – espacial, con el propósito de determinar las características del problema observado”. (Izquierdo, E. 2002, pág.97)

La investigación es de tipo descriptiva porque se detalla y se describe cada una de las razones por las que se ha generado la problemática al interior de la empresa, por lo que se utilizarán las técnicas de recolección de información como la entrevista, la encuesta, de esta manera nos permitirá interpretar los resultados obtenidos de una manera correcta y así conocer la situación actual de la empresa AMBAGRO S.A.

3.4. Métodos y técnicas de investigación

3.4.1. Entrevista

Para el autor Enrique Izquierdo (2002), “La entrevista es una técnica que permite obtener información a través del dialogo entre dos o más personas. Se utiliza preguntas que las formula el entrevistador al entrevistado y para que la técnica sea exitosa es necesario que el entrevistador posea ciertas características como: facilidad para la conversación, agilidad mental, decisión, paciencia y concentración”. (Pág. 117)

En la presente investigación se realizará una entrevista al Gerente General de la empresa el Ingeniero Fernando Mafla, ya mediante la misma permitirá una obtención de información más concreta.

3.4.2. Encuesta

Para el autor Enrique Izquierdo (2002), “Es una técnica que nos permite obtener información aplicando un cuestionario a las personas que tienen conocimientos sobre un tema o un problema en particular, y se la puede utilizar en una población determinada o por muestreo”. (Pág. 125)

En la presente investigación se va a utilizar la encuesta como una de las técnicas de información, la misma que recolectara la información a los empleados que se encuentren directamente relacionados con los procesos de adquisición y comercialización.

3.5. Población y Muestra

3.5.1. Población

“La población es la totalidad de elementos a investigar respecto a ciertas características. En muchos casos, no se puede investigar toda la población, sea por razones económicas, por falta de auxiliares de investigación o porque no se dispone del tiempo necesario, circunstancias en que se recurre a un método estadístico de muestreo, que consiste en seleccionar una parte de los elementos de un conjunto, de manera que sea lo más representativo del colectivo en las características sometidas a estudio”. (Herrera, Medina & Naranjo. 2010, pág.98)

En la presente investigación se desarrollará con la población finita de la empresa AMBAGRO S.A.

Para efecto de realizar la muestra objeto del estudio, se ha considerado tomar toda la población, personas pertenecientes al personal directivo, administrativo, profesional y técnico de la empresa AMBAGRO S.A., que tienen un total de 18 trabajadores, pero solo se aplicará la encuesta a 17 de sus trabajadores, ya que al Gerente General de la empresa se realizará la entrevista.

Tabla 3.1 Población Objeto de Estudio

Departamentos o Áreas	Numero de colaboradores
Administrativos	5
Compras	2
Bodega	5
Ventas	6
Total	18

Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: SANCHEZ Lisette

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados

Para obtener la información necesaria para el desarrollo de la investigación, se realiza una entrevista al Gerente Propietario el Ingeniero Fernando Caicedo Mafla la persona más adecuada para contestar varias de las interrogantes que se han planteado para el desarrollo de la propuesta de la investigación que se trata del diseño de un sistema de control interno aplicando el método COSO II para los procesos de adquisición y comercialización, de esta manera identificar las necesidades actuales que tiene la empresa.

4.1.1. Entrevista

Nombre: Ingeniero Fernando Caicedo Mafla

Cargo: Gerente General

1. ¿Dentro de su empresa se maneja un sistema de control interno?

No existe un formato o protocolo escrito de control interno que se deba seguir dentro de la empresa, es por eso que los procesos que se realizan no tienen un control adecuado ya que los mismos se manejan según las necesidades que se vayan creando

dentro de la misma, por lo que no existen políticas, procedimientos establecidos que ayuden a guiar a los trabajadores de una manera técnica con respecto a los procesos de adquisición y comercialización.

2. ¿Dispone la empresa un organigrama estructural y funcional donde se encuentren claramente definida las áreas y sus líneas jerárquicas?

En la actualidad la empresa cuenta con un organigrama básico que no ha sido modificado desde su creación por lo que no se ha actualizado con el paso del tiempo, la empresa ha ido creciendo y creando nuevos departamentos es por eso que los empleados desconocen de la existencia del organigrama, al momento de sus contrataciones se le da a conocer a su jefe inmediato al mismo que deberá informar o preguntar sobre su trabajo.

3. ¿Existe en la empresa un documento en el mismo que se detalle el perfil que debe cumplir el empleado para ser contratado?

Existe un documento donde están los requerimientos que debe cumplir para ser contratado, pero no está detallado claramente ya que no ha sido modificado hace varios años atrás por lo que el mismo esta desactualizado, al momento de la contratación no se basa básicamente en este documento si no en los perfiles de las carpetas presentadas por lo que no existe un correcto protocolo a seguir para la contratación.

4. ¿La empresa cuenta con una manual de funciones para cada de uno de los cargos?

La empresa cuenta con un manual de funciones en el mismo que se detalla cada una de las funciones que los empleados deben cumplir la misma no se encuentra actualizada, al momento de la contratación de los empleados se realiza una breve inducción y según las necesidades que va creando el cargo los trabajadores la van cumpliendo, muchos de los empleados nos conocen de la existencia del mismo.

5. ¿Qué inconvenientes ha encontrado usted, debido a la no aplicación de un Sistema de Control Interno actualizado para los procesos de adquisición y comercialización?

Los inconvenientes que se han presentado dentro de la empresa han sido varios porque los empleados encargados de los procesos no cumplen con las funciones detalladas ya que lo realizan por intuición no más de una forma técnica.

Es por eso que cuando se realizan adquisiciones no se toma en cuenta si en realidad es necesarios el producto que se va a realizar el pedido, así también no toman en cuenta el tiempo que se demora la importación del producto y no prevé porque no existe la función definida de cada uno de los encargados de las adquisiciones.

De la misma manera sucede en el proceso de comercialización los encargados de las ventas no están conscientes de la existencia del producto de bodega y realizan los pedidos muchas veces no se puede cubrir con el pedido del producto porque no esta se encuentra en bodega, es porque no existe un correcto cruce de información entre contabilidad y bodega para saber la información que es correcta.

6. ¿Se realizan capacitaciones en su empresa sobre temas relacionados con los procesos de adquisición y comercialización, para cumplir con las funciones que desempeña?

Se realiza una capacitación de inducción cuando los trabajadores ingresan a la empresa en términos generales y de acuerdo al cargo que van a ocupar, más las capacitaciones no son constantes ni específicas para los procesos de adquisición y comercialización, por lo que los empleados van adquiriendo experiencia y acoplándose a las necesidades cada una de las funciones que debe cumplir.

4.1.2. Aplicación de la encuesta

Para la obtención de mayor información se presentan las encuestas realizadas al personal administrativo, bodega, vendedores, desarrollistas, los mismos que se encuentra directamente relacionados con el área de adquisición y comercialización de los productos agroquímicos de la empresa AMBAGRO S.A.

Así también a continuación se presentan cada una de las preguntas que fueron aplicadas a la población encuestada con su respectivo análisis e interpretación de resultados, los mismos que sustentan la investigación.

1. ¿Existe y se utiliza en su empresa un reglamento de control interno?

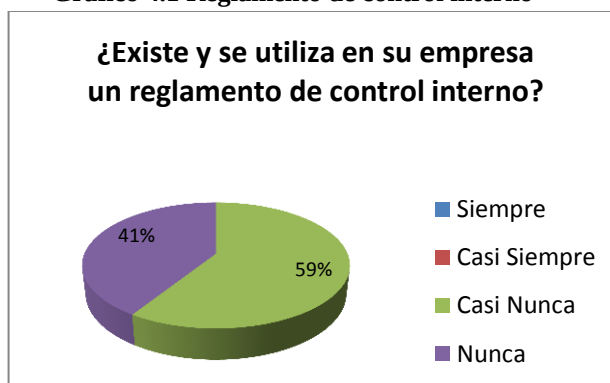
Tabla 4.1 Reglamento de control interno

OPCIONES	NUMERO	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi Siempre	0	0%
Casi Nunca	10	59%
Nunca	7	41%
Total	17	100%

Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: Sánchez, Lissette

Grafico 4.1 Reglamento de control interno



Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: Sánchez, Lissette

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 100% de los encuestados nos dan a conocer que no existe un manual de control interno por lo tanto no lo aplican.

Es importante que todos los trabajadores de la empresa conozcan y apliquen el reglamento de control interno ya que en el mismo se da a conocer las políticas que se pueden aplicar para cada uno de los procesos de la empresa, logrando de esta manera un buen funcionamiento.

2. ¿Con que frecuencia se aplica el reglamento interno de la empresa?

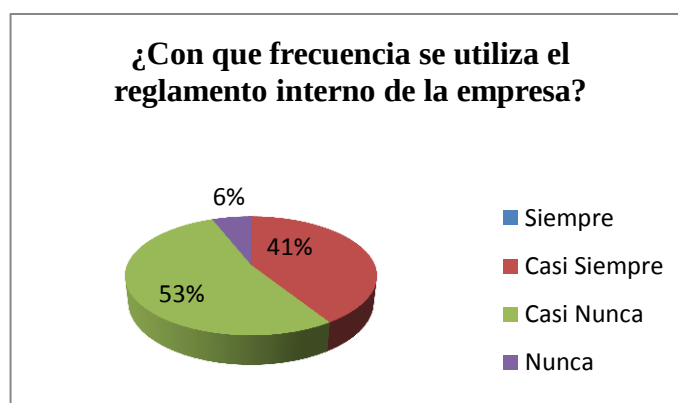
Tabla 4.2 Reglamento Interno

OPCIONES	NUMERO	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi Siempre	7	41%
Casi Nunca	9	53%
Nunca	1	6%
Total	17	100%

Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: Sánchez, Lissette

Grafico 4.2 Reglamento Interno



Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: Sánchez, Lissette

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del 100% de los trabajadores encuestados, un 53% de acuerdo con los datos obtenidos la mayoría de empleados nos dan a conocer que no se utiliza el reglamento interno, ya que el reglamento interno no se ha socializado dentro de la empresa lo que ha provocado el desconocimiento de la gran mayoría de los colaboradores.

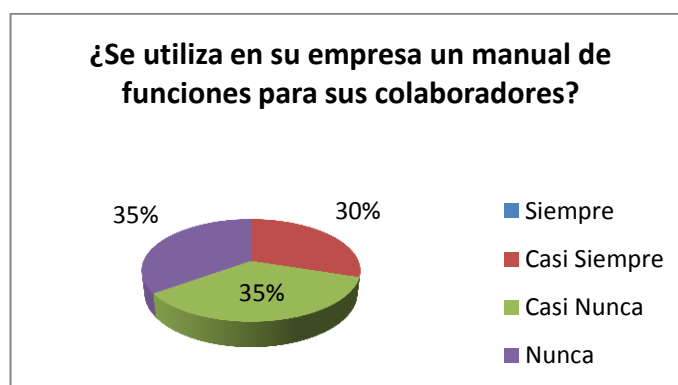
3. ¿Se utiliza en su empresa un manual de funciones para sus colaboradores?

Tabla 4.3 Manual de Funciones

OPCIONES	NUMERO	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi Siempre	5	30%
Casi Nunca	6	35%
Nunca	6	35%
Total	17	100%

Fuente: AMBAGRO S.A.
Elaborado por: Sánchez, Lissette

Grafico 4.3 Manual de Funciones



Fuente: AMBAGRO S.A.
Elaborado por: Sánchez, Lissette

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 35% de la población encuesta nos dice que nunca se utiliza un manual de funciones para el personal, así también un 35% nos da a conocer que casi nunca se utiliza, por otro lado, un 30% nos da conocer que casi siempre se utiliza el manual.

De acuerdo con los resultados obtenidos la gran mayoría de los trabajadores nos dan a conocer que no se utiliza el manual de funciones para el personal, el mismo que es un parámetro fundamental del control interno, en el que se describen cada una de las funciones que deben cumplir los trabajadores en cada uno de sus puestos de trabajo.

4. ¿Dentro de la empresa se realizan evaluaciones del desempeño laboral?

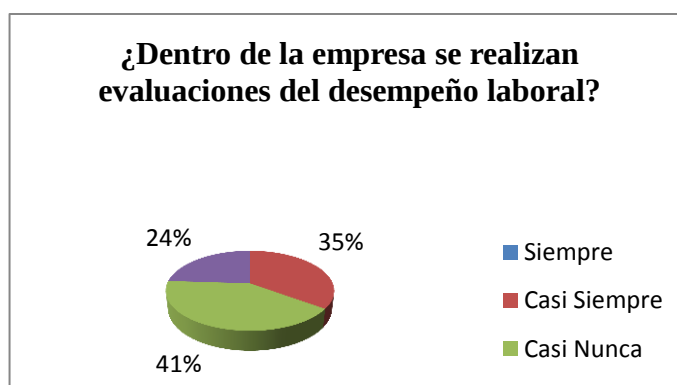
Tabla 4.4 Evaluaciones del desempeño laboral

OPCIONES	NUMERO	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi Siempre	6	35%
Casi Nunca	7	41%
Nunca	4	24%
Total	17	100%

Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: Sánchez, Lissette

Grafico 4.4 Evaluaciones del desempeño laboral



Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: Sánchez, Lissette

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 35% de los encuestados nos da a conocer que casi siempre se realizan evaluaciones del desempeño laboral, mientras que un 41% señala que casi nunca se hacen evaluaciones, así también un 24% nos da a conocer que nunca se realizan.

Los resultados obtenidos indican que la gran mayoría de los encuestados dan a conocer que no se realizan evaluaciones del desempeño laboral dentro de la empresa, lo que provoca que exista descornamiento de las falencias que tienen cada uno de sus colaboradores en el área que se desempeñan.

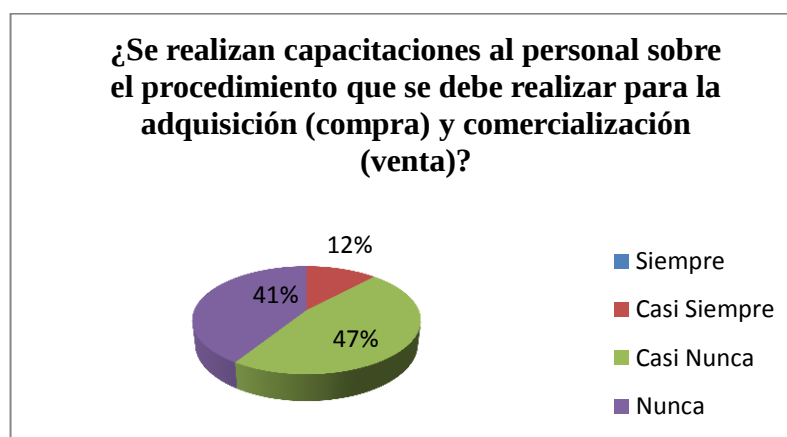
5. ¿Se realizan capacitaciones al personal sobre el procedimiento que se debe realizar para la adquisición (compra) y comercialización (venta)?

Tabla 4.5 Capacitación al personal

OPCIONES	NUMERO	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi Siempre	2	12 %
Casi Nunca	8	47%
Nunca	7	41%
Total	17	100%

Fuente: AMBAGRO S.A.
Elaborado por: Sánchez, Lissette

Grafico 4.5 Capacitación al personal



Fuente: AMBAGRO S.A.
Elaborado por: Sánchez, Lissette

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del 100% de los encuestados un gran porcentaje de la población encuesta señala que casi nunca con un 47% y nunca con un 41% se realizan capacitaciones al personal sobre los procesos de adquisición y comercialización, de esta manera los empleados ejecutan los procedimientos de acuerdo a su criterio personal es decir de forma empírica más no técnica.

6. ¿En su empresa se utilizan políticas y procedimientos que se deben seguir para los procesos de adquisición y comercialización?

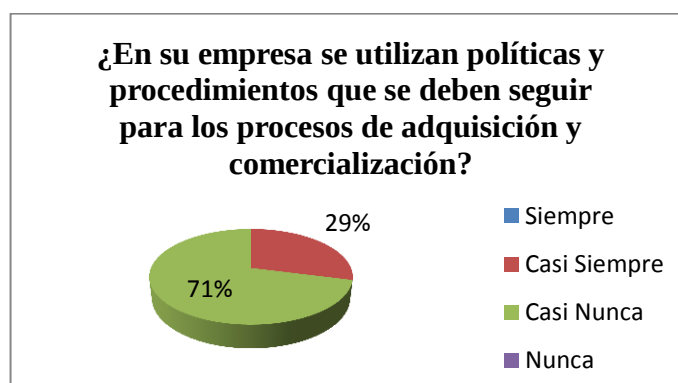
Tabla 4.6 Políticas y procedimientos

OPCIONES	NUMERO	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi Siempre	5	29%
Casi Nunca	12	71%
Nunca	0	0%
Total	17	100%

Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: Sánchez, Lissette

Grafico 4.6 Políticas y procedimientos



Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: Sánchez, Lissette

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 75% nos da a conocer que casi nunca se utilizan políticas y procedimientos que deben seguir para los procesos de adquisición y comercialización, mientras que un 29% nos indica que casi siempre se utilizan.

Es importante mencionar que la gran mayoría de los encuestados nos indica que casi nunca se utilizan políticas y procedimientos que deben seguir para los procesos de adquisición y comercialización, es por eso que los trabajadores realizan sus funciones de acuerdo a su criterio e intuición personal.

