

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA



**Universidad de El Salvador**

*Hacia la libertad por la cultura*

"DISEÑO DE CONTROL INTERNO CON ENFOQUE COSO  
PARA MEJORAR LA GESTION EN EL AREA DE  
INVENTARIOS PARA LAS EMPRESAS QUE SE DEDICAN  
A LA VENTA DE COSMÉTICOS Y PERFUMERÍA POR  
MEDIO DE CATALOGO EN EL ÁREA METROPOLITANA DE  
SAN SALVADOR"

SERRANO RECINOS NORMA YANIRA  
SÁNCHEZ LINO PAUL ANDRE

PARA OPTAR AL GRADO DE:  
LICENCIADO EN CONTADURÍA PÚBLICA

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA  
DICIEMBRE 2006

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

Rectora : Dra. María Isabel Rodríguez

Secretaria general : Licda. Alicia Margarita Rivas de Recinos

Decano facultad  
De Ciencias Económicas : Lic. Emilio Recinos Fuentes

Secretario de la facultad  
De Ciencias Económicas : Licda. Vilma Yolanda Vásquez de Del Cid

Coordinador de Seminario : Lic. Álvaro Edgardo Calero Rodas

Docente Especialista : Lic. María Elena Vidal de Serpas

Docente Metodológica : Lic. Magdalena F. Argueta de Coto

DICIEMBRE DE 2006

## **AGRADECIMIENTOS**

Mi mayor agradecimiento es para **DIOS TODOPODEROSO**, que me dió el regalo de la vida, la sabiduría y la guía en esta etapa de estudio, principalmente en el proceso de la culminación del mismo. A nuestra madre **LA VIRGENCITA MARIA** que fue mi ejemplo de fortaleza para continuar cada momento que sentí no poder continuar.

A toda mi familia especialmente a mi madrecita Laura Recinos y a mi mamita Nicolasa Recinos; también a mi tía Angélica; a mi tío Fredy y a su esposa y a mis primos Koki, Fredy y Karlita, por estar siempre a mi lado dándome el apoyo y la comprensión que necesité.

A todos mis amigos, especialmente a mis compañeros y amigos de trabajo, que siempre me dieron su apoyo incondicional, en todo momento y que para mí fue tan importante.

A mis asesoras por tener tanta paciencia y comprensión, ya que siempre me apoyaron y orientaron hasta el último momento de la culminación de esta etapa de estudio.

### **NORMA YANIRA SERRANO RECINOS.**

**A DIOS TODO PODEROSO:** por haberme dado fortaleza y sabiduría en este proceso. **A MIS HIJITAS:** Daysi Estefany y Paola Andrea, por haberme inspirado en culminar mi carrera. **A MIS PADRES:** José Sánchez y Milagro Lino, por darme su apoyo en el momento oportuno. **A NUESTRAS ASESORAS ESPECIALISTA Y METODOLOGA:** Licda. Maria Elena Vidal de Serpas y Licda. Magdalena Felicita Argueta de Coto, por su apoyo, paciencia y tiempo invertido en este trabajo de graduación. **Y SOBRE TODO A MI COMPAÑERA:** Norma Yanira Serrano Recinos, por su paciencia, apoyo y esmero.

**PAUL ANDRE SÁNCHEZ LINO**

## INDICE

	Pág.
<b>RESUMEN</b>	i
<b>INTRODUCCIÓN</b>	iii
<b>CAPITULO I</b>	
1. MARCO TEÓRICO	1
1.1 CONTROL INTERNO ENFOQUE COSO	1
1.1.1 Antecedentes	1
1.1.2 Definición de Control Interno	3
1.1.3 Objetivos del Control Interno	5
1.1.4 Importancia del Control Interno	6
1.1.5 Componentes del Control Interno	7
1.1.5.1 Ambiente de Control	8
1.1.5.1.1 Factores del Ambiente de Control	8
1.1.5.2 Definición de Objetivos	10
1.1.5.3 Identificación de Eventos	11
1.1.5.4 Valoración del Riesgo	11
1.1.5.5 Respuesta al Riesgo	13
1.1.5.6 Actividades de Control	13
1.1.5.7 Información y Comunicación	16
1.1.5.8 Monitoreo o Supervisión	17
1.1.6 Limitaciones del Control Interno	19
1.2 DE LAS EMPRESAS	21
1.2.1 Definición de Empresa	21
1.2.2 Clasificación de las Empresas	21
1.2.3 Importancia de la empresa comercial salvadoreña.	25
1.2.4 Responsabilidad Social de la empresa salvadoreña.	26
1.2.5 La empresa y la Tecnología	26
1.2.6 Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo.	26

1.2.6.1	Antecedentes	26
1.2.6.2	Definición	28
1.2.6.3	Importancia de las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo	28
1.2.6.4	Estructura Organizativa	29
1.2.7	Forma de Operar de las empresas dedicadas a la venta por catálogo.	31
1.2.8	Canales de Distribución	32
1.2.9	Manuales de las empresas	34
1.2.9.1	Definición de manual	34
1.2.9.2	Objetivos	34
1.2.9.3	Tipos de manuales	35
1.2.9.4	Beneficios de los manuales	36
1.2.10	Procedimientos	36
1.2.10.1	Definición de procedimientos	36
1.2.10.2	Objetivos	36
1.2.10.3	Importancia	37
1.2.10.4	Características de los procedimientos	37
1.2.10.5	Beneficios de los procedimientos	37
1.2.10.6	Estructura de los procedimientos	38
1.2.11	Manual de procedimientos	39
1.2.11.1	Definición de manual de procedimientos	39
1.2.11.2	Objetivos	39
1.3	INVENTARIOS	39
1.3.1	Antecedentes	39
1.3.2	Definiciones	41
1.3.2.1	Definición de Inventarios	41
1.3.2.2	Definición Gestión de Inventarios	42
1.3.3	Objetivos e Importancia de la administración de inventarios.	42
1.3.4	Sistemas de registro de Inventarios	44

1.3.5	Métodos de Valuación de Inventarios	47
1.4	CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS EN LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE COSMÉTICOS Y PERFUMERÍA POR MEDIO DE CATÁLOGO.	50

## **CAPITULO II**

2.	<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	53
2.1	TIPO DE ESTUDIO	53
2.2	DELIMITACION DE LA INVESTIGACION	53
2.2.1	Delimitación Espacial	53
2.2.2	Delimitación Temporal	54
2.2.3	Delimitación Teórica	54
2.3	UNIDAD DE ANÁLISIS	54
2.4	DETERMINACIÓN DE UNIVERSO Y MUESTRA	55
2.4.1	Universo	55
2.4.2	Muestra	55
2.5	TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	55
2.5.1	Investigación bibliográfica	55
2.5.2	Investigación de campo	56
2.6	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	57
2.7	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	57
2.8	DIAGNOSTICO	57

## **CAPITULO III**

3.	<b>DISEÑO DE CONTROL INTERNO CON ENFOQUE COSO PARA MEJORAR LA GESTION EN EL AREA DE INVENTARIOS, DE LAS EMPRESAS QUE SE DEDICAN A LA VENTA DE COSMÉTICOS Y PERFUMERÍA POR MEDIO DE CATALOGO EN EL AREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR.</b>	62
----	---	----

3.1	ENFOQUE DE LA PROPUESTA	62
3.2	ESTRUCTURA DEL CONTROL INTERNO	64
3.3	OBJETIVOS DEL CONTROL INTERNO	64
3.4	PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO	66
3.5	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO, PARA EL ÁREA DE INVENTARIOS DE LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE COSMÉTICOS Y PERFUMERÍA POR MEDIO DE CATALOGO.	66
3.5.1	Introducción	67
3.5.2	Objetivos	67
3.5.2.1	General	67
3.5.2.2	Específicos	68
3.6	ASPECTOS GENERALES DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	68
3.6.1	Limitaciones en la aplicación del manual de procedimientos	68
3.6.2	Ventajas	69
3.6.3	Importancia	69
3.7	NORMAS PARA EL MANTENIMIENTO DEL MANUAL DE CONTROL INTERNO	70
3.8	ALCANCE	70
3.9	POLÍTICAS ESPECÍFICAS DE LOS PROCEDIMIENTOS	71
3.10	SIMBOLOGÍA A UTILIZAR EN LOS PROCEDIMIENTOS	73
3.11	DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO	

	CON ENFOQUE COSO PARA:	74
3.11.1	Controlar la mercadería en el almacén	74
3.11.2	Efectuar inventario físico	77
3.11.3	Solicitud de compra de mercadería	81
3.11.4	Generar líneas de productos en software	85
3.11.5	Recepción y entrega de mercadería	90
3.11.6	Recepción y entrega de mercadería averiada	95
3.11.7	Generar salida de mercadería	99
3.11.8	Transferencia de mercadería a sucursales	104
3.11.9	Realizar devoluciones de mercadería	109

#### **CAPITULO IV**

4	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	112
4.1	CONCLUSIONES	112
4.2	RECOMENDACIONES	113
	BIBLIOGRAFÍA	115
	ANEXOS	

## RESUMEN

Los inventarios en toda empresa comercial son la parte más importante de sus activos realizables, por lo que se debe poseer un adecuado control de los mismos con el objeto de ser salvaguardados para evitar pérdidas.