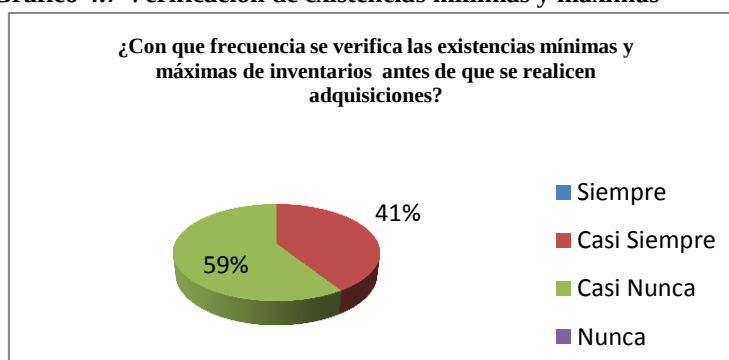
7. ¿Con que frecuencia se verifica las existencias mínimas y máximas de inventarios antes de que se realicen adquisiciones?

Tabla 4.7 Verificación de existencias mínimas y máximas

OPCIONES	NUMERO	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi Siempre	7	41%
Casi Nunca	10	59%
Nunca	0	0%
Total	17	100%

Fuente: AMBAGRO S.A.
Elaborado por: Sánchez, Lissette

Grafico 4.7 Verificación de existencias mínimas y máximas



Fuente: AMBAGRO S.A.
Elaborado por: Sánchez, Lissette

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos nos indican que con un 59% casi nunca se cumplen con los parámetros de control determinados, antes de realizar las adquisiciones de los productos lo que provoca que muchas veces exista desabastecimiento de los mismo, ya que son importados y tienen un tiempo aproximado de tres meses antes de su llegada al País.

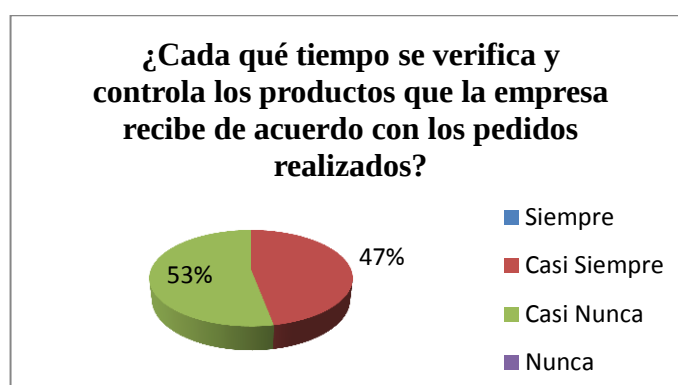
8. ¿Cada qué tiempo se verifica y controla los productos que la empresa recibe de acuerdo con los pedidos realizados?

Tabla 4.8 Verifica y controla los productos que recibe

OPCIONES	NUMERO	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi Siempre	8	47 %
Casi Nunca	9	53%
Nunca	0	0%
Total	17	100%

Fuente: AMBAGRO S.A.
Elaborado por: Sánchez, Lissette

Grafico 4.8 Verifica y controla los productos que recibe



Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: Sánchez, Lissette

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

A través de los resultados se puede observar un 53% de la población encuestada manifiesta que casi se realizan las respectivas verificaciones de los productos que se reciben en la empresa, lo que ha provocado que existan algunos faltantes, daños, repeticiones de los mismos, provocando la acumulación de algunos y en otros casos el desabastecimiento.

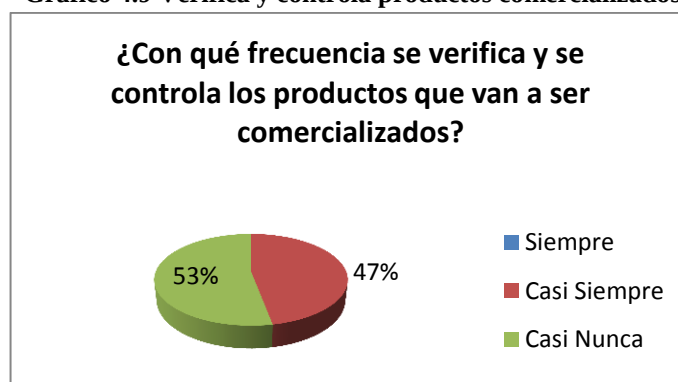
9. ¿Con qué frecuencia se verifica y se controla los productos que van a ser comercializados?

Tabla 4.9 Verifica y controla productos comercializados

OPCIONES	NUMERO	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi Siempre	8	47%
Casi Nunca	9	53%
Nunca	0	0%
Total	17	100%

Fuente: AMBAGRO S.A.
Elaborado por: Sánchez, Lissette

Grafico 4.9 Verifica y controla productos comercializados



Fuente: AMBAGRO S.A.
Elaborado por: Sánchez, Lissette

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la empresa AMBAGRO S.A. casi siempre con un 53% se verifica los productos que van a ser comercializados ya que son la carta de presentación de la empresa, aunque con un 47% un porcentaje considerable también indica que casi nunca se realizan las verificaciones de los mismos, la causa de estos problemas es que no se rigen a los procedimientos que se deben seguir ya que los empleados lo realizan según su intuición.

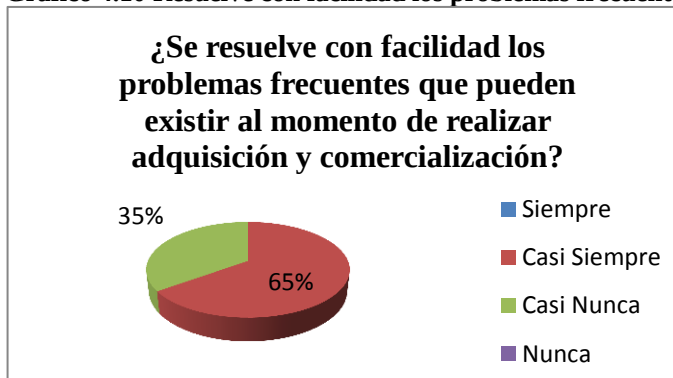
10. ¿Se resuelve con facilidad los problemas frecuentes que pueden existir al momento de realizar adquisición y comercialización?

Tabla 4.10 Resuelve con facilidad los problemas frecuentes

OPCIONES	NUMERO	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi Siempre	11	65%
Casi Nunca	6	35%
Nunca	0	0%
Total	17	100%

Fuente: AMBAGRO S.A.
Elaborado por: Sánchez, Lissette

Grafico 4.10 Resuelve con facilidad los problemas frecuentes



Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: Sánchez, Lissette

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos del total de la población encuestada un 65% nos indica que el personal no tiene la capacitación técnica para resolver los problemas que se pueden presentar, pero los resuelven de manera emperica sin seguir procedimientos ya que en ellos prevalece la intuición y la monotonía que los mismos son realizados diariamente.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.Conclusiones:

- En la empresa AMBAGRO S.A., se ha llegado a la conclusión que carecen de políticas y procedimientos de control interno para los procesos de adquisición y comercialización. Dentro de la empresa en el ámbito estructural y administrativo existen falencias por lo que se ha determinado que sus procedimientos los realizan de manera empírica, lo que ha provocado ineficiencia en los procesos afectando directamente a la actividad comercial.
- De igual manera al no contar la empresa con personal capacitado de acuerdo a su perfil y peor aún proveer a este personal de un manual de funciones ha provocado que sus colaboradores desconozcan las funciones que deben cumplir de acuerdo a su cargo, así también desconocen el nivel jerárquico lo que ha provocado confusión entre sus colaboradores.
- Finalmente al no contar la empresa AMBAGRO S.A., con un sistema de control interno basado en el método COSO II, no existe la herramienta necesaria para evaluar los procedimientos de adquisición y comercialización, lo que no permite realizar un análisis más profundo de los riesgos actuales y futuros, además se desconoce las graves falencias que se manejan debido a la carencia de procesos establecidos.

5.2.Recomendaciones:

- Se recomienda a la empresa “AMBAGRO S.A.” el diseñar un sistema de control interno basado en el método COSO II, para lograr la optimización de los recursos tangibles e intangibles de sus operaciones, así también que contribuya al logro de los objetivos propuestos.
- Se recomienda que se realicen capacitaciones a los colaboradores para que se familiaricen con el sistema de control interno, y de esta manera conozcan las funciones y se familiaricen con los objetivos, políticas, procedimientos, para su correcto desempeño dentro de la organización.
- Finalmente es importante recomendar a la empresa que se ponga en aplicación dentro de la cultura de AMBAGRO S.A. el mantener actualizado el sistema de control interno pasa a ser una parte fundamental para que los directivos de la empresa tengan conocimiento sobre la evaluación del sistema aplicado y se logré un adecuado manejo de los procesos de comercialización y adquisición.

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1. Título de la propuesta

Diseño de un sistema de control interno mediante la aplicación del método COSO II para los procesos de adquisición y comercialización en la empresa AMBAGRO S.A.

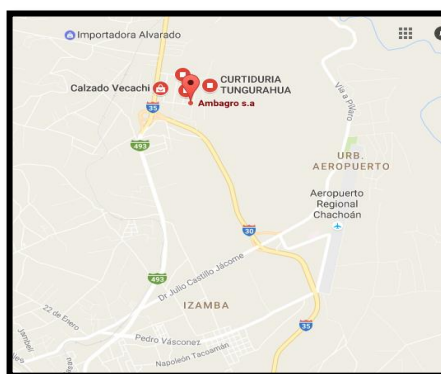
6.2. Datos informativos

Institución ejecutora: AMBAGRO S.A.

Beneficiarios: Colaboradores de AMBAGRO S.A.

Ubicación: La empresa AMBAGRO S.A., se encuentra ubicada en la Provincia de TUNGURAHUA, Cantón: AMBATO, Parroquia: UNAMUNCHO, PARQUE INDUSTRIAL, Calle: 5 y Av. D.

Grafico 6.1 Mapa de la Empresa



Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette
Fuente: www.google.com.ec/maps

Tiempo estimado: Para la ejecución del presente trabajo de investigación se toma en cuenta el primer semestre del 2017.

6.3. Antecedentes de la propuesta

En la empresa AMBAGRO S.A., después de haber realizado los respectivos estudios investigativos se ha podido determinar que la administración de la empresa se la realiza de manera empírica, lo que ha ocasionado que no se dé la importancia necesaria al control interno, es importante mencionar que sin importar el tamaño de las empresas deben contar con un sistema de control interno adecuado para cada uno de sus procesos de esta manera facilita el control, supervisión de estos.

Es importante mencionar que los procesos de adquisición y comercialización son un factor fundamental para el desarrollo de la empresa, la implementación del sistema de control interno ayudará a la empresa a la optimización de los procesos, mediante el establecimiento de lineamientos que deberán seguir de esta manera evitar la pérdida de clientes e inversiones innecesarias, logrando así contar con los productos de calidad y con precios competitivos para la satisfacción de los clientes.

6.4. Justificación

La presenta propuesta está orientada a dar solución a los problemas que atraviesa la empresa AMBAGRO S.A., mediante el diseño de un sistema de control interno aplicando el método COSO II a los procesos de adquisición y comercialización, el mismo que servirá para orientar, mejorar, controlar, cada uno de los procesos que se desarrollen con la finalidad de que se obtener resultados positivos para la empresa.

Mediante el diseño del sistema de control interno basado en el método COSO II, el mismo que contribuirá a mejorar las operaciones así también el suministrar información eficiente y confiable para la empresa, sobre el seguimiento a cada uno de los procesos, actividades llevadas a cabo desde el momento de realizar las adquisiciones hasta el momento de la comercialización de los productos, fortaleciendo el control y el uso adecuado de los recursos físicos, económicos y humanos para el cumplimiento de los objetivos y metas.

6.5. Objetivos

6.5.1. Objetivo General

Diseñar un sistema de control interno mediante la aplicación del método COSO II para los procesos de adquisición y comercialización en la empresa AMBAGRO S.A.

6.5.2. Objetivos Específicos

1. Determinar políticas, normas y procedimientos para los procesos de adquisición y comercialización mediante la aplicación del método COSO II.
2. Establecer parámetros claros y transparentes para los procesos de adquisición y comercialización, para prevenir y mitigar los riesgos tanto internos como externos a los que la empresa puede ser susceptible.
3. Proporcionar una herramienta de control interno confiable y oportuno que sirva para el apoyo de la administración de la empresa para la toma de decisiones adecuadas.

6.6. Empresa: AMBAGRO S.A.

Grafico 6.2 Logotipo de la Empresa AMBAGRO S.A.



Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette
Fuente: AMBAGRO S.A.

6.6.1. AMBAGRO S.A.

La empresa AMBAGRO S.A. dentro del ámbito de la comercialización de agroquímicos es una empresa joven, se inició en el año de 1999 es una empresa conformada por cuatro socios, sus productos son importados de prestigiosos laboratorios de Alemania, Israel, España y Costa Rica.

En este tiempo han crecido y han logrado ganar un lugar en el negocio de agroquímicos, siendo uno de los espacios más difíciles de conquistar puesto que el agricultor en el Ecuador está poco dispuesto a cambiar sus métodos de cultivo, pero lo han logrado, brindando productos de calidad a sus consumidores

La empresa se encuentra presente básicamente, en la zona central y norte de la serranía ecuatoriana y en un segmento importante en la costa sureña, su meta es llegar a mediano plazo a servir al resto de provincias ecuatorianas.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.7. Diseño de un sistema de control interno aplicando el del método COSO II para los procesos de adquisición y comercialización en la empresa AMBAGRO S.A.



**DISEÑO DE UN SISTEMA DE CONTROL INTERNO
APLICANDO EL MÉTODO COSO II PARA LOS
PROCESOS DE ADQUISICIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
EN LA EMPRESA AMBAGRO S.A.**



LISSETTE MARGARITA SÁNCHEZ CARVAJAL

Ambato - Ecuador

6.7.1 Contenido:

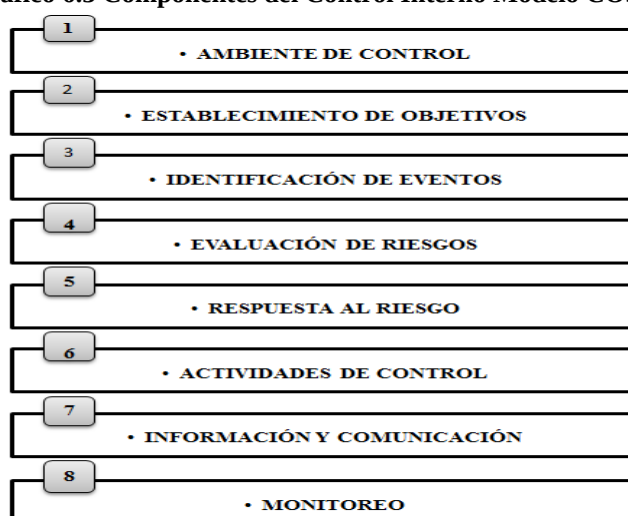
6.7.1.1. Presentación:

El presente sistema de control interno es una herramienta diseñada para evaluar la razonabilidad del control interno de la empresa AMBAGRO S.A., el presente sistema se basa la metodología COSO II.

La presente herramienta proporciona cuestionarios establecidos por una administración responsable los mismo que van acorde a los requerimientos de la estructura organizacional y los procesos de adquisición y comercialización, el presente sistema de control interno es un medio de ayuda a los Administradores de la empresa para el establecimiento de actividades concretas.

6.8. Aplicación de la metodología COSO II

Grafico 6.3 Componentes del Control Interno Modelo COSO II



Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette
Fuente: (Estupiñán Gaitán, 2015)

6.9. El Ambiente Interno en AMBAGRO S.A.

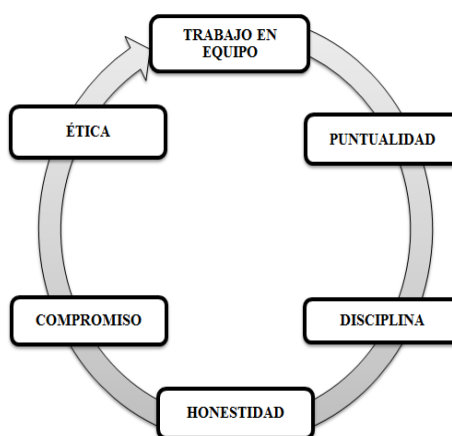
En AMBAGRO S.A., el Ambiente de control constituye en primer lugar los Valores Éticos que la empresa posee y que se basan en la moral y las buenas costumbres que continuamente se socializan dentro de la institución.

En segundo lugar se establece una organización adecuada para el desarrollo de las actividades y estas se desprenden las funciones a desarrollar por parte de sus colaboradores.

6.9.1. Valores Éticos de AMBAGRO S.A.

Dentro de la empresa AMBAGRO S.A., los Valores Éticos se manejarán dentro y fuera de la empresa con los clientes tanto internos como externos, los proveedores y otros.

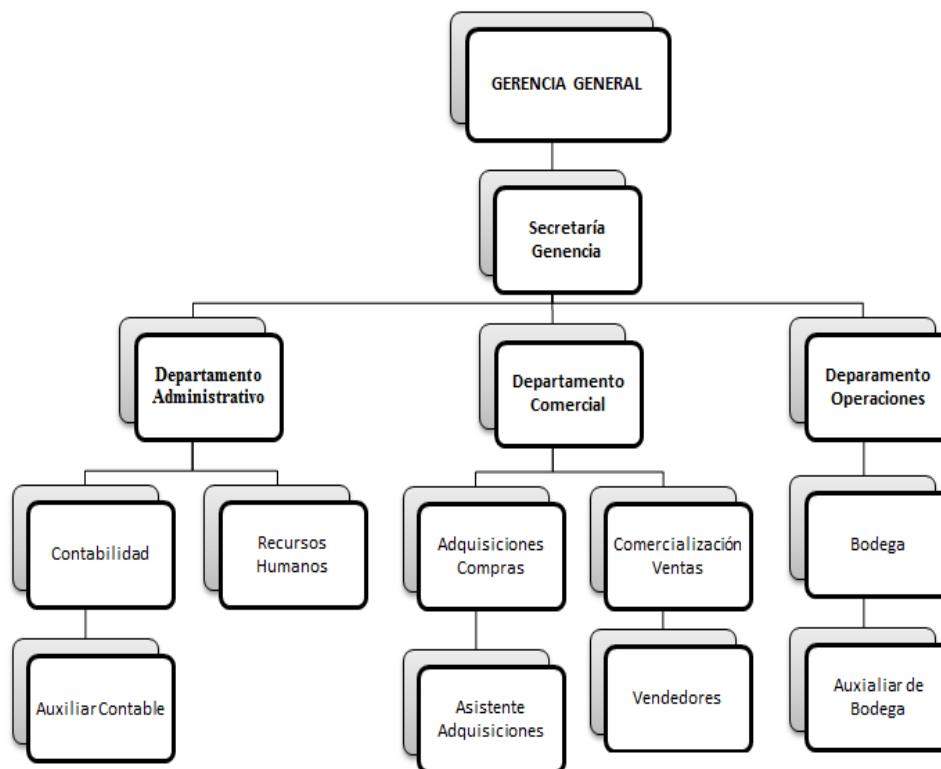
Grafico 6.4 Valores Éticos AMBAGRO S.A.



Fuente: AMBAGRO S.A.
Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

6.9.2. Organigrama Estructural de AMBAGRO S.A.

Grafico 6. 5 Organigrama AMBAGRO S.A.



Fuente: AMBAGRO S.A.
Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

6.9.3. Perfiles y Funciones del Personal de AMBAGRO S.A.

Se determina las funciones que deben seguir cada uno de sus colaboradores lo que describe lo que deben cumplir cada uno en el cargo que ocupa, dando a conocer la responsabilidad y la delegación de autoridad.

6.9.3.1. Perfil y Funciones Gerente General

	Denominación del Cargo
	Gerente General

Objetivo del Cargo
Planear, organizar, dirigir y controlar la correcta dirección gerencial de la empresa proporcionando los recursos necesarios materiales, financieros para lograr la satisfacción y el correcto desempeño del personal así también el correcto desarrollo de la empresa.

Requisitos Académicos y Experiencia Laboral
a. Nivel académico • Título de tercer nivel con especialidad en Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría, Ingeniero Agrónomos o carreras afines. b. Experiencia laboral • Experiencia mínimo tres años en cargos similares. c. Edad / Sexo • Desde los 25 años de edad • Femenino o Masculino d. Habilidades • Don de mando, iniciativa de liderazgo en la toma de decisiones. • Capacidad de desarrollar excelentes relaciones humanas. • Coordinar y direccionar cada una de las actividades empresariales. • Conocimiento de estrategias mercantiles. e. Destrezas • Amplios conocimientos en gestión financiera y planificación estratégica. • Conocimientos técnicos de productos agrícolas. • Manejo Microsoft Office. • Inglés fluido.

Funciones del Cargo
• Representante legal de la empresa AMABAGRO S.A. • Asegurar el cumplimiento de las políticas y procedimientos que rigen dentro de la empresa. • Exigir que se cumplan las funciones de acuerdo a los objetivos organizacionales • Autorizar los movimientos financieros que se realizan tanto en compras como en ventas. • Negociar las condiciones de compra de mercaderías con los proveedores. • Establecer periódicamente, estrategias de promoción de ventas. • Es responsable del eficiente y eficaz funcionamiento de la empresa. • Delegar responsabilidad y autoridad a los responsables directos de cada departamento. • Asegurar el cumplimiento del reglamento interno de la empresa.

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

6.9.3.2. Perfil y Funciones Secretaria

	Denominación del Cargo
	Secretaria

Objetivo del Cargo
Dar apoyo el apoyo necesario a Gerencia General ayudando al cumplimiento de sus funciones establecidas mediante la coordinación el entendimiento mutuo que exista entre las dos partes.

Requisitos académicos y Experiencia Laboral
a. Nivel académico • Bachiller técnico en Ciencia administrativas. • Título de tercer nivel con especialidad en Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría, o carreras afines. b. Experiencia laboral • Experiencia mínimo 1 año en cargos similares. c. Edad/ Sexo • De 22 a 26 años de edad • Femenino d. Habilidades • Capacidad de mantener buenas relaciones interpersonales. • Habilidades comunicativas y escucha activa. • Criterio propio para actuar oportunamente y distinguir prioridades. e. Destrezas • Manejo Microsoft Office. • Conocimientos de Digitación o mecanografía. • Llevar archivos de manera técnica y ordena. • Uso apropiado del teléfono. • Manejo y organización de la agenda. • Inglés fluido.

Funciones del Cargo
• Salvaguardar archivo de documentos de la Gerencia General. • Mantener un archivo ordenado de los documentos gerenciales. • Redactar documentos, solicitados de acuerdo a las necesidades requeridas. • Organizar la agenda del director, concertar y gestionar citas, viajes y eventos. • Atender y organizar llamadas telefónicas. • Responsable del manejo de Caja Chica

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

6.9.3.3. Perfil y Funciones Contador General

	Denominación del Cargo
	Contador General
Objetivo del Cargo	
Responsable de la planificar, organizar y coordinar el área de contabilidad, con el objetivo de obtener las consolidaciones y estados financieros requeridos, así también establece y coordina la ejecución de las políticas relacionadas con esta área contable, asegurándose que se cumplan los principios de contabilidad generalmente aceptados, adicionalmente elabora y controla la labor presupuestaria y de costos.	
Requisitos académicos y Experiencia Laboral	
a. Nivel académico • Título de tercer nivel con especialidad en Contabilidad y Auditoría. b. Experiencia laboral Experiencia mínima 2 año en cargos similares. c. Edad/ Sexo • De 22 a 30 años de edad • Femenino o Masculino d. Habilidades • Capacidad y Criterio en toma de decisiones. • Buen manejo de relaciones interpersonales. • Habilidad numérica y analítica. • Capacidad de trabajo bajo presión e. Destrezas • Manejo Microsoft Office. • Manejo de paquetes contables. • Conocimiento de las obligaciones tributarias. • Inglés fluido.	
Funciones del Cargo	
• Elaborar estados financieros en fechas requeridas con información oportuna y verídica. • Elaborar roles de pagos, declaraciones tributarias, anexos transaccionales, cálculo de horas extras y su respectivo registro en el IESS. • Presentar las declaraciones tributarias que corresponden en el tiempo que determine la Ley. • Verificar la validez de documentos de comercialización. • Realizar retenciones en la fuente según corresponda a cada proveedor. • Realizar los pagos a proveedores de acuerdo a las políticas de pago que se mantienen con cada uno de ellos. • Realizar constataciones físicas de inventarios. • Mantener un archivo actualizado con la información financiera de la empresa. • Aplicar y analizar índices financieros.	

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

6.9.3.4. Perfil y Funciones Auxiliar Contabilidad

	Denominación del Cargo
	Auxiliar Contabilidad

Objetivo del Cargo
Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de correspondencia, digitar y registrar las transacciones contables de las operaciones de la compañía y verificar su adecuada contabilización, elaborar nómina y liquidación de seguridad social.

Requisitos académicos y Experiencia Laboral
a. Nivel académico • Título de tercer nivel con especialidad en Contabilidad y Auditoría. b. Experiencia laboral Experiencia mínimo 1 año en cargos similares. c. Edad/ Sexo • De 22 a 30 años de edad • Femenino d. Habilidades • Capacidad y Criterio en toma de decisiones. • Buen manejo de relaciones interpersonales. • Habilidad numérica y analítica. • Capacidad de trabajo bajo presión e. Destrezas • Manejo Microsoft Office. • Manejo de paquetes contables. • Conocimientos básicos de las obligaciones tributarias. • Inglés fluido.

Funciones del Cargo
• Mantener actualizados los documentos legales de la compañía y entregar al personal que lo requiera • Elaborar la nómina y liquidación de seguridad social. • Revisión de la contabilización de los documentos • Clasificar adecuadamente de acuerdo a los centros de costos existentes los documentos contables. • Administrar la papelería y elementos de uso de la compañía llevando registros en las planillas indicadas. • Revisar órdenes de cheque de oficina, corroborando los cálculos presentados. • Registrar las facturas de compra recibidas y el correspondiente ingreso de productos al sistema contable oportunamente.

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

6.9.3.5. Perfil y Funciones Jefe Adquisiciones

	Denominación del Cargo Jefe Adquisiciones
Objetivo del Cargo Planifica, y dirige las actividades que lleva acabo el departamento de compras las mismas que son adquirir, abastecer adecuada y oportunamente los productos necesarios para el desarrollo de la operación comercial, obteniendo siempre el mejor precio, calidad, servicio y condiciones de compra.	
Requisitos académicos y Experiencia Laboral a. Nivel académico • Título de bachiller en Ciencias Administrativas. • Título de tercer nivel con especialidad en carreras afines a Ciencias Administrativas. b. Experiencia laboral - Experiencia mínimo 1 año en cargos similares. c. Edad/ Sexo • De 22 a 30 años de edad • Femenino o Masculino d. Habilidades • Agilidad numérica. • Expresarse en forma oral y escrita fluidamente. • Capacidad de organización. • Concentrarse en medio de distracciones. e. Destrezas • Manejo Microsoft Office. • Conozca la legislación y procedimientos vigentes para realizar compras. • Tenga conocimientos básicos de importaciones • Inglés fluido.	
Funciones del Cargo • Elaborar la respectiva documentación para realizar las importaciones • Realizar adquisiciones periódicas de mercaderías. • Verificar el stock de inventario físico mínimo y máximo previo la adquisición. • Revisar los precios de compra y seleccionar la mejor oferta. • Control de calidad de calidad para los productos. • Realiza los cálculos matemáticos de costo total de las compras. • Verificar la fecha de caducidad de los productos antes de que se realice un nuevo pedido. • Comunicar sobre promociones que ofrecen los proveedores a la gerencia y tomar decisiones.	

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

6.9.3.6. Perfil y Funciones Jefe Comercialización

	Dominación del Cargo
	Jefe Comercialización
Descripción del Cargo	
Asesorar al cliente mediante la utilización de medios y técnicas necesarias para la satisfacción del mismo mediante la compra de los productos.	
Requerimientos Académicos y Experiencia Laboral	
a. Nivel académico • Título de tercer nivel con especialidad en carreras afines a Ciencias Administrativas. b. Experiencia laboral • Experiencia mínimo 1 año en cargos similares.} c. Edad / Sexo • De 22 a 30 años de edad • Masculino d. Habilidades • Capacidad de desarrollar excelentes relaciones humanas. • Personalidad atrayente, muy buena presencia, fluidez verbal. • Alta capacidad para relaciones inter – personales. e. Destrezas • Manejo Microsoft Office. • Conozca la legislación y procedimientos vigentes para realizar compras. • Poseer licencia tipo B, saber conducir. • Inglés Básico.	
Funciones del Cargo	
• Consolidación de cartera de clientes. • Prospección y captación de otros clientes. • Argumentación y cierre de ventas suficiente para cumplir con las cuotas asignadas. • Elaboración de informes cuantitativos que recogen su actividad y resultados • Emitir comprobantes de venta en cada venta. • Elaboración de informes cualitativos que recogen los movimientos de la competencia, las vicisitudes del mercado y el grado de aceptación de los productos.	

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

6.9.3.7. Perfil y Funciones Jefe de Bodega

	Denominación del Cargo
Jefe de Bodega	
Objetivo del Cargo	
Controlar y registrar en el sistema operativo de la empresa el ingreso el ingreso, almacenamiento, clasificación, codificación y entrega de los bienes adquiridos y desarrollar, mantener y justar procedimientos, controles que mitiguen el riesgo y generando eficiencia, eficacia y optimización de los recursos, de acuerdo a la normatividad vigente.	
Requerimientos Académicos y Experiencia Laboral	
a. Nivel académico • Título de bachiller en Ciencias Administrativas. • Título de tercer nivel con especialidad en carreras afines a Ciencias Administrativas.	
b. Experiencia laboral • Experiencia mínimo 1 año en cargos similares.	
c. Edad / Sexo • De 22 a 35 años de edad • Masculino	
d. Habilidades • Capacidad de mantener el Orden y la Claridad • Habilidad para elaboración de cálculos numéricos. • Capacidad de elaborar informes oportunos para la toma de decisiones.	
e. Destrezas • Manejo Microsoft Office, (Excel) • Conocimientos de administración de bodega e inventario. • Poseer licencia tipo B, saber conducir. • Inglés básico.	
Funciones del Cargo	
• Mantener stock de bienes de consumo en bodega de mercadería de la unidad, con el fin de tener los productos necesarios para el funcionamiento de la empresa. • Colaborar con la cotización de los productos, para su posterior adquisición según necesidades. • Elaboración de informes del control de inventarios. • Encargado de la codificación y registro de los productos que ingresan a la empresa. • Elaboración de la programación mensual de las adquisiciones para la dotación de la empresa. • Supervisar la clasificación y organización de la mercadería. • Supervisar los niveles de existencia de inventario establecidos. • Realizar reportes diarios de entrada y salida de inventarios. • Emite y archiva requisiciones de mercancías, requisiciones de compra, guías de despacho y órdenes de entrega.	

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

6.9.3.8. Perfil y Funciones Auxiliar de Bodega

	Denominación del Cargo
Auxiliar de Bodega	

Objetivo del Cargo
Recepción de la mercadería que proviene de los diferentes proveedores, almacenaje, empaçado, despacho, mantener en orden y aseo de bodega.

Requerimientos Académicos y Experiencia Laboral
a. Nivel académico • Título de bachiller en Ciencias Administrativas o afines. b. Experiencia laboral No es necesario. c. Edad / Sexo • De 20 a 28 años de edad • Masculino d. Habilidades • Capaz de trabajar en equipo. • Capacidad de mantener el orden su espacio de trabajo • Capacidad de cargar objetos pesados e. Destrezas • Conocimientos básicos manejo Microsoft Office, (Excel) • Conocimientos básicos de administración de bodega e inventario.

Funciones del Cargo
• Recepción de la mercadería. • Descarga la mercadería del camión a las bodegas de la empresa. • Desempacar la mercadería. • Constar que la mercadería se encuentre en buen estado. • Comparar que la mercadería este de acuerdo con la factura. • Almacenar la mercadería. • Codificar los productos de acuerdo al a línea que pertenece el producto. • Constatar de la existencia del producto para su venta. • Empacar el pedido con sus respectivos sellos. • Mantener limpia y en orden la bodega.

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

6.10. Establecimiento de Objetivos AMBAGRO S.A.

AMBAGRO S.A. Empresa dedicada a la comercialización de productos agroquímico cuenta con los siguientes objetivos empresariales que a su vez nos permiten determinar la misión y visión de la empresa.

6.10.1. Objetivo General AMBAGRO S.A.

Ser la empresa líder en el mercado nacional, mediante la adquisición de productos agroquímicos que por su calidad y precio sean competitivos, satisfaciendo las necesidades y expectativas de nuestros clientes, apuntando la mejora continua, atreves de todos los integrantes de la empresa.

6.10.2. Objetivos Específicos AMBAGRO S.A.

- Dar la respuesta oportuna y ágil a nuestros clientes, mediante la entrega oportuna de los productos a nuestros clientes.
- Brindar servicio técnico de calidad.
- Cumplir con los requerimientos y compromisos legales.
- Lograr la mayor participación en el mercado nacional.
- Mejorar la capacidad y el bienestar de nuestros empleados.

6.10.3. Misión AMBAGRO S.A.

AMBAGRO S. A., tiene como misión “Brindar productos agroquímicos de calidad y confiabilidad, que satisfagan y cubran las preferencias de los clientes, en calidad, precio y tiempo de entrega, además el cuidado del medio ambiente en todos sus procesos.”.

Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

6.10.4. Visión AMBAGRO S.A.

AMBAGRO S. A., tiene como visión “Ser reconocidos como una de las empresas líderes del sector Agroquímico; comercializando los mejores productos de calidad en el mercado a nivel local y nacional”.

Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

6.11. Identificación de Eventos AMBAGRO S.A.

En AMBAGRO S.A., se establece un análisis FODA donde se han identificado los eventos internos y externos que visualizan la calidad de los productos, la legalización de la distribución de la mercadería permitiendo ocupar un nicho de mercado que da experiencia a esta empresa, frente a las debilidades de no tener claro los procesos que implica la vida de esta empresa, es así que se detalla a continuación el FODA.

6.11.1 Matriz FODA AMBAGRO S.A.

FACTORES EXTERNOS	FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
		F1. Excelente calidad de los productos. F2. Capacidad para mantener estabilidad de precios. F3. Están legamente constituidos y con sus respectivos permisos de funcionamiento. F4. Diferentes formas y presentaciones de los productos que satisfacen las necesidades de los clientes.	D1. No cuentan un manual de control interno. D2. Talento humano con poca capacitación. D3. Alargamiento de plazos de cobro a los clientes. D4. La empresa no cuenta con publicidad en los diferentes medios de comunicación.
OPORTUNIDADES O1. Aparición de nuevos mercados a Nivel Nacional. O2. Alianzas estratégicas con los proveedores. O3. Cursos de entrenamiento para la capacitación de los trabajadores. O4. Publicidad a bajo costo en internet.		FO (Maxi – Maxi) F2/O1 Mantener la estabilidad de precios para conquistar los nuevos mercados que van apareciendo a nivel nacional. F1/ O2 Realizar alianzas estratégicas con los proveedores las mismas que permitan obtener productos de la más alta calidad del mercado.	DO (Mini – Maxi) D2/O3 Brindar capacitaciones constantes al talento humano de la empresa para que adquieran nuevos conocimientos que beneficien a la empresa. D4/O4 Realizar la actualización de la página web de la empresa, crear cuentas en las redes sociales más populares para dar a conocer los productos.
AMENAZAS A1. Competencia desleal por la disminuyendo los precios de los productos. A2. Acuerdos internacionales que incrementen el costo de las importaciones. A3. Presión tributaria pago de impuestos. A4. Constante incremento de los fletes de importaciones.		FA (Maxi – Mini) F1/A1 Mantener la calidad de los productos para competir con la competencia desleal. F2/A4 Realizar acuerdos que ayuden a disminuir el costo de fletes para poder mantener la estabilidad de precios.	DA (Mini – Mini) D2/A2 Capacitar al talento humano para que obtengan los conocimientos necesarios para competir en contra de la competencia desleal. D3/ A4 Realizar convenios de pagos convenientes para los clientes de esta manera poder cubrir el pago de impuestos.