De ahí nace la inquietud de diseñar a las empresas cuyo giro es la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, una herramienta útil que consista en una serie de procedimientos basados en prácticas actuales de control interno, que puedan ser aplicados en los procesos involucrados en el área de inventarios.

La mayoría de las empresas investigadas frente al logro de sus objetivos de rentabilidad y en la consecución de su misión, ponen en practica controles que pueden ser menos formales y estructurados, pero no poseen procedimientos establecidos, sin embargo en la actualidad existe la creciente necesidad de mejorar constantemente los sistemas de control interno mediante la aplicación de modelos internacionales que en nuestro país, muchas empresas están poniendo en practica.

La propuesta y desarrollo de un marco integrado de control interno para América Latina ha sido una aspiración de varios profesionales y consultores independientes, a partir de los marcos desarrollados y publicados en varios países del mundo, principalmente los industrializados, tal es el caso del Informe COSO el cual desde su emisión ha sido de gran utilidad ayudando a unificar la diversidad de criterios que sobre el control interno se tenían.

Basados en la utilidad que este enfoque de control ha representado desde su pronunciamiento, surgió la iniciativa de enmarcar en dicho modelo esta investigación, la cual ha ayudado en el diseño de los procedimientos aplicados en el área de inventarios con que cuentas las empresas comerciales cuyo giro es la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo

## INTRODUCCION

En la actualidad la demanda de consumo masivo de diversos productos en cuanto a la presentación e higiene personal, ha conllevado a las empresas dedicadas a la distribución de dichos productos en mejorar los procesos implicados en la satisfacción de los consumidores, en lo que se refiere a incrementar las existencias de mercaderías así como expandirse en todo el mercado nacional.

Basado en lo anterior se ha diseñado este documento titulado:

**"Diseño de Control Interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de Inventarios para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de Catálogo en el área Metropolitana de San Salvador"**, en el cual se detallan los procedimientos de los procesos que involucran al área de inventarios.

Para tales efectos, el presente trabajo se ha desarrollado en cuatro capítulos:

En el Capitulo I, se hace referencia al marco teórico sobre el modelo de control interno según el enfoque COSO, y sobre las empresas cuyo giro es la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, la importancia de su actividad, la forma de

operar, los canales de distribución que utilizan para trasladar los productos hacia los consumidores. Además este capítulo hace referencia a los sistemas de inventarios que estas empresas pueden utilizar para el control, manejo y registro de los productos que distribuyen.

En el Capítulo II, se detalla la metodología utilizada para la investigación de campo, se analiza y procesa la información para elaborar el diagnóstico de la investigación.

El Capítulo III, presenta la propuesta del diseño de control interno, mediante un modelo del manual de procedimientos de control interno para los procesos involucrados en el área de inventarios de las empresas cuyo giro es la venta de cosméticos y perfumería.

En el Capítulo IV, se muestran las conclusiones basándose en el desarrollo y resultados de la investigación, así como las recomendaciones que deberán tomarse en cuenta por las empresas investigadas.

Finalmente, se presenta la bibliografía utilizada para la elaboración del presente trabajo, así como anexos que sustentan la investigación.

## **CAPITULO I**

### **MARCO TEORICO**

#### **1.1 CONTROL INTERNO ENFOQUE COSO**

##### 1.1.1 Antecedentes

Desde la década de los 80 se comenzaron a ejecutar una serie de acciones en diversos países para laborar sobre la temática del control interno creando para ello diferentes comisiones, con el objetivo de alcanzar una definición consensuada, de ahí se han desarrollado diferentes marcos de control, con el fin de dar respuesta a un conjunto de inquietudes sobre la diversidad de conceptos, definiciones e interpretaciones que sobre el control interno existían en el ámbito internacional.

El control interno durante los últimos años ha adquirido mayor importancia en los diferentes países, a causa de los numerosos problemas producidos por su ineficiencia. Una de las causas se encuentra en el no haberse asumido de forma efectiva la responsabilidad sobre el mismo, por todos los miembros de los Consejos de Administración de las diversas actividades económicas que se desarrollan en cualquier país.

En 1985 se creó en Estados Unidos un grupo de trabajo por la Treadway Comisión, denominado Comisión Nacional de Informes Financieros Fraudulentos (National Comisión on Fraudulent Financial Reporting), bajo la sigla de COSO que por sus siglas en inglés significa: Committee of Sponsoring Organizations; que en español se traduce de la siguiente manera: Comité de Organizaciones Patrocinadores de la Comisión Treadway, con el objetivo de definir un nuevo marco conceptual de Control Interno capaz de integrar las diversas definiciones y conceptos que se habían ido utilizando, estando constituido por representantes de las organizaciones siguientes:

- American Accounting Association (AAA) - Asociación Norteamericana de Contabilidad.
- American Institute of Certified Public Accountants (AICPA) - Instituto Norteamericano de Contadores Públicos Asociados.
- Financial Executive Institute (FEI) - Instituto Ejecutivo Financiero.
- Institute of Internal Auditors (IIA) - Instituto de Auditores Internos.
- Institute of Management accountants (IMA) - Instituto de Contabilidad Gerencial.

- Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)

Es así como en 1992, tras varios años de trabajo y discusiones se publica en Estados Unidos el denominado Informe COSO sobre Control Interno, cuya redacción fue encomendada a Coopers & Lybrand, (versión en Inglés) y difundido al mundo de habla hispana en asociación con el Instituto de Auditores Internos de España (IAI) en 1997.

Se trataba entonces de materializar un objetivo fundamental: Definir un marco conceptual del control interno, capaz de integrar las diversas definiciones y conceptos que venían siendo utilizadas sobre este tema, logrando así que, al nivel de las organizaciones públicas o privadas, de la auditoria interna o externa, o de los niveles académicos o legislativos, se cuente con un marco conceptual común, una visión integradora que satisfaga las demandas generalizadas de todos los sectores involucrados.

#### 1.1.2 Definición de Control Interno

El control interno se define así:

Control Interno, es un proceso ejecutado por el consejo de directores, la administración y otro personal de la entidad

designado para proporcionar una razonable seguridad en relación con el logro de los objetivos, en cuanto a la efectividad y eficiencia de las operaciones, confiabilidad de la información financiera y cumplimiento con las leyes y regulaciones aplicables.<sup>1</sup>

Esta definición refleja ciertos conceptos fundamentales:

- ✓ El control interno es un proceso. Es un medio para un fin, no un fin en sí mismo.
- ✓ El control interno es efectuado por personas.
- ✓ La dirección y el directorio de una empresa únicamente pueden esperar del control interno que provea seguridad razonable, no seguridad absoluta.
- ✓ El control interno está conectado al logro de los objetivos en una o más categorías, separadas pero solapadas.

Esta definición de control interno es amplia por dos razones:

Primero, es la forma como la mayoría de los altos ejecutivos visualizan el control interno al dirigir sus negocios<sup>2</sup>. De hecho, generalmente hablan en términos de "control" y estar "en control".

---

<sup>1</sup>Samuel Alberto Mantilla B, Control Interno-Informe COSO- Tercera Edición: Bogotá, D.C, Octubre de 2003, Pág.14

<sup>2</sup>El término negocios como se usa aquí (COSO) pertenece a las actividades de cualquier entidad, incluyendo organizaciones gubernamentales y sin ánimos de lucro.

Segundo, abarca concepciones parciales de control interno. Aquellos que lo desean, pueden enfocar separadamente por ejemplo, controles sobre la elaboración de información contable o controles relativos al cumplimiento de leyes y regulaciones.

En forma similar, se puede abarcar el enfoque dirigido a controles sobre una unidad o una actividad particular de una entidad.

### 1.1.3 Objetivos del Control Interno

Toda entidad se inicia con una misión, estableciendo los objetivos que quiere alcanzar y las estrategias para lograrlos; los objetivos pueden ser establecidos para una entidad como un todo, o estar referidos a actividades específicas dentro de la entidad.

Para establecer un sistema de control interno, que brinde seguridad razonable, se debe cumplir con los siguientes objetivos:

#### a) Eficacia y eficiencia de las operaciones

Este objetivo esta orientado a que se cumplan los objetivos básicos de un negocio, como lo es la rentabilidad, desempeño y salvaguarda de recursos.

b) Confiabilidad en la elaboración de la información financiera.