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

6.12. Evaluación de Riesgos AMBAGRO S.A.

En el componente de evaluación de riesgos se realiza un análisis de los eventos los mismos que permiten detectar, identificar los riesgos que perjudican a la empresa en su desarrollo del cumplimiento de sus objetivos establecidos por AMBAGRO S.A., afectando también a cada uno de los procesos de las diferentes operaciones que realiza la empresa.

A continuación las herramientas de control que serán aplicadas para identificación del riesgo:

Matriz de Nivel de Riesgo

Para la evaluación de riesgos de la empresa AMBAGRO S.A., se recomienda la utilización, de la matriz de nivel de riesgos proporcionada por SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria), la misma que ha sido adaptada para nuestras necesidades, la misma que permitirá registrar, cuantificar, los riesgos relevantes que existan dentro de la empresa.

Grafico 6.6 Nivel de Riesgo

NIVEL DE RIESGO	DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN
Riesgo Crítico	Requiere acciones inmediatas por parte del Consejo de Administración y la Gerencia General	66 100
Riesgo Alto	Requiere atención por parte del Consejo de Administración y la Gerencia General	46 65
Riesgo Medio	Requiere atención de mandos medios	26 45
Riesgo Bajo	Se administran con procedimientos rutinarios	1 25

Fuente: SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria)

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

Nivel de Impacto

Representa el nivel de afectación que podría tener la empresa de acuerdo al hallazgo que se ha identificado, se escoge el valor entre 1 y 10 siendo 1 el menor impacto y 10 el mayor impacto.

Grafico 6.7 Nivel de Impacto

NIVEL DE IMPACTO			DESCRIPCIÓN
Catastrófico	+	10	Los hallazgos identificados representa una grave pérdida, de difícil recuperación los mismos que si no son tomados los debidos correctivos a tiempo, terminará liquidando a la empresa
	-	9	
Crítico	+	8	Los hallazgos encontrados representa debilidad en los procesos que viene manejando la empresa, los mismos que afectan directamente al funcionamiento normal de la empresa con altas pérdidas financieras.
	-	7	
Moderado	+	6	Los hallazgos encontrados representa una debilidad modera en los procesos que maneja la empresa lo que que provoca una perdida financiera moderada.
	-	5	
Menor	+	4	Los hallazgos encontrados representan una debilidad menor en los procesos que maneja la empresa y con poco perdida financiera.
	-	3	
Insignificante	+	2	Los hallazgos encontrados tienen muy poco repercusión en los procesos que maneja la empresa.
	-	1	

Fuente: SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria)

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lisette

Cuestionario de Control Interno:

Para la evaluación de los riesgos de la empresa AMBAGRO S.A. se recomienda la utilización del siguiente cuestionario de Control Interno el mismo que está basado en los componentes del Modelo COSO II, el que va a permitir obtener la información de manera oportuna ayudando así a que se pueda tomar los correctivos necesarios.

6.12.1 Aplicación de la Evaluación del Riesgo Adquisición

 AMBAGRO S.A. CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO CA. 1													
ADQUISICIONES													
Objetivo: Determinar el riesgo existente en el proceso de Adquisición													
N.	PREGUNTAS	Siempre	Casi Siempre	Casi Nunca	Nunca	Diario	Semanal	Mensual	Trimestral	Anual	Ponderación	Calificación	
1	¿El área cuenta con un manual de procedimientos que especifique el proceso de adquisiciones?				x						10	7	
2	¿Están bien definidas las funciones de cada integrante del área?				x						10	7	
3	¿La empresa capacita al personal?			x							10	7	
4	¿Existe un control presupuestario de las adquisiciones?									x	10	7	
5	¿Existe un catálogo de proveedores?				x						10	7	
6	¿Existe política de pagos a los proveedores?				x						10	7	
7	¿Seleccionan a los proveedores antes de la negociación?		x								10	4	
8	¿El área cerciora que los proveedores seleccionados brindan mejor calidad, precios, tiempo de entrega, etc.?		x								10	4	
9	¿Se emite solicitudes de compra?			x							10	7	
10	¿Se comunica con tiempo sobre las necesidades de mercadería?			x							10	7	
TOTAL CALIFICACION											64		

Elaborado por: Sánchez, Lissette

 AMBAGRO S.A. CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO ADQUISICIONES C.A.2													
Objetivo: Determinar el riesgo existente en el proceso de Adquisición													
N.	PREGUNTAS	Siempre	Casi Siempre	Casi Nunca	Nunca	Diario	Semanal	Mensual	Trimestral	Anual	Ponderación	Calificación	
11	¿Las órdenes de compra son aprobadas por algún nivel jerárquico?			x							10	7	
12	¿Se realizan cotizaciones de la mercadería?			x							10	7	
13	¿Existe controles adecuados para salvaguardar que se hagan compras excesivas?			x							10	7	
14	¿Se cotejan al momento de la recepción las unidades registradas en la factura con las pedidas y las recibidas?		x								10	4	
15	¿Las facturas de los proveedores se registran inmediatamente después de recibidas?		x								10	4	
16	¿La mercadería importada está asegurada desde el momento que salen del puerto?	x									10	1	
17	¿Se verifica la información de los datos que constan en la Declaración Aduana Única (DAU) y en la Declaración Andina de Valores (DAV)?		x								10	4	
18	¿Se revisa el ingreso de existencias y la valoración en el sistema de inventarios?							x			10	7	
19	¿Existe un documento que respalde que respalde la recepción de mercadería a bodega?			x							10	7	
20	¿Se realiza inventario físico al cierre?			x							10	7	
TOTAL CALIFICACION												55	

Elaborado por: Sánchez, Lissette

Grafico 6.8 Nivel de Riesgo Adquisición

NIVEL DE RIESGO	DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN
Riesgo Crítico	Requiere acciones inmediatas por parte del Consejo de Administración y la Gerencia General	66 100
Riesgo Alto	Requiere atención por parte del Consejo de Administración y la Gerencia General	46 65
Riesgo Medio	Requiere atención de mandos medios	26 45
Riesgo Bajo	Se administran con procedimientos rutinarios	1 25

Fuente: SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria)

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

Evaluación de Riesgo Adquisición

DETALLE	SUMA	NIVEL DE RIESGO=	$\frac{\text{TOTAL PONDERADO}}{\text{TOTAL CALIFICACION}} \times 100$
C.A.1	64		
C.A.2	55		
	119		
50% de la suma total = 60		NIVEL DE RIESGO=	$\frac{60}{100} \times 100$
		NIVEL DE RIESGO=	60%

Análisis del Nivel de Riesgo y Confianza

El nivel de riesgo es del 60% es decir que el riesgo es Alto debido a que no se encuentran adecuadamente definidos los procesos de control de la actividad. Mientras que el nivel de confianza es media en un 40% debido a que la empresa considera que los procesos actuales de control son los más adecuados.

6.12.2 Aplicación de la Evaluación del Riesgo Comercialización

 AMBAGRO S.A. CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO CC. 1													
COMERCIALIZACIÓN													
Objetivo: Determinar el riesgo existente en el proceso de Comercialización													
N.	PREGUNTAS	Siempre	Casi Siempre	Casi Nunca	Nunca	Diario	Semanal	Mensual	Semestral	Anual	Ponderación	Calificación	
1	¿El área cuenta con un manual de procedimientos que especifique el proceso de adquisiciones?				x						10	7	
2	¿Están bien definidas las funciones de cada integrante del área?				x						10	7	
3	¿La empresa capacita al personal de forma periódica?			x							10	8	
4	¿Existe una base de datos de clientes actualizados?			x							10	7	
5	¿Existe una tabla de fijación de precios para los productos a comercializar?			x							10	7	
6	¿Existe políticas de ventas a crédito?			x							10	7	
7	¿Existe políticas de descuento para mercadería?			x							10	7	
8	¿La venta es personalizada según la necesidad de cada cliente?		x								10	2	
9	¿Se elabora orden de pedido?			x							10	7	
10	¿Se elabora la factura proforma para enviar al cliente?		x								10	2	
TOTAL CALIFICACION												61	

Elaborado por: Sánchez, Lissette

 AMBAGRO S.A. CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO COMERCIALIZACIÓN CC. 2													
Objetivo: Determinar el riesgo existente en el proceso de Comercialización													
N.	PREGUNTAS	Siempre	Casi Siempre	Casi Nunca	Nunca	Diario	Semanal	Mensual	Trimestral	Anual	Ponderación	Calificación	
11	¿Se negocia con el cliente el plazo de pago?		x								10	5	
12	¿Realiza la revisión de existencia de mercadería disponible para la venta?			x							10	8	
13	¿Planifica la venta según el tiempo pactado con el cliente?			x							10	8	
14	¿Existe controles adecuados para salvaguardar la escasez de mercadería para la venta?			x							10	8	
15	¿Cotejan la orden de pedido, con el inventario físico y la factura final?			x							10	7	
16	¿La Factura se elabora de acuerdo a la Orden de pedido?		x								10	4	
17	¿La mercadería cuenta con los sellos de seguridad, permisos de necesarios para ser transportados	x									10	2	
18	¿El vendedor es el encargado de entregar la mercadería al cliente?		x								10	4	
19	¿Se obtiene comprobantes de que los clientes hayan recibido la mercadería que se les envía?		x								10	4	
20	¿Se revisa la salida de las existencias y la valoración en el sistema de inventarios de forma permanente?							x			10	9	
TOTAL CALIFICACION												59	

Elaborado por: Sánchez, Lissette

Grafico 6.9 Nivel de Riesgo Comercialización

NIVEL DE RIESGO	DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN
Riesgo Crítico	Requiere acciones inmediatas por parte del Consejo de Administración y la Gerencia General	66 100
Riesgo Alto	Requiere atención por parte del Consejo de Administración y la Gerencia General	46 65
Riesgo Medio	Requiere atención de mandos medios	26 45
Riesgo Bajo	Se administran con procedimientos rutinarios	1 25

Fuente: SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria)

Elaborado por: SÁNCHEZ, Lissette

Evaluación de Riesgo Comercialización

DETALLE	SUMA	NIVEL DE RIESGO=	$\frac{\text{TOTAL PONDERADO}}{\text{TOTAL CALIFICACION}} \times 100$
C.C.1	61		
C.C.2	59		
	120		
50% de la suma total = 60		NIVEL DE RIESGO=	$\frac{60}{100} \times 100$
		NIVEL DE RIESGO=	60%

Análisis de Nivel de Riesgo y Confianza

El nivel de riesgo de control es del 60%, según los hallazgos encontrados, el nivel de riesgo de control es alto debido a que no cuentan con procedimientos adecuados para el proceso de comercialización. Lo que nos da como resultado que el nivel de confianza sea media con un 40% debido a que la empresa ha considerado que cuenta con los procesos más adecuados.

6.13. Respuesta al riesgo AMBAGRO S.A.

Una vez realizada la evaluación del riesgo de la empresa, podemos identificar cual es la respuesta adecuada que debe tomar para mejorar sus operaciones, la opción que decida la empresa será en base a los procesos que estarán dirigidos directamente a los encargados de cada área para reducir el riesgo y aumentar la confianza.

En el presente caso la Gerencia de AMBAGRO S.A., es quien debe tomar acciones correctivas que le ayuden a encontrar posibles respuestas que le ayuden a compartir, mitigar y evitar los riesgos en los procesos de adquisición y comercialización.

- a. **Evitar:** Este supone salir o cesar actividades que generen riesgo.
- b. **Reducir:** Implica realizar actividades que minimicen la probabilidad y el impacto del riesgo o ambos conceptos a la vez.
- c. **Compartir:** Significa trasladar total o parcialmente el riesgo, a través de operaciones de cobertura.
- d. **Acepta:** no realiza ninguna acción que afecte a la probabilidad o impacto de riesgo.

AMBAGRO S.A. como respuesta al riesgo es reducirlo, es por eso que se realizan recomendaciones que ayuden a minimizar el riesgo existen en la actualidad dentro de la empresa.

Conclusión Proceso de Adquisición:

Se ha llegado a la conclusión después de haber aplicado el cuestionario se ha podido determinar que en la empresa que la empresa no dispone de lineamientos claramente estructurados dentro del área de adquisición lo que ha ocasionado que no cuente con las funciones claramente distribuidas para cada uno de los colaboradores, así también como sus responsabilidades.

Recomendación N. 1 Asistente de Adquisiciones.

- Elaborar flujogramas de funciones definidas para cada uno de los procesos que implica al momento de realizar la adquisición.
- Realizar Manuales que establezcan las funciones y responsabilidades de cada uno de sus colaboradores.

Recomendación N. 2 Dirigida al Jefe de Adquisiciones.

- Socializar los flujogramas y las funciones de cada uno de los implicados al momento de realizar la adquisición de productos.
- Controlar y Evaluar el cumplimiento de la aplicación del manual, proponer cambios para la mejor estructura de los mismos.

Conclusión Proceso de Comercialización:

Una vez obtenidos los resultados de la aplicación del cuestionario para el área de comercialización, se puede concluir que el área no cuenta con políticas de

comercialización de los productos, por lo que no cuenta con una proyección mensual de ventas que ayuden a establecer metas para los vendedores.

Recomendación N. 1 Dirigida al Jefe de Comercialización.

- Elaborar proyección mensual de ventas, con una proyección anual con el fin de orientar en las metas que deben cumplir con respecto a la comercialización de los productos.
- Elaborar la ruta de clientes que cada uno de los vendedores debe visitar.

Recomendación N. 2 Asistente de Comercialización

- Revisar proyección mensual de ventas, mantener actualizados a los vendedores las metas que deben cumplir.
1. Monitorear a los vendedores las rutas que deben cumplir.

6.14. Actividades de Control AMBAGRO S.A.

En AMBAGRO S.A., se establecen políticas, procedimientos que se desarrollan tomando en cuenta las actividades de cada una de las Áreas tanto de Adquisición, Comercialización y Bodega.

	AMBAGRO S.A.
ÁREA: ADQUISICIONES (COMPRAS)	
PROCESO: ADQUISICIONES – IMPORTACIONES	
El Área de Adquisiciones tiene como finalidad adquirir los mejores productos agroquímicos en relación en sus precios, calidad con las mejores condiciones de entrega y pagos. Objetivo: Proporcionar una guía a la Gerencia General, jefaturas, nivel operativo de AMBAGRO S.A., en la manera de como solicitar los productos necesarios para el desarrollo de la empresa. Políticas: 1. El Gerente General, los responsables de las áreas de Contabilidad y Adquisiciones son los responsables de preparar el Plan de Compras mensuales, con proyección anual, con la finalidad de orientar a la Jefatura de Adquisiciones en la planificación oportuna de las compras, para buscar las mejores opciones de proveedores. En el Plan de Compras deberá incluir el Presupuesto General de la empresa el mismo que deberá estar legalmente autorizado. 2. El Plan de compra debe estar directamente relacionado con los máximos y mínimos del stock de bodega, el mismo que deberá ser revisado trimestralmente por el Gerente General, los responsables de las áreas de Contabilidad, Adquisiciones y Bodega, para evaluar la razonabilidad de las órdenes de reposición de bodega.	



AMBAGRO S.A.

ÁREA: ADQUISICIONES (COMPRAS)

PROCESO: ADQUISICIONES – IMPORTACIONES

3. El Área de Bodega tendrá la responsabilidad de mantener actualizada la información de la rotación de inventarios, para que en base a los mismos se puedan elaborar las solicitudes de compras de manera oportuna.
4. Las compras de los productos agroquímicos, se realizará de manera centralizada al Área de Adquisiciones ninguna otra área está autorizada a realizar compras a nombre de la empresa.
5. Para todas las adquisiciones de cualquier monto deberán ser autorizadas por el Jefe de Adquisiciones y por el Gerente General, y en caso de no encontrarse uno de ellos lo hará el Contador.
6. Para la elección, comunicación y negociaciones con los proveedores será directamente con el Área de adquisiciones, para la aprobación de las mismas será por parte del Gerente General.
7. Poseer un Catálogo de cada uno de los proveedores, el mismo que deberá estar detallada, actualiza la información necesaria del proveedor, así también de cada uno de los productos que ofrece, de esta manera se facilitará el proceso de compras con la optimización del tiempo.
8. Se deberá obtener tres cotizaciones de compra por lo menos las mismas que deberán contener (el precio, la descripción, el tiempo de entrega, la forma de pago del producto) para poder establecer los parámetros de negociación es importante que los documentos sean los originales y se encuentren en buen estado. La cotización después de ser aprobada deberá ser firmada por el Gerente General, los responsables de las áreas de Contabilidad y Adquisiciones.
9. Es importante entender que los productos que ya han pasado por el proceso de tres cotizaciones, no es necesario solicitar nuevamente, solo en caso que haya pasado mucho tiempo desde la última compra.
10. La clave de acceso al Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), será única mente manejado por el Jefe de Adquisiciones.

**AMBAGRO S.A.****ÁREA: ADQUISICIONES (COMPRAS)****PROCESO: ADQUISICIONES – IMPORTACIONES**

11. El Área de Adquisiciones deberá monitorear el mercado de manera eventual la variación de precios para renegociar los precios o realizar el cambio de proveedor que convenga más a la economía de la empresa sin afectar la calidad de los productos.
12. En caso de tener inconformidad con el proveedor se lo realizara de forma escrita detallando el motivo o los motivos para que exista constancia de la inconformidad.
13. Los precios y plazos de pago deberán ser negociados de acuerdo con las necesidades y tomando en cuenta la situación en la que se encuentra la empresa. Todos los pagos dados por la importación se realizarán mediante cheques, mientras que el pago al proveedor será por medio de una transferencia.
14. Toda intención de compra nace de la necesidad la misma que se ve reflejada en la orden de compra, los mismos que deberán contener las especificaciones técnicas, físicas, si no cumple con los mismo no se podrá dar trámite que corresponda.
15. Toda adquisición de productos agroquímicos, deberán ser ingresados directamente al inventario de bodega, para después ser comercializados.



AMBAGRO S.A.

ÁREA: ADQUISICIONES O COMPRAS

PROCESO: ADQUISICIONES – IMPORTACIONES

Procedimiento Descriptivo:

En el siguiente cuadro se detallan las actividades de las adquisiciones con sus responsable.

N.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD
1.	Jefe de Bodega	1.1. Verificación de existencias mínimas y máximas. 1.2. Elabora notificación de faltantes
2.	Asistente Adquisiciones	2.1. Recibe notificación de faltantes 2.2. Envía notificación de faltantes Gerente General
3.	Gerente General	3.1. Negociación con el proveedores (extranjero) 3.2. Recibe Notificación Vía Mail
4.	Jefe de Adquisiciones	4.1 Emite orden de compra
5.	Gerente General	5.1. Recibe orden de compra 5.2. Aprueba la orden o la desaprueba si no cumple los requerimientos
6.	Asistente Adquisiciones	6.1. Envía orden de compra al proveedor 6.2. Recepción de la factura proforma 6.3. Aplicación de seguro de transporte 6.4. Notificación de embarque de mercadería 6.5. Notificación de la mercadería llega al Puerto
7.	Contabilidad	7.1. Recibe solicitud de cancelación de Flete 7.2. Se emite el pago
8.	Asistente Adquisiciones	8.1. Notificación al agente de Aduana
9.	Contabilidad	9.1. Recibe solicitud de pago de impuestos 9.2. Se emite el pago
10.	Asistente Adquisiciones	10.1 Recepción de Documentación Original 10.2 Se envía documentación Original a Bodega 10.3 se envía las copias de la documentación a Contabilidad
11.	Contabilidad	11.1 Realiza la liquidación en Compra

Elaborado por: Sánchez, Lissette

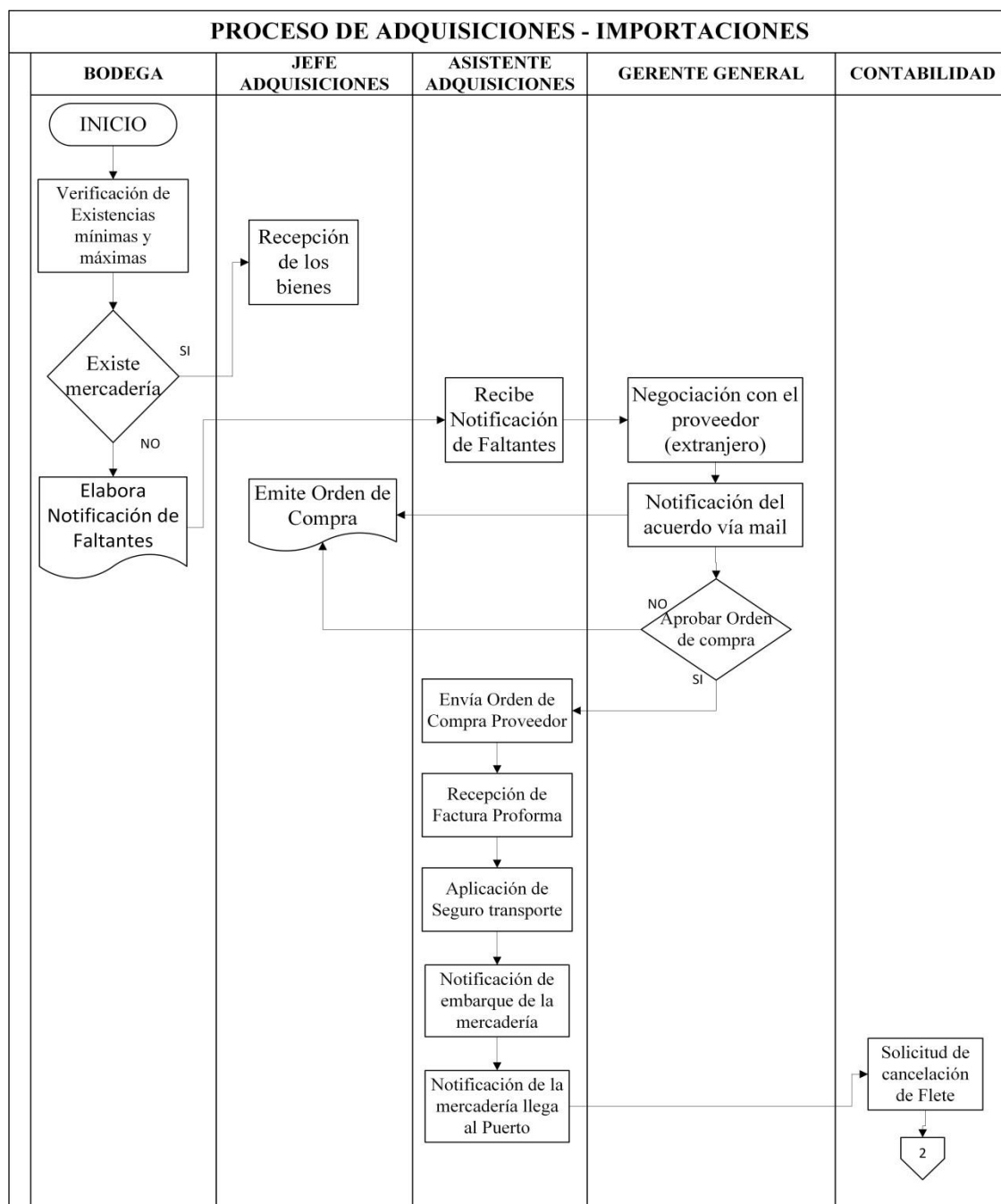


AMBAGRO S.A.

ÁREA: ADQUISICIONES O COMPRAS

PROCESO: ADQUISICIONES – IMPORTACIONES

Procedimiento Gráfico:



Elaborado por: Sánchez, Lissette

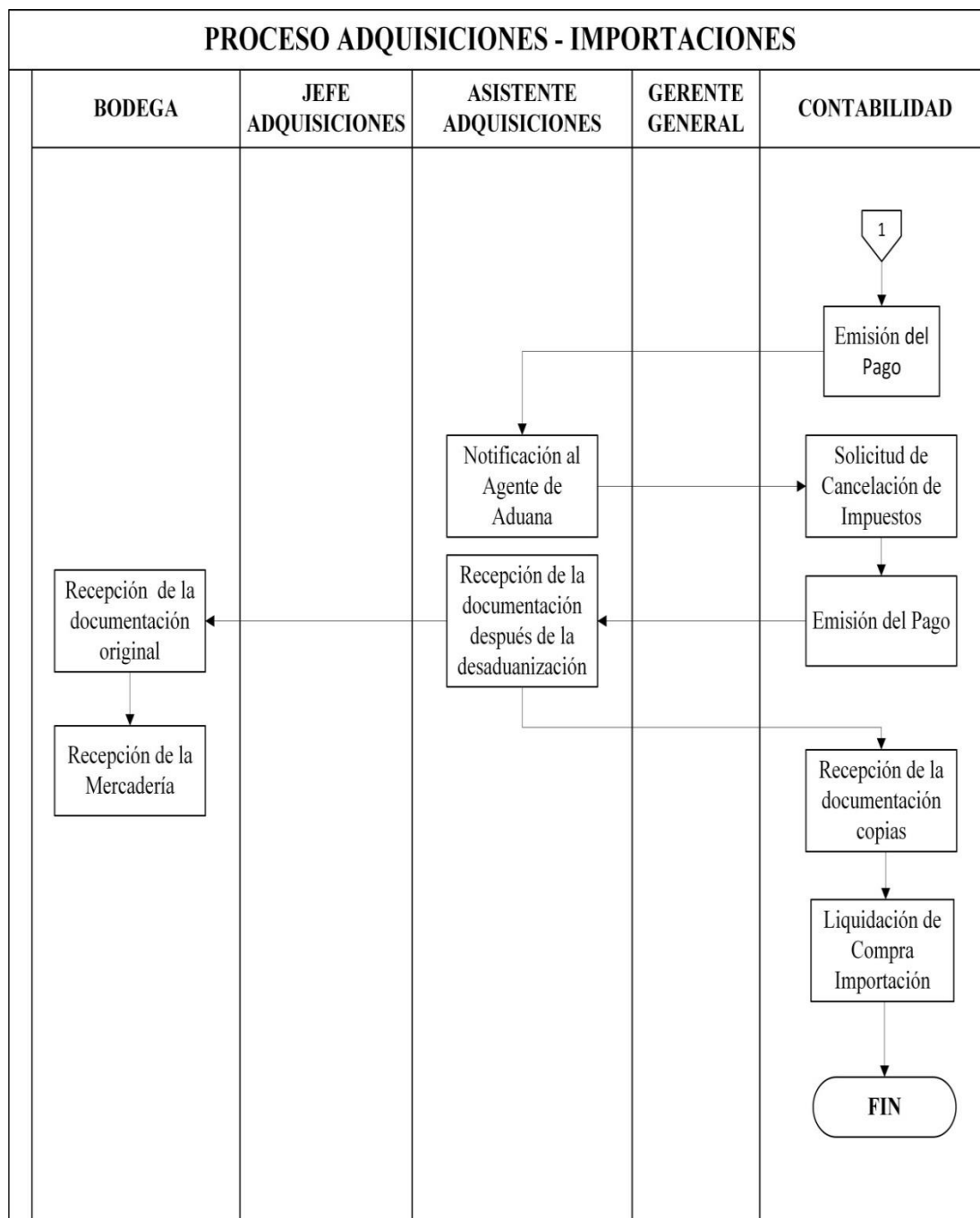


AMBAGRO S.A.

ÁREA: ADQUISICIONES O COMPRAS

PROCESO: ADQUISICIONES – IMPORTACIONES

Procedimiento Gráfico:



Elaborado por: Sánchez, Lissette



AMBAGRO S.A.

ÁREA: ADQUISICIONES (COMPRAS)

SUB - PROCESO: IMPORTACIONES

Tiene como finalidad conocer los procesos de importación la adquisición de los mejores productos agroquímicos.

Objetivo:

Servir como un instrumento guía para los usuarios que necesiten efectuar importaciones, el trámite que deben realizar ante las entidades del Estado, los documentos necesarios y los pasos que deben seguir.

Documentación:

Nota de Pedido (NP)

En este documento se formula el pedido al proveedor, el mismo que contendrá todas las especificaciones necesarias de los productos a importar, será elaborado por el asistente de adquisiciones el mismo que será aprobado tanto por el Jefe de Adquisiciones y el Gerente General de AMBAGRO S.A.

El documento original se quera en el archivo del Área de Adquisiciones con el mismo se crea la carpeta de importaciones. la copia se la hará llegar al proveedor.

Declaración Aduanera (DAU)

Documento por medio del cual se informa a la Aduana el detalle de la mercadería que van a ser nacionalizadas, atreves de un formulario el mismo que contiene la información del importador, medio de transporte, entre otras.

DAU es elaborado por Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE).

El DAU se enviará electrónicamente por medio de SICE el mismo que será presentado físicamente en el Distrito de llegada de bienes, adjuntando los siguientes documentos que son exigidos por la Ley Orgánica de Aduanas.

- Documento de Transporte (original y copia)
- Declaración Andina de Valor (DAV)
- Póliza de Seguros
- Factura Comercial



AMBAGRO S.A.

ÁREA: ADQUISICIONES (COMPRAS)

SUB - PROCESO: IMPORTACIONES

Declaración Andina de Valor (DAV)

DAV es el documento soporte de la declaración en la aduana de los bienes que son importados, el mismo que debe contener varios elementos de información, en el mismo se indicara el precio facturado, si existe la vinculación de la empresa con el proveedor extranjero.

El presente documento es elaborado por (CAE)

Cupón CORPEI de Importación

CORPEI Corporación de Promociones de Exportaciones e Importaciones este documento se obliga la aportación para las importaciones de los bienes al presentar la reliquidación de los tributos en la declaración única aduanera; el pago se lo realizará en las instituciones financieras autorizadas por (CAE) el mismo que servirá para la reducción aduanera de impuestos.

LEXI es la Ley de comercio Exterior e Inversiones es el encargado de determinar el valor de la aportación correspondiente al 0.25 por mil sobre el valor FOB de las importaciones, excepto para las importaciones menores a \$20.000,00 dólares americanos para las que se han establecido \$5,00 dólares americanos.

Factura Proveedor

En este documento se emite por el proveedor Extranjero en el mismo que se reflejara toda la información de la venta de la mercadería, en el mismo que se reflejara el costo del mismo.

Póliza de Seguros

La póliza de Seguros es un contrato entre el asegurado y la Compañía de Seguros la misma que debe estar radica dentro del Ecuador, donde se establecen derechos y obligaciones que deben cumplir las dos partes, en caso de las importaciones el riesgo que cubre la compañía de Seguros será durante el transporte de la mercadería es decir de bodega a bodega.

Nota:

Todos los documentos utilizados los originales se entregan a bodega para su respectiva revisión de la importación, las copias se las entregara al Área de adquisiciones y contabilidad para sus respectivos procesos.



AMBAGRO S.A.

ÁREA: ADQUISICIONES (COMPRAS)

SUB - PROCESO: IMPORTACIONES

Procedimiento Descriptivo:

En el siguiente cuadro se detallan las actividades de las importaciones de los productos agroquímicos.

1.	Nota de pedido	Emite el cliente, y se le hace llegar al proveedor una vez realizada la negociación.
2.	Factura Proforma	El proveedor emite la factura proforma que se le hace llegar al cliente.
3.	Aplicación del Seguro	La factura proforma permite realizar la aplicación del seguro.
4.	Aviso de Embarque	El proveedor notifica el Embarque de la mercadería.
5.	Aviso de Llegada	Una vez que la mercadería ha llegado a su destino el embarcador notifica al cliente.
6.	Pago a la línea Naviera	Se cancela el flete en caso de que el cliente asuma este.
7.	Desaduanización	Proceso que lo efectúa el Agente de Aduana y que concluye con la entrega la mercancía al cliente.
8.	Liquidación de la Importación	Se distribuyen los costos totales finales de la importación en que se incurrieron durante el proceso.

Elaborado por: Sánchez, Lissette

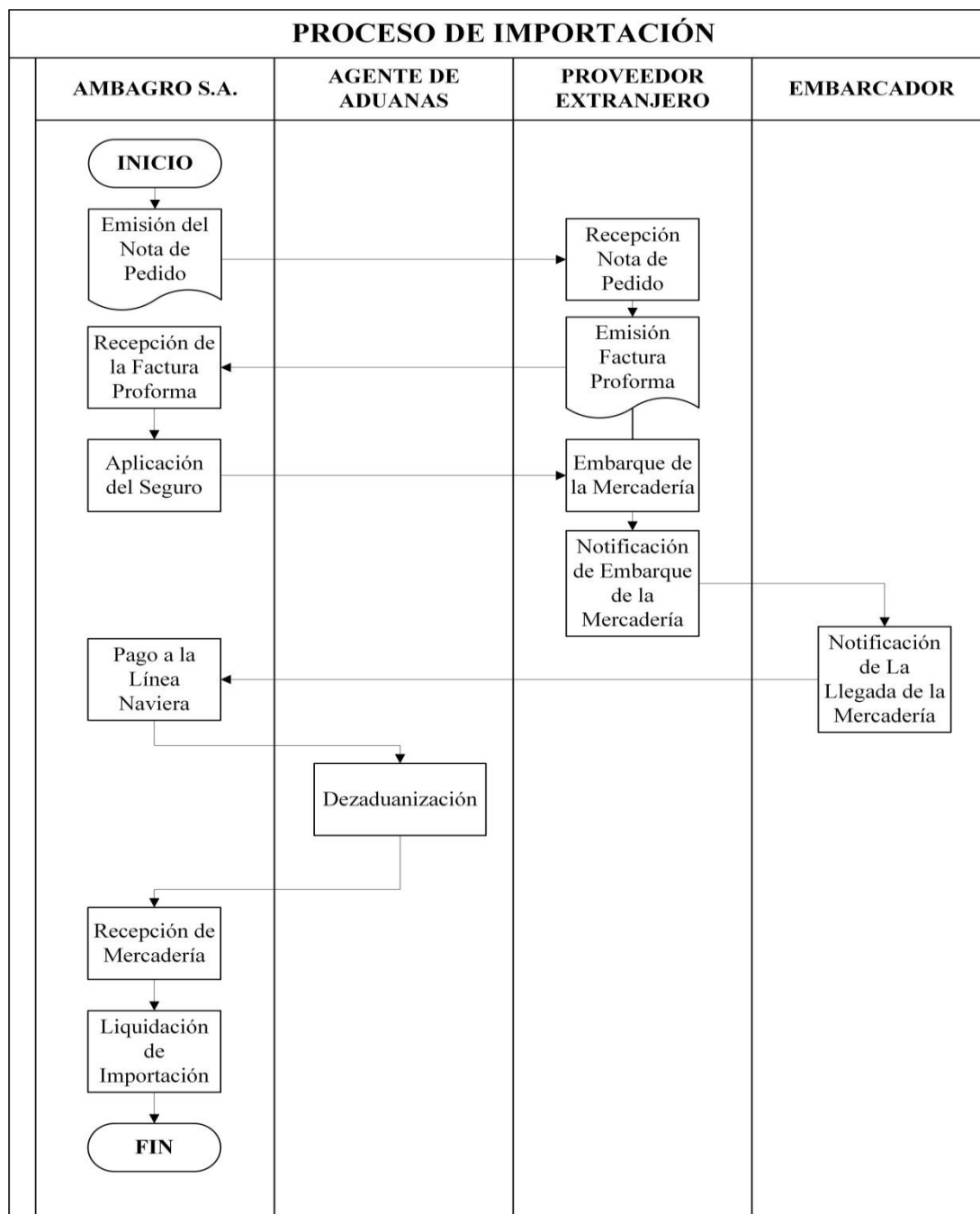


AMBAGRO S.A.