El segundo objetivo está relacionado con la preparación de los estados financieros para que éstos sean confiables.

c) Cumplimiento con leyes y regulaciones aplicables

Se refiere al cumplimiento de aquellas leyes y regulaciones a las que está sujeta una entidad.

#### 1.1.4 Importancia del control interno

La importancia de establecer y poner en práctica mecanismos, medios y procedimientos eficientes y adecuados de control interno radica en reducir la posibilidad de que sucedan irregularidades y/o errores en la protección y uso de los recursos, en los registros de la información financiera y en el desarrollo de las operaciones.

De la implementación y aplicación eficiente del control interno en las empresas puede depender la existencia de éstas, ya que actualmente están rodeadas de una gran cantidad de riesgos y factores, como son: fraudes, desfalcos, estafas, situaciones de interés o beneficio particular, por lo que el control interno sirve para medir o evaluar la eficiencia operacional en los procesos contables, administrativos y operativos, evitando o mitigando las desviaciones en sus operaciones y da a conocer la

situación financiera y económica real de la empresa, con el fin de tomar decisiones adecuadas en su gestión y lograr mantenerse en el mercado.

La importancia del control interno y del interés creciente sobre el mismo en los últimos años ha hecho surgir diversas filosofías que han originado distintas opiniones, sobre la naturaleza, el objetivo y la forma de conseguir un control interno eficaz.

El primer cambio importante en la manera de considerar el control interno surgió de la necesidad de disponer de información cada vez más confiable, como un medio indispensable para llevar a cabo un control eficaz. De ahí que los directivos han venido dando cada vez más importancia al empleo de información financiera y no financiera para controlar las actividades de las entidades bajo su dirección.

#### 1.1.5 Componentes del Control Interno

Para establecer las políticas y procedimientos de control interno que proporcionen una seguridad razonable para lograr los objetivos específicos de la entidad, debe considerarse los siguientes componentes de control interno:

- a) El ambiente de control
- b) Definición de objetivos

- c) Identificación de eventos
- d) Valoración del riesgo
- e) Respuesta al riesgo
- f) Actividades de control
- g) Información y Comunicación
- h) Monitoreo o supervisión

#### 1.1.5.1 Ambiente de control

El corazón de cualquier negocio es su gente, sus atributos individuales, incluyendo integridad, valores éticos y competencia, y el ambiente en el cual se trabaja. Es el motor que impulsa a una entidad y la base sobre la que todo descansa.

Este componente se refiere al establecimiento de un entorno que estimule e influencie las actividades del personal. Es la base para todos los componentes de control interno, proporcionando disciplina y estructura.

##### 1.1.5.1.1 Factores del Ambiente de Control

Los factores del ambiente de control son:

- a) La integridad y los valores éticos

Tiene como propósito establecer pronunciamientos relativos a los valores éticos y de conducta que se espera de todos los miembros de la organización durante el desempeño de sus actividades, ya que la efectividad del control interno depende de la integridad y valores de la gente que lo diseña y lo establece.

b) Compromiso por la competencia de los integrantes de la entidad.

Se refiere a los conocimientos y habilidades que debe poseer el personal para cumplir adecuadamente con sus tareas.

c) Consejo de directores o comité de auditoría

Debido a que estos órganos fijan los criterios que perfilan el ambiente de control, es determinante que sus miembros cuenten con la experiencia, dedicación e involucramiento necesario para tomar las acciones adecuadas e interactúen con los Auditores Internos y Externos.

d) La filosofía y el estilo operativo de la dirección

Los actores más relevantes son las actitudes mostradas hacia la información financiera, el procesamiento de la información, principios y criterios contables, entre otros.

Otros elementos que influyen en el ambiente de control se refieren a aspectos relacionados con:

Estructura Organizativa, Delegación de Autoridad y Responsabilidad y Políticas de Recursos Humanos.

El ambiente de control tiene gran influencia en la forma como se desarrollan las operaciones, se establecen los objetivos y se estiman los riesgos. Tiene que ver igualmente en el comportamiento de los sistemas de información y con la supervisión en general. A su vez es influenciado por la historia de la entidad y su nivel de cultura administrativa.

#### 1.1.5.2 Definición de objetivos

Dentro del contexto de misión y visión de la empresa, la dirección establece objetivos estratégicos. Posteriormente, ya puede identificar los eventos capaces de impedir su logro. La gestión de riesgos permite asegurar que la dirección tiene un proceso para alinear los objetivos con la misión y visión de la organización, y que están conformes con el grado de riesgo aceptado por la misma.

#### 1.1.5.3 Identificación de eventos

El objetivo principal dentro del control interno consiste en que la administración, identifica factores externos e internos que puedan afectar la ocurrencia de esos riesgos, que en alguna ocasión representan oportunidades, pero que también traen como consecuencia impactos negativos.

#### 1.1.5.4 Valoración del riesgo

La valoración de riesgos es la identificación y análisis de los riesgos relevantes que puedan afectar el logro de los objetivos, elaborando una base para determinar como deben ser administrados esos riesgos. Dado que las condiciones económicas, del ramo de la actividad, regulatorias y operativas son cambiantes, es necesario contar con mecanismos que permitan identificar y tratar los riesgos asociados a esos cambios.

A pesar de la diversidad de objetivos, se pueden establecer ciertas categorías generales:

##### a) Objetivos Estratégicos

Relacionados con metas de alto nivel, alineados con y apoyando la misión/visión de la entidad.

#### b) Objetivos Operacionales

Estos objetivos hacen referencia a la eficiencia y eficacia de las operaciones de la entidad, incluyendo metas de desempeño y rentabilidad, así como salvaguarda de los recursos contra pérdidas. Los mismos varían de acuerdo con las determinaciones de la dirección en cuanto a estructura y desempeño.

#### c) Objetivos de Información Financiera

Son los relativos a la preparación y publicación de estados financieros confiables que incluye la prevención contra la elaboración de informes contables fraudulentos. Principalmente están orientados por requerimientos para el uso del público.

#### d) Objetivos de Cumplimiento

Se refieren a la adhesión a leyes y reglamentos aplicables de la empresa. Dependen de factores externos, tales como reglamentaciones ambientales, las que tienden a ser similares para todas las entidades, en algunos casos, y para todas las entidades de un ramo de actividad, en otros.

Un riesgo significativo con una alta probabilidad de ocurrencia, demanda atención considerable, por ende, es importante que el análisis del riesgo sea racional y cuidadoso. Aunque cada entidad puede adoptar diversos criterios para valorar el riesgo,

algunos pueden tener tamaños indeterminados. Lo común es describirlos como alto, medio y bajo. Después de apreciar el significado y probabilidad del riesgo, se debe considerar cómo debe administrarse, es importante aclarar que las acciones que se lleven a cabo, para hacerlo son parte clave del proceso administrativo, no un elemento del sistema de control interno.

#### 1.1.5.5 Respuesta al riesgo

Su objetivo principal es verificar los eventos que tienen un impacto negativo y representan un riesgo por lo que la administración debe seleccionar respuestas oportunas y apropiadas dentro de la tolerancia al riesgo que tiene la empresa.

#### 1.1.5.6 Actividades de control

Son todas las políticas y procedimientos que ayudan a asegurar que las directrices de la dirección sean cumplidas. Contribuyen a asegurar que las acciones necesarias sean tomadas para enfrentar los riesgos en el logro de los objetivos de la entidad. Las actividades de control se dan en toda la organización a todos los niveles, y en todas las funciones.

Incluyen un rango de actividades tan diversas como:

a) Revisiones de alto nivel

- b) Funciones directas o actividades administrativas
- c) Procesamiento de información
- d) Controles físicos
- e) Indicadores de desempeño
- f) Segregación de responsabilidades

a) Revisiones de alto nivel:

Se realizan sobre el desempeño actual frente a presupuestos, previsiones, períodos anteriores, competidores, entre otros. La implementación de planes debe ser monitoreada para el desarrollo, con o sin finalización de nuevos productos y financiamiento.

b) Funciones directas o actividades administrativas:

Los gerentes que supervisan actividades o funciones revisan informes de desempeño.

c) Procesamiento de información:

Debe implementarse una gran variedad de controles para verificar la exactitud, integridad y autorización de transacciones. Los datos que se ingresan deben estar sujetos a controles de consistencia con archivos de control.

d) Controles físicos:

Crear controles para equipos, inventarios, inversiones, dinero en efectivo y otros activos que están físicamente protegidos y, periódicamente recontados y que el resultado sea comparado con los importes establecidos en los registros de control.

e) Indicadores de desempeño:

Consiste en relacionar unos con otros los diferentes conjuntos de datos operacionales o financieros, analizando interrelaciones e investigando y corrigiendo las acciones, como variaciones de precios de compra, porcentaje de órdenes de compra que son "órdenes urgentes", y el porcentaje de devoluciones con respecto al total de órdenes, entre otros. Mediante la investigación de resultados inesperados o de tendencias poco usuales, los administradores identifican circunstancias en las que el desarrollo subyacente y los objetivos de actividades no están siendo obtenidos.

f) Segregación de responsabilidades:

Las funciones son divididas o segregadas entre diferentes personas para reducir el riesgo de error o de acciones incorrectas, por ejemplo, deben estar segregadas

las funciones de autorización, registro y custodia de activos.

#### 1.1.5.7 Información y Comunicación:

Se debe identificar, capturar y comunicar la información pertinente en una forma y en un marco de tiempo que posibilite que la gente cumpla con sus responsabilidades.

##### a) Información

Se necesita información en todos los niveles de una organización para manejar el negocio y moverse hacia el logro de los objetivos de la entidad en todas las categorías:

- a) Operaciones
- b) Elaboración de información financiera y
- c) cumplimiento.

Una característica de este componente del control interno es que la información debe ser de calidad, oportuna, actual, exacta, accesible y por escrito, ya que afecta las decisiones que la gerencia tome para el control de las actividades.

Para tal efecto, es necesario que los reportes contengan datos apropiados y suficientes para soportar un control efectivo.

#### a) Comunicación

La comunicación es inherente a los sistemas de información. Los sistemas pueden proveer información al personal apropiado, para que puedan ejercer sus responsabilidades con relación a la realización de operaciones, y la elaboración de informes contables para el cumplimiento de leyes y regulaciones.

Sin embargo, la comunicación también debe efectuarse en un sentido más amplio, tratando con expectativas, responsabilidades de individuos y grupos, y otros temas importantes. Se caracteriza por la claridad y efectividad con que se comunica la información.

Por otra parte es importante que la administración comunique los mensajes correctos y proporcione los medios razonables para legitimar la información, los cuales pueden ser manuales de políticas, memorandos, entre otros.

#### 1.1.5.8 Monitoreo o supervisión

Los sistemas de control interno necesitan ser monitoreados. Monitoreo es un proceso que aprecia la calidad del desempeño de los sistemas a lo largo del tiempo. Esto es consumado a través de actividades de monitoreo continuo, evaluaciones separadas o una combinación de ambos. El monitoreo continuo ocurre en el

curso de las operaciones. Incluye actividades regulares de dirección y supervisión y otras acciones que el personal realiza para desempeñar sus tareas. El alcance y frecuencia de las evaluaciones separadas dependerá principalmente de una apreciación de riesgos y de la eficacia de los procedimientos de monitoreo continuo. Las deficiencias de control interno deben ser informadas a niveles superiores, siendo los asuntos serios transmitidos al nivel directriz superior y al directorio.

El monitoreo puede ser realizado de dos formas: a través de actividades continuas o de evaluaciones separadas.

Los sistemas de control interno estarán habitualmente estructurados para monitorearse a sí mismos en forma continua en determinado grado. Cuanto mayor sea el grado de monitoreo continuo y su eficacia, menor necesidad habrá de efectuar dichas evaluaciones.

a) Actividades de monitoreo continuo (Ongoing):

Las actividades que sirven para monitorear la eficacia del control interno en el curso ordinario de las operaciones son múltiples. Entre ellas incluyen actividades regulares de dirección y supervisión, comparaciones, conciliaciones y otras tareas de rutina.

#### b) Evaluaciones Separadas:

Mientras que los procedimientos de monitoreo continuo usualmente proporcionan retroalimentación importante sobre la efectividad de otros componentes de control, puede ser útil tomar de tiempo en tiempo una mirada fresca, centrada directamente en la efectividad del sistema. Ello también proporciona una oportunidad para considerar la continua efectividad de los procedimientos de monitoreo ongoing.

#### Alcance y frecuencia:

Las evaluaciones de control interno varían en alcance y frecuencia, dependiendo de la importancia de los riesgos que se están monitoreando y de los controles en la reducción de los mismos.

La evaluación de un sistema de control interno en su totalidad, puede ser causada por varias razones: cambio significativo de estrategia o de dirección, importantes adquisiciones o ventas, o cambios significativos en las operaciones.

#### 1.1.6 Limitaciones del Control Interno

El control interno, no importa cuan bien diseñado y manejado esté, puede brindar solamente una razonable seguridad a la dirección y al directorio con respecto al logro de los objetivos

de la entidad. La probabilidad de lograrlos está afectada por las limitaciones inherentes a todos los sistemas de control interno. Ellas incluyen la realidad de que el juicio humano en la toma de decisiones puede ser defectuoso y que a causa de dichas fallas humanas, pueden producirse caídas tales como simples errores o equivocaciones. Adicionalmente, los controles pueden ser burlados por la colusión entre dos o más personas, y la dirección puede violentar el sistema de control interno.

Al considerar las limitaciones del control interno, deben considerarse dos conceptos distintos:

a) El control interno eficaz opera con diferentes niveles y objetivos, relativos a la eficacia y eficiencia de las operaciones de la entidad en el logro de su misión básica, metas de rentabilidad y similares, puede ayudar a asegurar que la dirección esté en proporción al progreso de la entidad.

b) El control interno no puede proveer seguridad absoluta con respecto a ninguna de las tres categorías de objetivos.

La primera categoría de limitaciones reconoce que ciertos eventos o condiciones están simplemente fuera del control de la dirección, que se refiere al logro de objetivos. La segunda

tiene que ver con la realidad de que ningún sistema hará siempre aquello que se ha intentado hacer. Lo mejor que puede esperarse en cualquier sistema de control interno es que se obtenga una seguridad razonable.

## **1.2 DE LAS EMPRESAS**

### 1.2.1 Definición de Empresa

Existen muchas definiciones de empresa y entre ellas tenemos:

"Empresa es la unidad económica y social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que correspondan a las necesidades del elemento humano donde la empresa actúa".<sup>3</sup>

"Empresa es la unidad económica de carácter público o privado, formado por elementos humanos, materiales, financieros, técnicos que al combinarse en una forma coordinada desarrollan varias y diferentes actividades que se orientan hacia un mismo fin ya sea para obtener lucro o no."<sup>4</sup>

### 1.2.2 Clasificación de las Empresas

Los criterios bajo los cuales se clasifica la empresa salvadoreña son los siguientes:

---

3 Reyes Ponce, Agustín, Administración de Empresa primera parte, Editorial Limusa

<sup>4</sup> Mendoza Orante, Ricardo, Recopilación de Leyes Mercantiles, de El Salvador

1. Por su actividad económica

Según este criterio las empresas se presentan de la siguiente manera:

a) Empresa agropecuaria:

En este tipo de empresa se encuentran las que se dedican a actividades agrícolas como el cultivo de diferentes productos y a actividades pecuarias.

b) Empresa Industrial:

En este tipo de empresa se encuentran comprendidas, aquellas que obtienen materias primas e insumos y posteriormente los transforman en productos terminados mediante un proceso productivo.

c) Empresa Comercial:

Tienen como giro empresarial la compra y venta de productos con el objeto de obtener utilidades, teniendo como misión distribuir los artículos o productos de forma que lleguen a manos del consumidor.

Ejemplo de estas empresas, son las dedicadas a la venta de cosméticos por catálogo.

d) Empresa de Servicio:

Su actividad empresarial esta orientada a la comercialización de productos intangibles para satisfacer las necesidades

personales o derivadas de la industria o del comercio, como su denominación lo indica, brindan un servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos.

## 2. Por su tamaño:

La clasificación de la empresa salvadoreña según su tamaño micro, pequeña, mediana y grande, ha sido determinada por diferentes organismos:

- a) La Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES).
- b) Banco Central de Reserva de El Salvador
- c) Cámara de Comercio e Industria de El Salvador
- d) Banco Multisectorial de Inversiones (BMI).

Sin embargo todas guardan una estrecha relación económica y comercial, bajo los criterios más usuales como el número de empleados, monto de los activos y ventas anuales de las empresas, los cuales varían de acuerdo al criterio específico de cada institución.

## 3. Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) del Sector Comercio.

De acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), la utilizada por la mayoría de instituciones a nivel nacional (como FUSADES) e internacional para brindar información

sobre las actividades económicas con las que trabajan las instituciones, las empresas del Sector Comercio se clasifican en:

a) Comercio al por mayor:

Se define como la reventa (venta sin transformación) de productos nuevos y usados a comerciantes al por menor, a usuarios industriales o comerciales, instituciones, profesionales y a otros mayoristas.