ÁREA: ADQUISICIONES (COMPRAS)

SUB - PROCESO: IMPORTACIONES

Procedimiento Gráfico:



Elaborado por: Sánchez, Lissette



AMBAGRO S.A.

ÁREA: BODEGA

PROCESO: ALMACENAMIENTO

El correcto proceso para el ingreso y salida de productos agroquímicos de la bodega de la empresa “AMBAGRO S.A.”, determinara la valoración confiable de los inventarios de las existencias mínimas y máximas de los mismos.

Objetivo

Proporcionar información actualizada que sirva como guía a las demás áreas para el correcto desarrollo de sus actividades de los productos que ingresan y salen de bodega.

Políticas

1. El Jefe de Bodega será el responsable de recibir la adquisición e importación el mismo que recibirá la documentación original del proceso.
2. Toda la mercadería que ingrese a Bodega deberá ser sometidas a revisión y verificación de acuerdo con la Orden de Compra y las especificaciones establecidas como cantidad, características de producto, de esta manera serán legalizadas.
3. La mercadería adquirida por la empresa será únicamente recibida por los responsables de Bodega para ser ingresadas a la bodega y a sus registros.
4. Bodega deberá notificar de manera escrita a al encargado de Adquisiciones en caso de haber anomalías en los productos que se están recibiendo para que a su vez realicen el procedimiento necesario de devolución de mercadería al Proveedor.
5. Bodega al recibir la mercadería de manera satisfactoria sin ninguna eventualidad por parte del Proveedor, firmará de conformidad en la factura de compra, la misma que será respaldada por medio de una Acta de Entrega y Recepción.
6. El jefe de bodega es el encargado de registrar las entradas y salidas de inventarios, el mismo que deberá estar actualizado el momento que exista una adquisición o comercialización.

		
AMBAGRO S.A.		
ÁREA: BODEGA		
PROCESO: ALMACENAMIENTO		
Proceso Descriptivo A continuación, se describe los procedimientos del Área de Bodega para el correcto almacenamiento de los productos.		
N.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD
1.	Asistente de Adquisiciones	1.1. Emisión de documentación original de la adquisición.
2.	Jefe de Bodega	2.1. Recibe la documentación original de la importación. 2.2. Recibe la mercadería. 2.3. Validación del Pedido. 2.4. Si está conforme, firma de conformidad en el documento de respaldo. 2.5. Si no está de acuerdo, notifica al Jefe de adquisiciones para que procesa al reclamo al proveedor.
3.	Adquisiciones	3.1. Notificación de la conformidad del pedido 3.2. Se recibe la documentación de conformidad firmada. 3.3. Se entrega la documentación que da soporte a la compra.
4.	Contabilidad	4.1. Recibe la documentación soporte 4.2. Registra la compra
5.	Jefe de Bodega	5.1. Ingreso de mercadería
6.	Asistente de Bodega	6.1. Codificación del producto 6.2. Colocación en percha correspondiente
Elaborado por: Sánchez, Lissette		

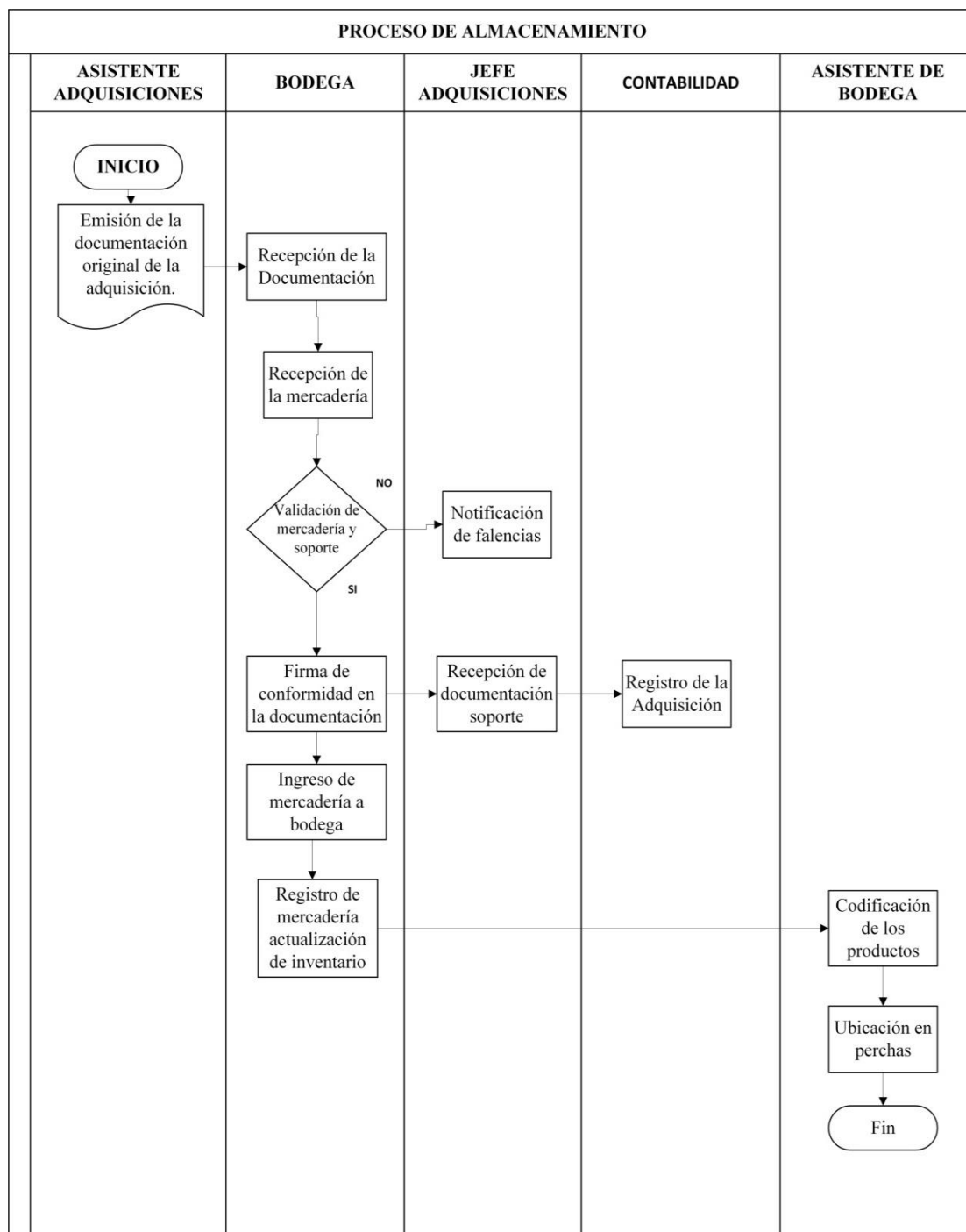


AMBAGRO S.A.

ÁREA: BODEGA

PROCESO: ALMACENAMIENTO

Procedimiento Gráfico:



Elaborado por: Sánchez, Lissette



AMBAGRO S.A.

ÁREA: COMERCIALIZACIÓN (VENTAS)

PROCESO: COMERCIALIZACIÓN

El Área de Comercialización tiene como finalidad brindar los mejores productos agroquímicos a nuestros clientes, ofreciendo la mejor calidad en los productos, con precios convenientes y plazos de pago convenientes para las dos partes.

Objetivo:

Proporcionar una guía a la Gerencia General, jefaturas, nivel operativo de AMBAGRO S.A., en la manera de como proporcionar correctamente el producto a nuestros clientes.

Políticas:

1. La Comercialización de los productos directamente a los clientes será encargada únicamente por los vendedores que visitaran a sus clientes directamente en sus almacenes.
2. El jefe de comercialización será el encargado de realizar una proyección mensual de ventas, con una proyección anual con el fin de orientar en las metas que deben cumplir con respecto a la comercialización de los productos.
3. Los planes de comercialización deben ir directamente ligados con las existencias mínimas y máximas del stock de bodega, los mismos que deben estar actualizados diariamente.
4. Poseer un catálogo de clientes en el que conste sus datos personales, como razón social, representante legal, correo, teléfonos, dirección entre otros.
5. Los precios y plazos de pago son emitidos por Contabilidad y Aprobados por Gerente General.
 - Ventas de \$ 500,00 tendrá un plazo de 15 días.
 - Ventas de \$ 1500.00 tendrá un plazo de 30 días.
 - Ventas de \$ 3000,00 tendrá un plazo de 60 días.
 - Ventas de \$ 3500,00 en adelante tendrá un plazo de 90 días.

	AMBAGRO S.A.
ÁREA: COMERCIALIZACIÓN (VENTAS)	
PROCESO: COMERCIALIZACIÓN	
6. El Área de Bodega tendrá la responsabilidad de mantener actualizada las existencias mínimas y máximas, emitir un informe actualizada para la entrega a los vendedores que conozcan las existencias que ofrecen a los clientes. 7. El vendedor contara con toda la documentación Original factura, retención, las mismas que serán entregadas directamente a los clientes. 8. Una vez que se entrega la mercadería deberá presentar las inconsistencias inmediatamente con el vendedor, después de ese tiempo establecido no se aceptaran devoluciones. 9. No existen cambios de productos por caducidad de los mismos. 10. El jefe de comercialización es el encargado de supervisar y monitorear a los vendedores con el cumplimiento de las metas en ventas.	



AMBAGRO S.A.

ÁREA: COMERCIALIZACIÓN O VENTAS

PROCESO: COMERCIALIZACIÓN

Proceso Descriptivo

A continuación, se describe los procedimientos del Área Comercialización para la correcta entrega de los productos a sus clientes.

N.	ENCARGADO	ACTIVIDAD
1.	Vendedor	1.1. Visita al cliente en su almacén con: - Lista de precios actualizada - Lista de productos disponibles para la venta - Plazo de pagos. 1.2. Llena la Nota de Pedido bajo las condiciones establecidas.
2.	Jefe Comercialización	2.1. Revisa la Nota de pedido 2.2. Envía la Nota de pedido a Gerencia
3.	Jefe de Comercialización	3.1. Recibe la Nota de pedido 3.2. Aprueba la Nota de pedido
4.	Bodega	5.1. Empaca el pedido. 5.2. Elabora Orden de Salida
5.	Contabilidad	5.1. Recibe Orden de Salida 5.2. Elabora Documentación - Factura - Retención - Guía de Remisión 5.3. Registra la Venta 5.4. Entrega la documentación soporte y autoriza el despacho de la mercadería. 5.5. Realiza el proceso de cobro 5.6. Registra el Pago
6.	Gerente General	6.1. Firma de documentación soporte de la Venta
7.	Bodega	7.1. Despacho de Mercadería
8.	Vendedor	8.1. Recibe la documentación soporte 8.2. Recibe la mercadería 8.3. Entrega al cliente 8.4. Entrega documentación (factura)

Elaborado por: Sánchez, Lissette

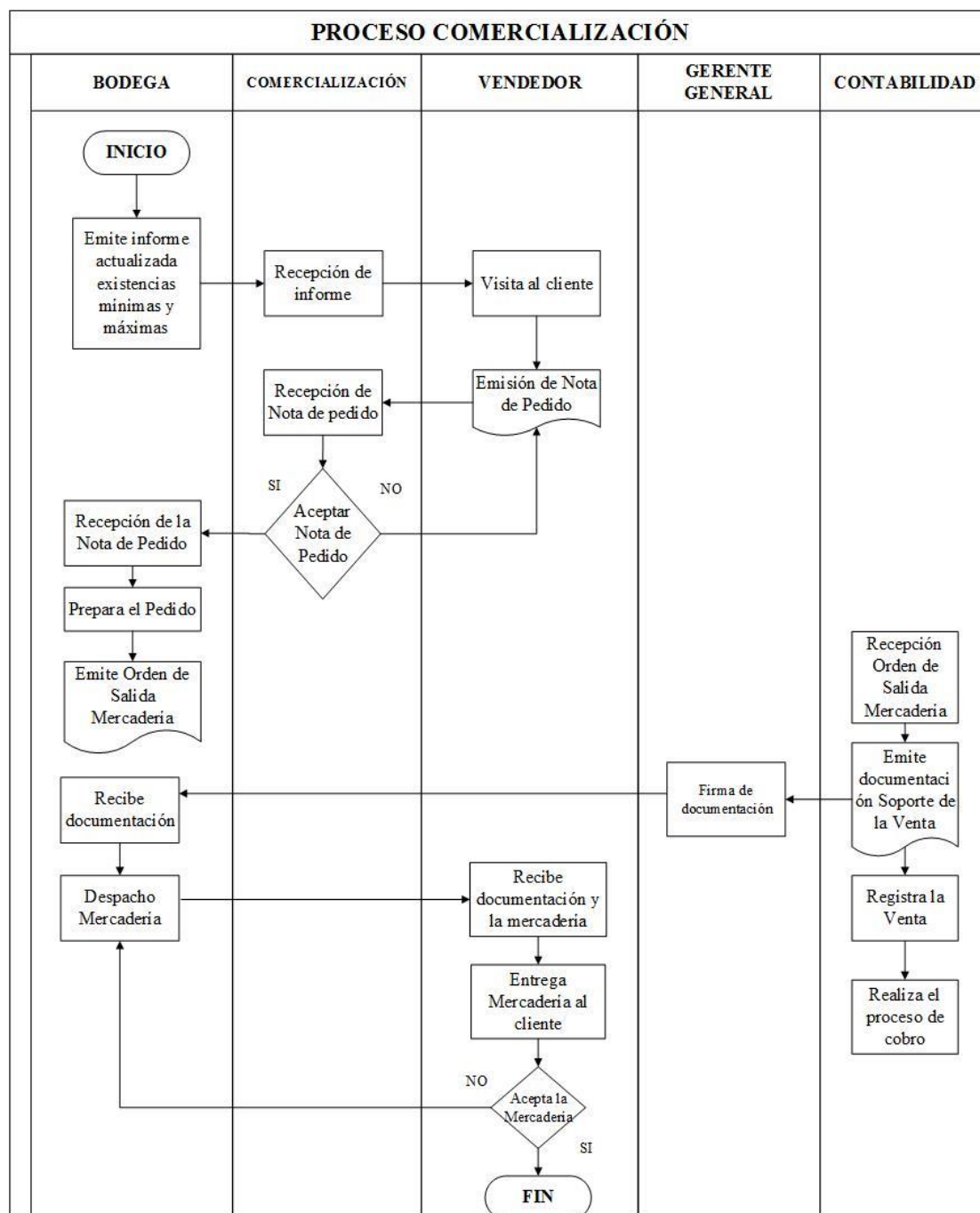


AMBAGRO S.A.

ÁREA: COMERCIALIZACIÓN O VENTAS

PROCESO: COMERCIALIZACIÓN

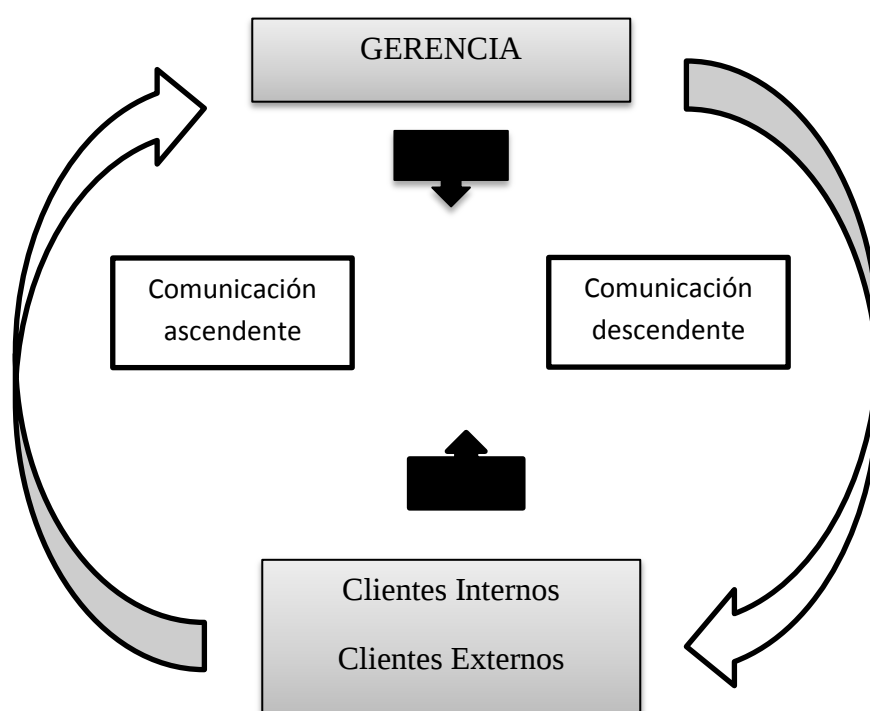
Procedimiento Gráfico:



Elaborado por: Sánchez, Lissette

6.15. Información y Comunicación AMBAGRO S.A.

Dentro de AMBAGRO S.A., se maneja información y comunicación tanto de manera interna como externa, la empresa maneja su comunicación de manera ascendente ya que provee de retroalimentación no tan solo de manejo de procesos sino también es importante el clima laboral, así también la comunicación descendente ya que dentro de la empresa se maneja un nivel jerárquico, encabezando el Gerente General por ser el de mayor jerarquía terminando en los colaboradores de los niveles subordinados.



Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: Sánchez, Lissette

6.15.1. Información y Comunicación AMBAGRO S.A. Interna y Externa

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN INTERNA		
Comunicación organizacional		
Objetivo	Mecanismos de Implementación	Medio de Evaluación
Capacitación en todos los niveles jerárquicos	Las capacitaciones se las realizará constantemente (trimestral), en el mismo que se trataran temas no solo de manejo de procesos sino también es importante el clima laboral	Resultados de los programas de capacitaciones mediante una evaluación.
Reuniones	Las reuniones con el personal administrativo se realizaran mensual mente el primer lunes de cada mes.	Análisis de reportes de compras y ventas mensuales.
Crear Cultura Organizacional		
Cartelera de Información Manuales Redes Sociales	Desarrollar el sentimiento de pertenencia de la empresa, que los colaboradores se sientan parte de la empresa abriendo vías de comunicación.	Aplicación de pruebas de conocimiento a los colaboradores.

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EXTERNA		
Soporte Comunicación		
Correo Electrónico	Nuestros correos electrónicos estarán en funcionamiento tanto como para la comunión entre colaboradores,	Numero de Correos enviados y recibidos

	cliente, proveedores, se podrán realizar ventas de productos. información@ambagro.com ventas@ambagro.com	
Página de Facebook	Nuestra página de Facebook se actualizara constantemente compartiendo información relevante sobre la empresa para tener mayor interacción tantos con nuestros clientes internos y externos. https://www.facebook.com/Ambagro-SA.	Número de seguidores de la página. Monitoreo de las actividades diarias de la red social.
Mejorar la página web	Nuestra página web será actualizada constantemente, en base a la información de la empresa, los diferentes productos existentes en la empresa con sus respectivos precios y promociones. http://ambagro.com/	Estadística de visitas a la página.

Fuente: AMBAGRO S.A.

Elaborado por: Sánchez, Lissette

6.16. Monitoreo y Seguimiento AMBAGRO S.A.

Dentro de AMBARGO S.A., se evalúa y comunica las deficiencias del sistema de control interno de manera oportuna a los responsables de tomar acciones correctivas, directamente se comunica al Gerente General de la Empresa, el mismo que se realizara cada año mediante la aplicación del cuestionario del sistema de control interno, Se ha elaborado un modelo de cuestionario de evaluación del sistema de control interno basado en la metodología COSO II en el mismo que se evalúa cada uno de los componentes.

6.16.1 Cuestionario de Evaluación del Sistema de Control Interno

	AMBAGRO S.A. CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO APLICANDO LA METODOLOGÍA COSO II
Objetivo: Evaluar cada uno de los componentes de la metodología COSO II	

AMBIENTE DE CONTROL						
N°	FACTOR	PREGUNTAS	SI	NO	N/A	OBSERVACIONES
1	Integridad y valores Éticos	¿Posee la empresa un código de ética? Las relaciones con los empleados, proveedores, clientes etc... se basan en la honestidad y equidad?				

2	Estructura Organizativa	¿Existe estructura orgánica y funcional comunicación interna y externa? (Organigrama)				
3	Autoridad asignada y Responsabilidad asumida	¿Existe responsabilidad y delegación de autoridad?				
4	Gestión del Capital Humano	¿Se aplican sanciones disciplinarias? ¿Existen métodos para motivar a los empleados?				
ESTABLECIMIENTOS DE OBJETIVOS						
Nº	FACTOR	PREGUNTAS	SI	NO	N/A	OBSERVACIONES
5	Objetivos Estratégicos	¿La Empresa cuenta con un plan estratégico con (misión, visión, objetivos).?				
6	Objetivos Específicos	¿Existe la comunicación oportuna y suficiente para comunicar los objetivos a los empleados?				
7	Riesgo Aceptado y Niveles de Tolerancia	¿Existe supervisión y evaluaciones para medir el nivel de riesgo aceptado y su tolerancia?				

IDENTIFICACIÓN DE EVENTOS						
N°	FACTOR	PREGUNTAS	SI	NO	N/A	OBSERVACIONES
8	Factores Internos y Externos	¿La empresa cuenta con el apoyo de Administración para determinar los factores de riesgo Externos e Internos?				
9	Identificación de Eventos	¿Los Empleados y Trabajadores participan en la Identificación de Eventos?				
10	Categoría de Eventos	¿Se cuenta con una metodología específica para ordenar los eventos identificados?				
EVALUACION DE RIESGOS						
N°	FACTOR	PREGUNTAS	SI	NO	N/A	OBSERVACIONES
11	Estimación de Probabilidad de Impacto	¿Se evalúa los riesgos periódicamente para conocer la forma en que los eventos potenciales impactan en la consecución de objetivos de la empresa?				
12	Evaluación de Riesgos	¿Se dispone de información confiable y oportuna para evaluar los riesgos?				

RESPUESTA AL RIESGOS						
N°	FACTOR	PREGUNTAS	SI	NO	N/A	OBSERVACIONES
13	Categorías de Respuestas	¿La empresa ha establecido las respuestas a los riesgos identificados tales como: evitar, reducir, compartir y aceptar los riesgos?				
14	Decisión de respuestas	¿Existen mecanismos para la toma de decisiones? ¿El Gerente, directores y el personal tienen los conocimientos necesarios para tomar la mejor decisión?				
ACTIVIDADES DE CONTROL						
N°	FACTOR	PREGUNTAS	SI	NO	N/A	OBSERVACIONES
15	Integración con las Decisiones sobre Riesgos	¿El Gerente y los directores a base de las respuestas al riesgo, implantan mecanismos de control para disminuir los riesgos y alcanzar los objetivos?				
16	Principales Actividades de control	¿Existe apoyo de la Administración para el diseño y aplicación de los controles en función de los riesgos en los diferentes departamentos?				

INFORMACION Y COMUNICACION						
N°	FACTOR	PREGUNTAS	SI	NO	N/A	OBSERVACIONES
17	Cultura de información en todos los niveles	¿Existen políticas Empresariales relativas a la información y comunicación así como su difusión en todos los niveles? ¿El gerente ha dispuesto a todo el personal la responsabilidad de compartir la información con fines de gestión y				
18	Sistemas Estratégicos e Integrados	¿Los sistemas de información son ágiles y flexibles para integrarse eficazmente con la actividad de la empresa?				
19	Confiabilidad de la Información	¿Existen sistemas y procedimientos que aseguran la confiabilidad de los datos? ¿La información además de oportuna es confiable?				
20	Comunicación Interna	¿Existe comunicación con el personal de los departamentos?				
21	Comunicación Externa	¿Se actualiza permanentemente la página web de la empresa?				

SUPERVISION Y MONITOREO						
N°	FACTOR	PREGUNTAS	SI	NO	N/A	OBSERVACIONES
22	Supervisión Permanente	¿Las evaluaciones se realizan periódicamente para proveer una retroalimentación objetiva de los procesos?				
23	Monitoreo Interno	¿Evalúa los resultados de las evaluaciones? ¿Monitorea las acciones correctivas?				
24	Monitoreo Externo	¿Se realizan evaluaciones periódicas de proveedores de servicios externos?				

Elaborado por: Sánchez, Lissette

Fuente: Contraloría General del Estado

Preparado por:

Supervisado por:.....

Fecha:.....

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado Velentanga , M. A., & Tuquiñahui Paute, S. P. (2011). *Propuesta de implementacion de un sistema de control interno basado en el modelo COSO, aplicado a la empresa Electro Instalaciones de la ciudad de Cuenca*.
Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1312/13/UPS-CT002180.pdf>
- Barquero, M. (2013). Manual práctico de Control Interno Teoría y aplicación práctica. Barcelona: PROFIT.
- Cepeda, G. (1997). Auditoría y Control Interno. Bogotá: D´VINNI EDITORIAL LTDA.
- COSO. (2013). COSO II. MODELO COSO, 1-83. Recuperado el 10 de noviembre de 2016 de http://www.consejo.org.ar/comisiones/com_43/files/coso_2.pdf
- Coopers & Lybrand. Los nuevos conceptos del control interno (Informe COSO). Madrid, ES: Ediciones Díaz de Santos, 1997. ProQuest ebrary. Web. 7 December 2016.
- Deficiones A,B,ceconomia. (14 de 11 de 2014). *Definiciones A,b,c economia*. Recuperado el 22 de 1 de 2015, de <http://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php>

Estupiñán, G. R. (2015). Control interno y fraudes: análisis de informe COSO I, II y III con base en los ciclos transaccionales. Bogotá, CO: Ecoe Ediciones. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Greco, Orlando, and Godoy, Amanda Alicia. Diccionario contable y comercial (3a. ed.). Buenos Aires, AR: Valletta Ediciones, 2006. ProQuest ebrary. Web. 7 December 2016.

Heredia, N. L. (2013). Gestion de Compras (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. Retrieved from <https://books.google.com.ec>

Herrera, Luis, Medina, Arnaldo, and Naranjo, Galo. Tutoría de la investigación científica: Guia para elaborar en forma creativa y amena el trabajo de graduación. Ambato, EC: Graficas Corona Quito, 2010.

Izquierdo, E. A. (2002). Investigación científica: guía de estudio y técnicas de investigación. Loja, EC: Imprenta COSMOS.

Mantilla, S.A. (2009). Auditoria del Control Interno. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Marquez, G. (2011). Modelos contemporáneos de control interno. Fundamentos teóricos. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219022148007>

Maza, G. P. (2015). *Diseño del Sistema de Control Interno mediante el método COSO II para Prontocasa construcciones CIA LTDA.* . Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7763/1/UPS-CT004619.pdf>

MANKIW, Gregory. Principios de economía. 1ra ed. España Madrid: Editorial McGraw Hill, 2008. 400 p. ISBN: 84-481-1422-1.

Mejía, G., & Padilla, P. (2010). *Formulación e implementación de un control interno al Sistema de compra, recepción, almacenaje, despacho y ventas de mercadería en Ferretería Espinoza S.A.* Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3266/1/TESIS.pdf>

Mercado, S. (2004). *Compras: Principios y Aplicaciones.* México: Grupo Noriega Editores.

Rivas, G. (Julio - Diciembre de 2011). Modelos Contemporáneos de Control Interno. Observatorio Laboral Revista Venezolana 4(8), 115-136. Recuperado el 10 de noviembre de 2016 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219022148007>

Rodríguez Valencia, J. (2009). *Control Interno.* México: Trillas

Sanchez, V. (2015). *El control interno a los procesos de Adquisición y comercialización y la rentabilidad en Micromercado CAVISA.* Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/16971/1/T2889i.pdf>

Sanchez, L. (2015). COSO ERM y la Gestión de Riesgos. Peru: ISSN: 1560-9103.
Obtenido de <file:///C:/Users/sistemas/Downloads/11625-40584-1-PB.pdf>

Santillana, J. (2015). Sistema de control interno. México: Person Tercera Edición.
Obtenido de http://www.pearsonenespanol.com/docs/librariesprovider5/files_recursosmcc/santillana_sistemas_de_c_i_3e_cap16.pdf

Viloria, Norka. (2015) Factores que inciden en el sistema de control interno de una organización Actualidad Contable. Venezuela. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701111>

Yaguargos, M. (2015). *El control interno en el proceso de comercialización y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Supermarcas de la ciudad de Ambato en el año 2014.* Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/18552/1/T3303i.pdf>

Warren, Reeve, & Fess. (2005). Contabilidad Financiera. México: Edamsa Impresiones

ANEXOS

ANEXO A: ENTREVISTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ENTREVISTA

PROYECTO: “Sistema de control interno aplicando el método COSO II para los procesos de adquisición y comercialización de la empresa AMBAGRO S.A.”

GERENTE GENERAL: Fernando Caicedo Mafla

1. **¿Dentro de su empresa se maneja un sistema de control interno?**
2. **¿Dispone la empresa un organigrama estructural y funcional donde se encuentren claramente definida las áreas y sus líneas jerárquicas?**

3. **¿Cuenta la empresa con un documento escrito en el mismo que se detalle el perfil que debe cumplir el empleado para ser contratado?**
4. **¿La empresa cuenta con una manual de funciones para cada de uno de los cargos?**
5. **¿Qué inconvenientes ha encontrado usted, debido a la no aplicación de un Sistema de Control Interno actualizado para los procesos de adquisición y comercialización?**
6. **¿Se realizan capacitaciones en su empresa sobre temas relacionados con los procesos de adquisición y comercialización, para cumplir con las funciones que desempeña?**

ANEXO B: ENCUESTA

N.



UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENCUESTA



PROYECTO: “Sistema de control interno aplicando el método COSO II para los procesos de adquisición y comercialización de la empresa AMBAGRO S.A.”

OBJETIVO: Determinar la razonabilidad de los procesos de adquisición y comercialización que se realizan en la Empresa AMBAGRO S.A., para la identificación de los riesgos y la correcta toma decisiones.

INSTRUCCIONES: Señale con una (X) la respuesta que usted crea conveniente de acuerdo con su criterio.

PREGUNTA 1: ¿Existe y se utiliza en su empresa un reglamento de control interno?

Siempre ()

Casi siempre ()

Casi nunca ()

Nunca ()

PREGUNTA 2: ¿Con que frecuencia se realizan evaluaciones de la correcta aplicación de control interno?

Siempre ()

Casi siempre ()

Casi nunca ()

Nunca ()

PREGUNTA 3: ¿Se utiliza en su empresa un manual de funciones para sus colaboradores?

Siempre ()

Casi siempre ()

Casi nunca ()

Nunca ()

PREGUNTA 4: ¿Dentro de la empresa se realizan evaluaciones del desempeño laboral?

Siempre ()

Casi siempre ()

Casi nunca ()

Nunca ()

PREGUNTA 5: ¿Se realizan capacitaciones al personal sobre el procedimiento que se debe realizar para la adquisición (compra) y comercialización (venta)?

Siempre ()

Casi siempre ()

Casi nunca ()

Nunca ()

PREGUNTA 6: ¿En su empresa se utilizan políticas y procedimientos que se deben seguir para los procesos de adquisición y comercialización?

Siempre ()

Casi siempre ()

Casi nunca ()

Nunca ()

PREGUNTA 7: ¿Con que frecuencia se verifica las existencias mínimas y máximas de inventarios antes de que se realicen adquisiciones?

Siempre ()

Casi siempre ()

Casi nunca ()

Nunca ()

PREGUNTA 8: ¿Cada qué periodo se verifica y controla los productos que la empresa recibe de acuerdo con los pedidos realizados?

Siempre ()

Casi siempre ()

Casi nunca ()

Nunca ()

PREGUNTA 9: ¿Con que frecuencia se verifica y controla los productos que van a ser comercializados?

Siempre ()

Casi siempre ()

Casi nunca ()

Nunca ()

PREGUNTA 10: ¿Resuelve con facilidad los problemas frecuentes que pueden existir al momento de realizar una adquisición y comercialización?