Su clasificación es la siguiente:

- a) Materias primas agrícolas
- b) Minerales, metales y productos químicos industriales
- c) Madera aserrada y materiales de construcción
- d) Maquinaria y materiales para la industria, el comercio, la agricultura y vehículos automotores.
- e) Artículos de ferretería y eléctricos
- f) Muebles y accesorios para el hogar
- g) Géneros textiles y prendas de vestir
- h) Productos alimenticios, bebidas y tabaco
- i) Otro tipo de comercio al por mayor

b) Comercio al por menor:

La reventa (venta sin transformación) de productos nuevos y usados al público en general para consumo, uso personal o doméstico, por tiendas, grandes almacenes, puestos, entre otros.

Su clasificación es la siguiente:

- a) Abarroterías y otras tiendas para la venta de productos alimenticios y bebidas alcohólicas.
- b) Farmacias, ventas de cosméticos y productos veterinarios
- c) Tiendas de género textiles, prendas de vestir y calzado
- d) Muebles y accesorios para el hogar
- e) Ferreterías
- f) Vehículos, automotores y motocicletas
- g) Estaciones de gasolina
- h) Grandes almacenes y bazares
- i) Otro comercio al por menor
- j) Hoteles

### 1.2.3 Importancia de la Empresa Comercial Salvadoreña

En El Salvador, la empresa comercial tradicionalmente es considerada como uno de los sectores más importantes por su aporte a la sociedad, en cuanto al intercambio de bienes de calidad con el propósito de satisfacer las necesidades de los consumidores, e incrementar el bienestar socioeconómico de nuestro país, a través de la creación de fuentes de trabajo, así como el sostenimiento del servicio público, por medio de aportes al fisco y su contribución al Producto Interno Bruto. Por lo tanto, contribuye a los ingresos del Gobierno Central y a la economía de la familia.

#### 1.2.4 Responsabilidad Social de la Empresa Salvadoreña

Las empresas en general en nuestro país, son de gran utilidad debido a que constituyen fuentes generadoras de empleo contribuyendo con esto al crecimiento de las empresas, proporcionando a las nuevas generaciones medios de subsistencia.

#### 1.2.5 La Empresa y la Tecnología

La tecnología es uno de los mayores recursos con que cuentan los seres humanos, por lo que tiene su más directa incidencia en el desarrollo, gestión y uso de los recursos naturales a favor de la vida humana. A la vez, los cambios tecnológicos generan enormes beneficios en toda empresa, ya sea ésta pequeña, mediana o grande, lo que ha permitido que hoy en día las áreas funcionales de las organizaciones hayan llegado a un punto increíble de desarrollo, lo que hace imposible imaginar que sin la complejidad que brinda la tecnología las empresas podrían estar compitiendo dentro de un mercado globalizado que busca maximizar la rentabilidad en las operaciones comerciales de forma local o internacional.

#### 1.2.6 Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo.

##### 1.2.6.1 Antecedentes

La primera empresa precursora de la distribución de cosméticos y perfumería en El Salvador, es Productos Avon, S.A. fundada el 29

de Noviembre de 1978, sin duda la empresa de ventas de cosméticos por catálogo con mayor tradición y la número uno a nivel local en lo que a ventas se refiere, lo que la convierte en la empresa de mayor participación en las ventas directas.

Por su parte Ebel que ingreso en el mercado local hace aproximadamente cuatro años cuenta con una fuerte participación en este mercado, y figura en el primer lugar en categorías de tratamiento facial y de fragancias. Hoy en día son muchas las empresas dedicadas a esta actividad, las que aseguran estar creciendo no sólo porque compiten por precios bajos, sino porque no necesitan grandes inversiones en publicidad pues se promocionan de boca en boca. Bajo este contexto el negocio parece ser rentable, quienes incursionan en este modelo necesitan inversiones iniciales mínimas, con lo cual se reduce el riesgo de pérdida.

Los tiempos cambian, se hacen más complejos y competitivos y la mayoría de éstas empresas se han lanzado a la búsqueda de nuevas alternativas para llegar hasta los consumidores finales sin salirse totalmente de sus esquemas tradicionales.

#### 1.2.6.2 Definición

Las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, son empresas cuya comercialización de bienes de consumo y servicios es directamente a los consumidores, mediante el contacto personal de un distribuidor independiente, generalmente en sus hogares, en el domicilio de otros, en su lugar de trabajo, fuera de un local comercial, gimnasio, entre otros.

#### 1.2.6.3. Importancia de las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo.

Las ventas por catálogo son percibidas como una alternativa para lograr ingresos adicionales. Tanto así, que en los últimos años ha crecido el número de promotoras de cosméticos en nuestro país, fenómeno que también repercute en la facturación de las cada vez más numerosas compañías que se dedican a este negocio.

Por otra parte, en países con alta inflación, controles de cambio y crisis económicas prolongadas, la venta por catálogo de cosméticos tiende a fortalecerse e incrementa la fuerza laboral de un mercado.

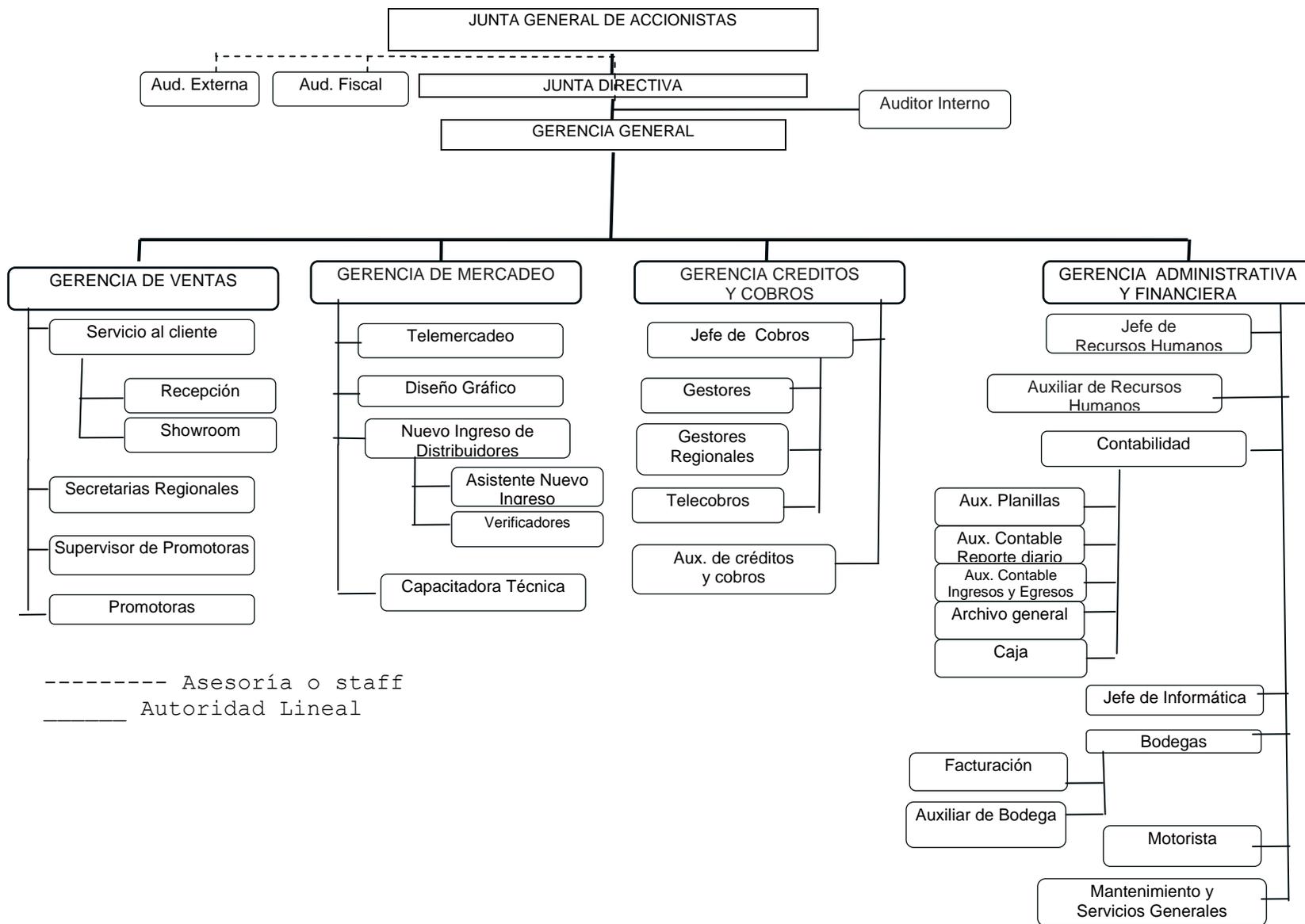
#### 1.2.6.4 Estructura Organizativa

La mayoría de las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y

perfumería por medio de catálogo, presentan la siguiente forma similar en su estructura organizativa:

Figura No.1

EMPRESA XYZ, S.A. de C.V.



1.2.7 Forma de Operar de las empresas dedicadas a la venta por catálogo.

La mayoría de estas empresas utilizan su nombre comercial por medio de la adquisición de franquicias cuyos propietarios son las corporaciones internacionales, manteniendo contratos permanentes para la utilización de dichos nombres.

La forma de cómo operan a nivel local es a través de sucursales en todo el país, conocidas como regionales las cuales funcionan como canales de exhibición de productos y toma de pedidos (no cuentan con bodegas), las casas matrices están ubicadas en San Salvador donde se encuentran las bodegas y en las cuales se facturan y se envían los pedidos al interior del país.

Para recaudar los pagos de los diferentes distribuidores estas empresas cuentan con diferentes cuentas bancarias en las cuales los distribuidores efectúan los depósitos para liquidar los productos adquiridos, unas trabajan en forma simultánea con los bancos para la disminución del saldo y otras solicitan a que el distribuidor se acerque a las diferentes sucursales para entregar la copia del depósito realizado para proceder al descargo del saldo; las cuales no efectúan venta de los productos siempre y cuando el cliente no ha realizado el pago de lo adeudado o abono parcial del mismo.

Estas empresas trabajan en forma similar que las comercializadoras en base al otorgamiento de créditos con los procedimientos de recopilación de los requisitos solicitados según las políticas establecidas para otorgarlos.

#### 1.2.8 Canales de Distribución

Un canal de distribución de los bienes de consumo se define como: Las redes de distribución por las cuales los bienes pasan de las manos de las empresas que los distribuyen, hasta los mercados.

Las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo utilizan este mecanismo, como medio para hacer llegar a los consumidores la variedad de productos que ofrecen, los cuales efectúan los pedidos por medio de los distribuidores con los clientes a los cuales se le efectúan las ventas directas, la mayoría de estas empresas comercializan sus productos a través de campañas dependiendo la temporada las cuales se exhiben por medio de los catálogos, otras lo realizan a través de eventos de exhibición en los cuales los distribuidores solicitan los pedidos de los productos que desean distribuir y la comercialización dependerá de las existencias.

Entre las diferentes sublíneas que ofrecen estas empresas están: Productos para el cabello, perfumería, vitaminas,

higiene personal, maquillajes, productos para la piel, productos para bebé, joyería, Lencería masculina y femenina, zapatos, ropa de vestir, artículos para hacer ejercicios, productos para la cocina, entre otros.

A diferencia de otras fuerzas de ventas profesionales, las vendedoras de las empresas por catálogo (distribuidores: son en gran mayoría mujeres) se mueven a partir de motivación, validación y obviamente tras la posibilidad de acceder a un ingreso extra que aportan a sus muchas veces degradadas economías familiares.

A partir de las últimas décadas, la mujer está mucho más dedicada a tareas fuera de su hogar, ya sea en búsqueda de su desarrollo profesional e independencia económica o directamente por la necesidad de aportar otro ingreso de dinero a su casa, la venta por catálogo se presenta como una solución ideal de consumo ya que llega hasta el lugar mismo donde se encuentra el cliente facilitando la tarea de elección y compra de artículos de necesidad, muchas veces relacionados con los cosméticos, perfumería, lencería, o elementos para el hogar como ollas, envases, electrodomésticos, entre otros.

### 1.2.9 Manuales de las empresas

Las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo poseen sus propios manuales de procedimientos, pero no son los apropiados para satisfacer las necesidades de los clientes en tal sentido se definen los términos de manual, procedimientos y manuales de procedimientos y los objetivos que con ellos se pretende.

#### 1.2.9.1 Definición de manual

Documento elaborado sistemáticamente en el cual se indican las actividades, a ser cumplidas por los miembros de un organismo y la forma en que las mismas deberán ser realizadas, ya sea conjunta o separadamente.

#### 1.2.9.2 Objetivos

Considerando que los manuales administrativos son un medio de comunicación de las políticas, decisiones y estrategias de los niveles directivos para los niveles operativos.

A continuación se definen los siguientes objetivos:

- ✓ Presentar una visión de conjunto de la organización (Manual de Organización)
- ✓ Precisar las funciones de cada unidad administrativa (Manual de Organización)
- ✓ Presentar una visión integral de cómo opera la organización ( Manual de procedimientos)

- ✓ Precisar la secuencia lógica de las actividades de cada procedimiento ( Manual de procedimientos)
- ✓ Precisar la responsabilidad operativa del personal en cada unidad administrativa ( Manual de procedimientos)
- ✓ Precisar funciones, actividades y responsabilidades para un área específica ( Manual por función específica)
- ✓ Proporcionar el mejor aprovechamiento de los recursos humanos y materiales ( Manuales administrativos)

#### 1.2.9.3 Tipos de manuales

A continuación se definen los diferentes tipos de manuales que se utilizan en las empresas:

- ✓ Manual de Organización: El manual de organización describe la organización formal, mencionando, para cada puesto de trabajo, los objetivos del mismo, funciones, autoridad y responsabilidad.
- ✓ Manual de Políticas: El manual de políticas contiene los principios básicos que regirán el accionar de los ejecutivos en la toma de decisiones.
- ✓ Manual de procedimientos y normas: El manual de procedimientos y normas describe en detalle las operaciones que integran los procedimientos las

normas a cumplir por los miembros de la organización compatibles con dichos procedimientos administrativos en el orden secuencial de su ejecución.

#### 1.2.9.4 Beneficios de los manuales

Entre algunos beneficios que proporcionan los manuales se pueden mencionar los siguientes:

- ✓ Flujo de información administrativa
- ✓ Guía de trabajo a ejecutar
- ✓ Coordinación de actividades
- ✓ Uniformidad en la interpretación y aplicación de normas
- ✓ Revisión constante y mejoramiento de las normas, procedimientos y controles.
- ✓ Simplifica el trabajo como análisis de tiempo.

#### 1.2.10 Procedimientos

##### 1.2.10.1 Definición de procedimientos

Los procedimientos consisten en describir detalladamente cada una de las actividades a seguir en un proceso laboral, por medio del cual se garantiza la disminución de errores.

##### 1.2.10.2 Objetivos

El principal objetivo del procedimiento es el de obtener la

mejor forma de llevar a cabo una actividad, considerando los factores del tiempo, esfuerzo y dinero.

#### 1.2.10.3 Importancia

El hecho importante es que los procedimientos existen a todo lo largo de una organización, aunque, como sería de esperar, se vuelven cada vez más rigurosos en los niveles bajos, más que todo por la necesidad de un control riguroso para detallar la acción, de los trabajos rutinarios, llega a tener una mayor eficiencia cuando se ordenan de un sólo modo.

#### 1.2.10.4 Características de los procedimientos

Mellinkoff, describe las siguientes características de procedimientos:

- ✓ No son de aplicación general, sino que su aplicación va a depender de cada situación en particular.
- ✓ Son de gran aplicación en los trabajos que se repiten, de manera que facilita la aplicación continua y sistemática.
- ✓ Son flexibles y elásticos, pueden adaptarse a las exigencias de nuevas situaciones.

#### 1.2.10.5 Beneficios de los procedimientos

Entre los beneficios más importantes se encuentran los siguientes:

- ✓ Aumento del rendimiento laboral
- ✓ Permite adaptar las mejores soluciones a los problemas

- ✓ Contribuye a llevar una buena coordinación y orden en las actividades de la organización.

#### 1.2.10.6 Estructura de los procedimientos

Los procedimientos se estructuran de la siguiente manera:

- ✓ Identificación, este título contiene la siguiente información:
  - Logotipo de la organización
  - Denominación y extensión de corresponder a una unidad en particular, debe anotarse el nombre de la misma.
- ✓ Lugar y fecha de elaboración
- ✓ Numero de revisión
- ✓ Unidades responsables de su revisión y autorización
- ✓ Índice o contenido
- ✓ Introducción
- ✓ Exposición sobre el documento, su contenido, objeto, área de aplicación e importancia de su revisión y actualización.
- ✓ Objetivos de los procedimientos
- ✓ Explicación del propósito que se pretende cumplir con los procedimientos
- ✓ Áreas de aplicación o alcance de los procedimientos
- ✓ Responsables
- ✓ Unidades administrativas y puesto que intervienen en los procedimientos en cualquiera de sus fases
- ✓ Políticas o normas de operación

### 1.2.11 Manual de procedimientos

#### 1.2.11.1 Definición de manual de procedimientos

Son documentos que registran y transmiten, sin distorsiones, la información básica referente al funcionamiento de las unidades administrativas; además facilitan la actuación de los elementos humanos que colaboran en la obtención de los objetivos y el desarrollo de las funciones.