Siempre ()

Casi siempre ()

Casi nunca ()

Nunca ()

ANEXO C: NOTA DE PEDIDO

	RUC: 1890139589001 PARQUE INDUSTRIAL CALLE CINCO S/N Y AVENIDA D TELF. 03-2434088 AMBATO - ECUADOR				
NOTA DE PEDIDO/ PURCHASE ORDER					
Fecha / Date: _____ N. _____					
Exporteador / Supplier: _____ Telefono: _____					
Pais de Origen / Country Of: _____ Via de trenaporte / Ship: _____					
Forma de Pago / Payment Terms: _____ Puerto de Embarque / Port of de Ship _____					
Moneda / Money: _____ Puerto de Destino / Final Port: _____					
COD	DESCRIPCION / DESCRPTION	PESO NETO / NET WEIGHT	CANTIDAD / QUANTYTY	VALOR UNI / UNIT PRINCE	VALOR TOTAL / TOTAL VALUE
OBSERVACIONES/ OBSERVATIONS		VALORES EN DOLARES USD/ VALUES IN DOLLARS USD			
		F.O.B			
		FLETE / FREIGHT			
		COSTO & FLETE / COST & FREIGHT			
		SEGURO / INSURANCE			
		VALOR CIF / TOTAL VALUE			
Elaborado por / Prepared by: _____		Autorizado por / Approved by : _____		Revisado por / Revised by: _____	

ANEXO D: DECLARACIÓN ADUANERA ÚNICA - DAU A

 REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA										A		B REFRENDO	
N° ORDEN		ANO	02 ADUANA	CODIGO	03 REGIMEN	CODIGO	04 FECHA/HORA TX.		NUMERO				
05 # VTO.BNO.		06 BANCO	CIUDAD	OFICINA	07 FECHA EMISION		08 TIPO DESPACHO		FECHA RECEP HORA				
C CONTRIBUYENTE/AGENTE													
10 IMPORTADOR/EXPORTADOR					11 TIPO y N°.DOC.ID.			12 CIUDAD					
13 DIRECCION					14 TELEFONO			15 NIVEL COMERCIAL					
16 DECLARANTE/AGENTE					CODIGO			17 SECTOR		18 CIU	19 DECLARADO \$US (IMP=CIF;EXP=FOB)		
D REGIMEN PRECEDENTE / DEPOSITO													
20 REGIMEN PRECEDENTE		21 SERIES	22 ADUANA REGIMEN		23 FECHA ACEPT.		24 FECHA VENCIM.		25 DEPOSITO	CODIGO	N° DES.PAR		
E CONSIGNANTE O CONSIGNATARIO / TRANSACCION													
27 CONSIGNANTE/CONSIGNATARIO			28 DIRECCION			29 BENEFICIARIO DEL GIRO			30 PAIS PROCED./DESTINO				
31 NATURALEZA TRANSACCION		32 FORMA DE PAGO		33 EX.CIE.		34 C.ORG.	35 OT.EX.	36 MT.YL.	37 ALMACEN	CODIGO			
38 TIPO DE TRATAMIENTO			39 CODIGO DE SOLICITUD DE AFORO			40 COD.DE PROD.ACOG.DESP.URGENTE			41 CODIGO DE ENDOSO				
F TRANSPORTE													
42 VIA DE TRANSPORTE/CODIGO		43 FECHA EMBARQUE		44 FECHA LLEGADA		45 CARGA		COD.	46 BANDERA	COD.	47 LINEA TRANSPORTE		
48 COD.MANIFIESTO AÑO		TIPO MANIF.	# MANIFIESTO	49 AG.CARGA/TRANSP.		COD.		50 N.NAVE/L.AEREA/MAT VEN		51 # CONOC/C.AEREA/C.PORTE			
52 NOM NAVE/MATRIC.VEM.		53 ADUANA SALIDA		54 VIA SALIDA		55 ADUANA DESTINO		56 TIPO DESTINO		57 PAIS DESTINO			
58 T.TRAT													
G DETERMINACION BASE IMPONIBLE													
CONCEPTO	MONEDA	T.CAMBIO USD.		TOTAL MONEDA TRANSACCION		TOTAL EN DOLARES USD.		TOTAL EN MONEDA NACIONAL					
59 FOB													
60 FLETE													
61 SEGURO													
62 VALOR ADUANA													
TOTAL SERIES		64 PESO NETO(Kg)		65 PESO BRUTO(Kg)		66 TOTAL BULTOS		67 TOTAL CONTENEDORES		68 TOTAL U.FISICAS			
										69 TOTAL U.COM.			
H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO													
CLASE	NUMERO	TIPO	EMISION		FECHA	VIGENCIA		SER	PARTIDA NANDINA	MONTO USD.			
			EMISOR			DESDE	HASTA						
70													
71													
72													
73													
74													
75													
76													
77													
78													
79													
I DECLARACION DE MERCANCIA													
SUBPARTIDA NACIONAL		BREVE DESCRIPCION DE LA MERCANCIA		S	BULTOS		U.FISICAS		U.COM.		PESO (Kgs.)	MARCAS Y NUMEROS	
				T	Cl.	Cant.	TP.	Cant.	TP.	Cant.	NETO	BRUTO	
1	TPCI	TPNG	TPNE	PAIS DE ORIGEN		CODIGO	FOB USD.		FLETE USD.		SEGURO USD.		
											CIF USD.		
K OBSERVACIONES													
82 TIPO OBS. 83 CONTENIDO OBS.													
J FIRMAS Y SELLOS													
81 FIRMA CONTRIBUYENTE				FIRMA DECLARANTE				FIRMA OBSERVACIONES				COD. Y FIRMA AFORADOR	

Aduana del Ecuador			REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA				B 0001		B REFRENDO		3WSOFT.NET		
A		N° ORDEN	AÑO	02 ADUANA	CODIGO	03 REGIMEN	CODIGO	04 FECHA/HORA TX.	NUMERO				
05 # VTO.BNO.		06 BANCO		CIUDAD	OFICINA	07 FECHA EMISION 0 / /		08 TIPO DESPACHO 0 NORMAL	FECHA RECEP		HORA		
C CONTRIBUYENTE/AGENTE													
10 IMPORTADOR/EXPORTADOR					11 TIPO y N°.DOC.ID.			12 CIUDAD		AFORO			
13 DIRECCION					14 TELEFONO			15 NIVEL COMERCIAL					
16 DECLARANTE/AGENTE					CODIGO		17 SECTOR		18 CIU		19 DECLARADO \$US (IMP=CIF;EXP=FOB)		
I. DECLARACION DE LA MERCADERIA													
No. Se	Subpartida Nandina	Tp Sf	Breve descripción	S T	Bultos		U.Fisicas		U.Com		Peso Kg.		Marcas & Números
					Cd	Cant	Tp	Cant	Tp	Cant	Neto	Bruto	
TPCI		TPNG	TPNE	Pais de Origen		Cod		FOB Usd\$		Flete Usd\$		Seguro Usd\$	CIF Usd\$
OBSERVACIONES													
81 TIPO OBS.				82 TIPO OBS.				83 CONTENIDO OBS.					
K FIRMAS Y SELLOS													
FIRMA CONTRIBUYENTE				FIRMA DECLARANTE				FIRMA OBSERVACIONES				COD. Y FIRMA AFORADOR	

ANEXO F: DECLARACIÓN ADUANERA ÚNICA - DAU C

Aduana del Ecuador		REPUBLICA DEL ECUADOR				DECLARACION ADUANERA UNICA		C		
A ADUANA		B REFRENDO								
01	Nº ORDEN	02	AÑO	03	ADUANA CODIGO	04	REGIMEN CODIGO	05	FECHA/HORA TX.	
C CONTRIBUYENTE/AGENTE									06	NUMERO
06 IMPORTADOR/EXPORTADOR					07 TIPO y Nº.DOC.ID.		08 CIUDAD		09	FECHA RECEP HORA
09 DIRECCION					10 TELEFONO		11 NIVEL COMERCIAL		AFORO	
12 DECLARANTE/AGENTE CODIGO					ALMACEN / DEPOSITO CODIGO					
D VALORES DE ADUANA										
14 FOB USD		15 FLETE USD		16 SEGURO USD		17 AJUSTE USD		18 CIF USD		19 VALOR ADUANA USD
E AUTOLIQUIDACION DE TRIBUTOS										
CONCEPTO		LIQUIDACION (1)			LIBERACION \$ (2)			CANTIDAD A PAGAR \$ (1-2)		
20	AD / VALOREM									
21	DERECHO ESPECIFICO									
22	IMP. CONSUMO ESPECIAL									
23	IMP. VALOR AGREGADO									
24	DERECHO ANTIDUMPING									
25	DERECHO CONSULARES									
26	SOBRETIEPO PETROLERO									
27	ADICIONAL X BARRIL DE CRUDO									
28	TASA MODERNIZACION									
29	TASA DE CONTROL									
30	TASA ALMACENAJE									
31	MULTAS (ART. 89 Y 91)									
32	INTERESES									
33	IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS									
34	FODINFA									
35	CORPEI									
36	OTROS									
37	SALVAGUARDA									
38 TOTAL LIQUIDACION					TOTAL AUTOLIQUIDACION					
F BANCO Y ADUANA										

G	DECLARANTE	FECHA
FIRMA DEL DECLARANTE		

ANEXO G: DECLARACIÓN ANDINA DE VALOR - DAV

 REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ANDINA DE VALOR										201148100047	
Hojas de		N° de Formulario DAV	Regimen	1. ADUANA		1.2 RUC/ CI/Catastro/Pasap		Codigo	2. Registro de Aduana		
				1.1 Aduana Codigo		1391738986001					
1.3 Consignatario o Importador						1.4 Nivel Comercial		Codigo	1.5 Otros (Especifique)		
3. PROVEEDOR											
3.1 Nombre/Razon Social			3.2 Condicion		3.3 Direccion						
3.4 Ciudad		3.5 Pais Codigo		3.6 Fax		3.7 Telefono		E-mail			
4. TRANSACCION											
4.1 Natura	4.2 Inconterms Lugar		4.3 N° de Resolucion de Aduana		4.4 Fecha		4.5 N° de Factura		4.6 F. Factura		
4.7 N° de Cont. otro Doc.	4.8 Fecha Contrato		4.9 Tipo de Cambio		4.10 Fecha Cambio		4.11 Moneda		4.12 Pais de Origen		
	/ /						USD		Codigo		
4.14 Forma de Envio		4.15 N° Envios		4.16 Modo de Transporte		4.17 Puerto de Embarque		4.18 Puerto de Descarga		4.19 Forma de Pago	
Fraccionario Unico				Codigo				Cod			
5. DESCRIPCION DE LA MERCANCIA											
5.1 Subpartida (Nandina)		5.2 Descripcion Comercial				5.3 Caracteristicas/Tipo		5.4 Pais de Origen			
1											
2											
3											
4											
5											
5.5 Marca Comercial		5.6 Modelo		5.7 Año		5.8 Est. Mercaderia		5.9 Cantidad		5.10 U. Com	
1											
2											
3											
4											
5											
6. INTERMEDIARIO ENTRE COMPRADOR Y VENDEDOR											
6.1 Utilizo Algun Intermediario en la Transaccion Comercial				si	no	6.2 Nombre del Intermediario					
6.3 Direccion				6.4 Ciudad		6.5 Pais		6.6 Tip. Intermediario			
7. CONDICIONES DE LA TRANSACCION											
7.1 Existe vinculacion con el proveedor										si	no
7.2 Ha influido la vinculacion en los precios de la mercancia importadas										si	no
7.3 Existen pagos indirectos relativos a las mercaderias										si	no
7.4 Existen canones o derechos de licencias relativas a las mercad. importadas que Ud. esta obligado a pagar directa o indirectamente como condicion de venta										si	no
7.5 venta condi. por acrd, el cual una parte del prod. de cualquier reventa, sesion o utilizacion post de las merc import. se revierta directa o indirect.?										si	no
7.6 Existen restricciones para la sesion o utilizacion de las mercancias pos el importador, deacuerdo a lo señalado en el art. 1 del acuerdo del valor GATT										si	no
7.7 Depende la venta o el precio de condiciones o contraprestaciones en relacion a las mercancias a valoral										si	no
7.8 Puede determinarse el valor de las condiciones o contraprestaciones										si	no
8. DETERMINACION DE LA TRANSACCION											
8.1 Base del calculo					8.2 Acciones a importes no incluidos en 8.1 y acargo del comprador						
8.1.1 Precio Factura					8.2.1 Comisiones, Corretaje, Salvo comisiones de compras						
8.1.2 Pagos Indirectos, Descuentos Retroactivos, Otros					8.2.2 Envases y Embalajes						
Total 8.1					8.2.3 Bienes y Servicios Suministrados por imp. grat.						
8.3 Deducciones: Importes incluidos en 8.1					8.2.4 Canones y derechos de licencia						
8.3.1 Gst. de entrega posteriores a la imp. (transporte, Etc)					8.2.5 Prdt. de cualq rev. sesion o utiliz. post revierta el prov. ext.						
8.3.2 Intereses					8.2.6 Gastos de entrega hasta el lugar de importacion						
8.3.3 Asist. Tec., amado, montaje, instalacion, entren.					8.2.7 Gastos de transporte en lugar de embarque						
8.3.4 Derechos de aduana y otros impuestos					8.2.8 Gst. de Transp dsd lugar de embq. hst el lugar de impor.						
8.3.5 Otros gastos					8.2.9 Gastos de carga, descarga, manipulacion						
Total 8.3					8.2.10 Gastos de Seguros						
8.4 Valor en aduana = 8.1 * 8.2 - 8.3					Total 8.2						
8.5 Tiene caracter estimativo o provicional los casilleros 8.2.4, y 8.2.5											
si no											
9. DESGREGACION DEL VALOR EN ADUANA											
9.1 FOB US\$		9.2 Flete US\$		9.3 Seguro US\$		9.4 US\$					
10. IDENTIFICACION Y FIRMA DEL DECLARANTE											
10.1 Nombre del Importador				10.2 Cargo				10.3 Fecha			
FIRMA				Declaro bajo juramento que la información aquí considerada es correcta y ajustada a las disposiciones legales vigentes. Conosco que cualquier omision puede dar origen a los procesos legales y acciones establecidas en la ley organica de aduanas.							

Aduana del Ecuador		REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ANDINA DE VALOR				201148100047	
N° de Formulario DAU		Regimen	1.1 Aduana	Codigo	1.2 RUC/ CI/Catastro/Pasap	Codigo	2. Registro de Aduana
1.3 Consignatario o Importador					1.4 Nivel Comercial	Codigo	1.5 Otros (Especifique)
5. DESCRIPCION DE LA MERCADERIA							
Item	5.1 Subpartida (Nandina)	5.2 Descripción Comercial	5.3 Características y Tipo			5.4 Pais de Origen	
Item	5.5 Marca comercial	5.6 Modelo	5.7 Año	5.8 Estado	5.9 Cantidad	5.10 U.com	5.11 FOB Usd\$

ANEXO H: CUPON CORPEI DE IMPORTACIÓN

CUPON CORPEI DE IMPORTACION		CORPEI		CORPEI		CORPEI		CORPEI	
CORPORACION DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES CORPEI		N°		Fecha:		DIA		MES AÑO	
Ciudad				Fecha:					
Nombre del Aportante:									
Tipo/Numero Identificación:		☐ R.U.C. ☐ C.C. ☐ C.I. ☐ PASAPORTE							
N° DAU / DUI									
(N° Declaración DAU / DUI)									
Valor FOB: USD. \$				Valor Cuota: USD. \$				CORPEI	
Declaro que la información contenida en este formulario tiene origen lícito, es verdadera, y eximo a la Institución Financiera recaudadora de toda responsabilidad, inclusive respecto a terceros si esta declaración fuese falsa o errónea.									
Firma de Responsabilidad								FOR-FOP-10/Ver Jun 03	

ANEXO I: FACTURA DE PROVEEDOR

Company Name

Company Slogan

Street Address
 City, ZIP Code
 Phone 111.123.1234 Fax 111.123.1234

INVOICE

DATE: November 20, 2007
 INVOICE # 100

Bill To: Name
 Company Name
 Street Address
 City, ZIP Code
 Phone

Ship To: Name
 Company Name
 Street Address
 City, ZIP Code
 Phone

Comments or Special Instructions:

SALESPERSON	P.O. NUMBER	SHIP DATE	SHIP VIA	F.O.B. POINT	TERMS
					Due on receipt

QUANTITY	DESCRIPTION	UNIT PRICE	AMOUNT
			\$ -
SUBTOTAL			\$ -
TAX RATE			8.60%
SALES TAX			-
SHIPPING & HANDLING			
TOTAL			\$ -

Make all checks payable to Your Company Name

If you have any questions concerning this invoice, contact Name, Phone Number, E-mail Address

THANK YOU FOR YOUR BUSINESS!

ANEXO J: PÓLIZA DE SEGUROS



Quito: Noruega 210 y Suiza, 6to piso. **Teléfono:** PBX: 2921-669 / 2921-670 / 2921-671
Fax: 2921-668 - **Casilla:** 17-15-0084-B **E-mail:** atencioncliente@coopseguros.com
Guayaquil: Juan Tanca Marengo s/n y Joaquín Orrantía. **Teléfono:** 2451-214 / 2451-600 **Fax:** 2450-480

SEGURO DE TRANSPORTE

Póliza N°:

Aplicación N°:

La siguiente mercadería se declara en aplicación a la POLIZA DE TRANSPORTE N°:

emitted a favor de:

para el viaje desde:

hasta:

sobre el:

de:

anunciado para el día:

(vapor-camión-avión)

(Bandera-Agencia-Cía.)

Consignada a:

LUGAR Y FECHA:

MARCA	Nos.	PESO BRUTO Klgs.	CANTIDAD BULTOS	CONTENIDO	VALOR ASEGURADO \$	%	PRIMA	OBSERVACIONES

Embarcado por: _____

EL ASEGURADO

ACEPTADO POR
COOPSEGUROS DE ECUADOR S.A.

De conformidad con las condiciones de la Póliza, los Asegurados o sus Embarcadores, llenarán este formulario en duplicado y lo remitirán a Coopseguros del Ecuador S.A. en o a sus Agentes autorizados antes de efectuado el embarque o despacho. La Compañía o el Agente devolverá debidamente sellado y firmado.

ANEXO K: ACTA DE ENTREGA DE – RECEPCION

RUC: 1890139589001
PARQUE INDUSTRIAL
CALLE CINCO S/N Y AVENIDA D
TELF. 03-2434088
AMBATO - ECUADOR

ACTA DE ENTREGA DE - RECEPCION

En la bodega de "AMBAGRO S.A." a los ____ días del mes de _____ del año _____ se reúnen _____ quien entrega los bienes, a continuación detallados, al encargo del Área de Bodega _____ quien los recibe previa constatación y verificación, dejando constancia de la conformidad de la misma, para su efecto firman las partes correspondientes y un aval al pie del acta

Descripción	Cantidad	Unidad

En anexos:

 Recibe Conforme

 Entregue Conforme

ANEXO L: INGRESO A BODEGA

		RUC: 1890139589001 PARQUE INDUSTRIAL CALLE CINCO S/N Y AVENIDA D TELF. 03-2434088 AMBATO - ECUADOR			
INGRESO A BODEGA					
Fecha: _____		N: _____			
Motivo: _____		Bodega: _____			
Nota de Pedido: _____		Factura: _____			
Proveedor: _____					
Descripción	Codigo	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Elaborado por:		Autorizado por:		Revisor por:	

ANEXO M: EGRESO DE BODEGA

	RUC: 1890139589001 PARQUE INDUSTRIAL CALLE CINCO S/N Y AVENIDA D TELF. 03-2434088 AMBATO - ECUADOR				
EGRESO A BODEGA					
Fecha: _____ N: _____ Motivo: _____ Bodega: _____ Centro de Costos: _____ Lote: _____ Proveedor: _____					
Descripción	Codigo	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Elaborado por:		Autorizado por:		Revisor por:	