#### 1.2.11.2 Objetivos

Los manuales de procedimientos en su calidad de instrumento administrativo tienen como objetivo:

- ✓ Uniformar y controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria.
- ✓ Determinar en forma más sencilla las responsabilidades por fallas o errores.
- ✓ Facilitar las labores de auditoria, la evaluación del control interno y su vigilancia.
- ✓ Aumentar la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y como deben hacerlo.
- ✓ Ayudar en la coordinación del trabajo y evitar duplicaciones.

## 1.3 INVENTARIOS

### 1.3.1 Antecedentes

El inventario surgió como consecuencia de la escasez y la acumulación de bienes; remontándose a las épocas en que apareció el comercio como una de las actividades del hombre por medio del cual se inició el intercambio de bienes que tenía en exceso por aquellos que le hacían falta para suplir sus necesidades.

Con el crecimiento de la actividad comercial, el hombre desarrolló los sistemas productivos, pasando gradualmente de los métodos artesanales de producción a procesos técnicos que le permitieron obtener mayores volúmenes de producción y de esta manera disponer de más bienes para el intercambio, cimentando así, las bases para la comercialización del sistema económico contemporáneo. Con este desarrollo en la producción, fue posible la acumulación de bienes para el intercambio, lo que dio origen a lo que actualmente se conoce como Inventarios, y consecuentemente a la necesidad de administrarlos.

Los inventarios, hasta principios del presente siglo, fueron analizados con criterio estrictamente contable, cuyo objetivo era el de llevar buenos registros de entradas y salidas para evitar fugas o pérdidas por malos manejos. Con el surgimiento de las Finanzas de la Empresa como un campo especial de estudio a comienzos de este siglo, debido a que antes se le consideraba como parte de la Economía, el problema de la administración de

inventarios fue tomando importancia en el análisis económico de cualquier tipo de empresa, especialmente las Comerciales, ya que los inventarios constituyen el principal rubro dentro de sus activos.

### 1.3.2 Definiciones

#### 1.3.2.1 Definición de Inventarios

La Norma Internacional de Contabilidad No.2, define el término de Inventarios como existencias así:

Son activos:

- (a) poseídos para ser vendidos en el curso normal de la explotación;
- (b) en proceso de producción de cara a esa venta; o
- (c) en forma de materiales o suministros, para ser consumidos en el proceso de producción o en el suministro de servicios<sup>5</sup>.

Entre los inventarios también se incluyen los bienes comprados y almacenados para revender, entre los cuales se encuentran, por ejemplo, las mercaderías adquiridas por un minorista para revender a sus clientes y también los terrenos u otros activos inmobiliarios que se tienen para ser vendidos a terceros. También son inventarios los productos terminados o en curso de

---

<sup>5</sup> Norma Internacional de Contabilidad No. 2: Existencias Párrafo 6

fabricación por la empresa, así como los materiales y suministros para ser usados en el proceso productivo.

#### 1.3.2.2 Definición de Gestión de Inventarios

En términos generales Gestión se refiere a la "acción y efecto de administrar"<sup>6</sup>. De ahí que Gestión de inventarios o gestión de stock, se define como "el proceso que no se detiene en el tiempo, sino que supone una actividad continuada."<sup>7</sup>

#### 1.3.3 Objetivos e Importancia de la Administración de Inventarios

Existen varios objetivos en la buena administración de los inventarios; entre ellos se pueden mencionar los siguientes:

- a) Determinar la cantidad económica a ordenar y cuando deberá ser ordenada.
- b) Minimizar los costos de administración
- c) Minimizar la inversión en inventarios
- d) Mantener un sistema eficiente de información de los inventarios.
- e) Asegurar la continuidad de las operaciones, evitando la escasez y los excesos de inventarios.
- f) Controlar las pérdidas por daños, obsolescencia y desperdicio.

---

<sup>6</sup> Ramón García Pelayo y Gorss, Diccionario Larouse Ilustrado, Año 1999 Pág-502

<sup>7</sup> Francisca Parra Guerrero, Gestión de Stocks, 2ª Edición., Año 1999 Pág. 15

Existen varios inconvenientes que siempre están presentes e impiden que se logren a cabalidad estos objetivos, ya que alcanzarlos todos a la vez sería imposible.

Los inventarios representan un reto para cualquier administración, por la complejidad e importancia de su manejo en las empresas, por la atención que demanda para el buen funcionamiento de las operaciones y el impacto que producen en los Estados Financieros, es decir, es un rubro del cual la eficiencia con que sea administrado, se refleja directamente en las utilidades.

Algunos aspectos a tomar en cuenta respecto a los objetivos e importancia de los Inventarios, son los siguientes:

a) Rotación Adecuada del Producto

Es importante que la empresa mantenga un plazo promedio de inventario razonable que le permita rotar sus productos en un tiempo adecuado para no caer en problemas de vencimiento e iliquidez por no realizarlas y así cumplir con el propósito para el cual fueron comprados, es decir, la venta del mismo.

b) Mantener un Inventario Mínimo y Máximo o Nivel Adecuado

Toda empresa debe manejar niveles máximos y mínimos de sus inventarios, con el propósito de hacerles frente a las diferentes demandas que se presentan debido a las ventas cíclicas, estacionarias o temporales y, de esta manera, no caer en problemas de exceso de inventarios, que pueden ocasionar

pérdidas innecesarias por deterioro y vencimiento, por otro lado, se puede producir una escasez del producto que daría como consecuencia pérdida en ventas y, por ende, no se mejorarían las utilidades de la misma.

#### c) Métodos de valuación

Es necesario que los métodos para valuar los inventarios sean los más adecuados, ya que de éstos depende por completo la determinación del Costo de Venta, y por ello la utilidad o pérdida en las operaciones de la empresa.

#### d) Manejo y Protección

Es menester que los inventarios sean manejados debidamente, que se mantengan en óptimas condiciones, es decir, buenas instalaciones para evitar robo o deterioro; que las instalaciones estén aseguradas, así como la mercadería, por cualquier contingencia. Por todo lo anterior, se puede ver la importancia que revisten los inventarios, no solo por los objetivos que persigue la entidad, sino porque son la base para determinar la utilidad o pérdida de una empresa y es por eso que se hace énfasis en el buen manejo y control de éstos.

#### 1.3.4 Sistemas de registro de inventarios

Un aspecto fundamental para un adecuado control de los inventarios es un sistema de registro que permita tener

información constante y correcta sobre las existencias de mercaderías en bodega. El diccionario enciclopédico Qullet define el término sistema de la siguiente manera:

“El conjunto de normas, principios y procedimientos que ordenadamente y enlazados entre si, contribuyen a alcanzar un objetivo determinado.”

Los sistemas de contabilidad se relacionan principalmente con los registros financieros y de costos, pero pueden incluir mayor información y deben ser útiles para algo más que simples fines financieros. El objetivo fundamental de los sistemas de contabilidad de los inventarios es ayudar a la administración a proporcionarle información sobre las necesidades, existencias, costos, entradas, salidas, consumos, entre otros. Los registros de inventarios en las empresas son necesarios por las razones siguientes:

1. No puede confiarse en la transmisión oral de la información, ni en la memoria, debido a que:
  - a) Las operaciones son muy frecuentes y numerosas.
  - b) Información demasiado voluminosa.
  - c) En algunos casos, la información resulta compleja.
  - d) Algunos asuntos son muy importantes para confiarse a la memoria.

2. La información se organiza mejor cuando está por escrito siendo necesario para protección de la empresa y cumplir con requisitos legales.

Un sistema, desde el punto de vista contable, lo constituye un grupo de registros conexos que difiere de varios registros individuales en que la información sigue de un registro a otro en forma organizada.

Existen fundamentalmente dos sistemas para el control contable y físico de los inventarios:

- a) Inventario Permanente o Perpetuo
- b) Inventario Analítico o Periódico

a) Inventario Permanente o Perpetuo

Con este sistema, los registros del inventario se mantienen siempre al día. La ventaja de este sistema es que la información que proporciona es corriente, pero requiere el mantenimiento de un juego completo de registros de inventarios. En teoría, no se necesitan conteos de inventario, pero normalmente se les hace verificar los datos de los registros. Además, los principios de contabilidad, requieren que se cotejen los saldos de las cuentas de inventarios con el Inventario real de la empresa por medio de un conteo periódico. El mantenimiento de la información del inventario consiste básicamente, en el registro de cada transacción individual.

La base de este sistema consiste en dividir las existencias

por grupos, para luego, en distintas fechas durante el curso del año, se vayan practicando inventarios en los diferentes grupos. Para su buen funcionamiento, este sistema exige mantener al día las Cuentas Individuales de los Artículos en Existencia, o sea, el registro diario del movimiento de la mercadería.

#### b) Inventario Analítico o Periódico

Con este sistema el inventario se determina por medio de un conteo en una fecha determinada. Si el conteo se realiza frecuentemente no es necesario mantener registros extensos de inventarios para la presentación de informes. El inventario presentado en el Balance General, se determina por medio del conteo y se valúa de acuerdo con el método adoptado uniformemente. Se usa el cambio neto entre el inventario inicial y el final para el cálculo del costo de la mercancía vendida. En este sistema, no se lleva ningún registro detallado de los productos que entran y salen de la empresa. O sea que, en un momento determinado, para conocer el importe del inventario es necesario efectuar un recuento físico de los productos que están en existencia, asignándole los valores correspondientes, a fin de efectuar los ajustes necesarios para establecer los resultados.

#### 1.3.5 Métodos de Valuación de los Inventarios

La utilidad de los métodos de valuación de inventarios, radica en

la valoración debida de la mercadería no vendida al terminar el período contable, debido a que el valor del inventario final afecta el costo de la mercaderías vendidas y la utilidad neta que aparece en el Estado de Resultados, así como el inventario final que se presenta como un activo en el Estado de situación financiera.

El costo de adquisición de las existencias comprenderá el precio de compra, los aranceles de importación y otros impuestos ( que no sean recuperables posteriormente de las autoridades fiscales), los transportes, el almacenamiento y otros costes directamente atribuibles a la adquisición de las mercaderías, los materiales o los servicios. Los descuentos comerciales, las rebajas y otras partidas similares se deducirán para determinar el coste de adquisición<sup>8</sup>.

El objetivo principal en la selección de un método de costeo del inventario es obtener una presentación realista de las utilidades, según el movimiento de los artículos del inventario.

El objetivo principal de la contabilidad de inventarios es la determinación correcta de la utilidad mediante el proceso de fusionar los costos adecuados con los ingresos.

---

<sup>8</sup> Norma Internacional de Contabilidad No. 2: Existencias. Párrafo 11

El proceso de enfrentar dichos costos con los ingresos, significa conocer qué importe de los artículos disponibles se aplicarán como costo de las mercancías vendidas en el período y qué parte queda como inventarios, para enfrentarlos con ingresos futuros.

Los inventarios pueden valuarse por medio de los siguientes métodos, según el Artículo No. 143 del Código Tributario de nuestro país:

a) Costo según última compra

Es decir, que si se hubieren hecho compras de un mismo artículo en distintas fechas y a distintos precios, la existencia total de estos bienes se consignará con el costo que hayan tenido la última vez que se compraron.

b) Costo promedio por aligación directa

El cual se determinará dividiendo la suma del valor total de las cinco últimas compras o de las efectuadas si es menor, entre la suma de unidades que en ellas se hayan obtenido.

c) Costo promedio

Bajo este método el valor del costo de los inventarios de cada

uno de sus diferentes tipos o clases es determinado a partir del promedio ponderado del costo de las unidades en existencia al principio de un período y el costo de las unidades compradas o producidas durante el período. El promedio puede ser calculado en una base periódica, o al ser recibido cada compra, embarque o lote de unidades producidas, dependiendo de las circunstancias de la actividad que desarrolla el sujeto pasivo.

d) Primeras Entradas Primeras Salidas

Bajo este método se asume que las unidades del inventario que fueron compradas o producidas, son vendidas primero, respetando el orden de ingreso a la contabilidad de acuerdo a la fecha de la operación, consecuentemente el valor de las unidades en existencia del inventario final del período corresponde a las que fueron compradas o producidas más recientemente, entre otros.

**1.4 CONTROL INTERNO DE LOS INVENTARIOS EN LA EMPRESAS DEDICADAS  
A LA VENTA DE COSMETICOS Y PERFUMERIA POR MEDIO DE CATALOGO**

La gestión de inventarios ha evolucionado en los últimos años, por los avances de la administración y la importancia de planificar las actividades o transacciones realizadas durante el funcionamiento normal de la empresa, de acuerdo a las necesidades para obtener mayor eficiencia y eficacia en su

desarrollo, sin dejar de valorizar los efectos en la rentabilidad del período.

Las necesidades de mejorar y facilitar la adecuada manipulación de los productos, unido a los avances tecnológicos, han ayudado a la administración de estas empresas a actualizar el control de éstos, por medio del uso de computadoras, sistemas de inventarios, los cuales son más eficientes, confiables, seguros y están al alcance de la mayoría de las empresas.

Las empresas que manejan cosméticos y perfumería se ven en la necesidad de crear controles diferentes a los que se utilizan en otro tipo de empresas, ya que a pesar de la rotación de inventarios que se debe realizar se dan los problemas de tener productos que tienden a vencerse, deteriorarse o averiarse. Para estas empresas existe un alto riesgo de pérdidas, muchas veces por la flexibilidad o deficiencia en los controles al momento de la manipulación.

La procedencia de los diferentes productos con que cuentan para comercializar son algunos países como: Estados Unidos, Brasil, México, Francia, España. Entre otros. La administración del inventario considerando factores como el

mencionado anteriormente es más compleja, debido a una cantidad de problemas logísticos que surgen con el manejo de los mismos.

Los Principales proveedores con que cuentan estas empresas son: Vogue Corp. International, Constance Carol, AVON Products., EBEL International, Joias Condor, Elegance, Coffecoos Zaffra Inc. e com., Rommanel, Corporación Zaffiro, Coradys & Moras LTDA, entre otros., cada proveedor de acuerdo a las diferentes líneas que distribuyen, efectúan las importaciones por vía marítima cuyos embarques entran por las diferentes fronteras.

De acuerdo a los procedimientos independientes de manejar los inventarios, las diferentes líneas y sublíneas de la gran variedad de productos, y la experiencia sobre el conocimiento de los diferentes problemas que se generan en la administración de los mismos, ha generado la inquietud de contribuir al mejoramiento de la gestión de los mismos a través del diseño de un control interno en el área de inventarios.

## **CAPITULO II**

### **METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

#### **2.1 TIPO DE ESTUDIO**

Descriptivo / Analítico:

Esta investigación es considerada de tipo analítica - descriptiva, analítica porque se analizó la importancia de mejorar la gestión en el área de inventarios de las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo y descriptiva porque se conoció la falta de control del manejo del área de inventarios de dichas empresas, el cual permitirá obtener respuestas a la problemática existente; el estudio determinará la importancia de la aplicación del control interno con enfoque COSO, con la finalidad de mejorar la administración de los inventarios y consecuentemente la emisión de información financiera confiable.

#### **2.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **2.2.1 Delimitación espacial**

La investigación de campo se realizó en la zona metropolitana del departamento de San Salvador.

### 2.2.2 Delimitación Temporal

La investigación se delimitó tomando en cuenta las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, con negocios vigentes al 31 de diciembre de 2004.

### 2.2.3 Delimitación Teórica

El trabajo de investigación que se realizó, se enfocó en el diseño de un control interno para el área de inventarios de las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, basado en los procedimientos de control interno según el enfoque de COSO (Committee of Sponsoring Organizations).

## **2.3 UNIDAD DE ANÁLISIS**

Las unidades de análisis incluidas en la investigación fueron, las empresas dedicadas a la venta de productos de cosméticos y perfumería por medio de catálogo obteniendo información de los encargados del área de inventarios y los responsables del control interno como gerentes, contadores y administradores de los mismos.

## **2.4 DETERMINACIÓN DE UNIVERSO Y MUESTRA**

### 2.4.1 Universo

La determinación del universo se obtuvo por medio de un listado de todas las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo en el área metropolitana del departamento de San Salvador que en total son 20, dicha información fue proporcionada en forma directa por la Dirección General de Estadísticas y Censos (DYGESTIC), además se confirmó la existencia de dichas empresas en el Centro Nacional de Registros. (Anexo No.1.)

### 2.4.2 Muestra

Considerando que el número de empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería en el área metropolitana del departamento de San Salvador es de veinte empresas, para nuestro estudio se investigó el 100%, obteniendo así mayor representatividad y confiabilidad, por lo que no fue necesaria la aplicación de una fórmula estadística que nos ayudara a la determinación de la muestra.

## **2.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.**

### 2.5.1 Investigación Bibliográfica

La sistematización documental, sirvió para conocer los aspectos generales y específicos del tema, relacionado con procedimientos de control interno e inventarios.

Los datos recolectados a través de esta técnica fueron el punto inicial de la investigación y desempeñaron un papel determinante para completar el trabajo de campo.

Se utilizó como instrumento de esta técnica fichas de trabajo obtenidas de: libros, folletos, tesis, información de Internet, diccionarios, entre otros. que tuvieran relación con el tema de investigación.

Sobre la base de esta fuente de información se pudo ampliar los conocimientos, conceptos y otros aspectos que tienen relación con el tema a desarrollar.

#### 2.5.2 Investigación de Campo

La investigación bibliográfica se complementó con la investigación de campo, de las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo.

Para la recolección de los datos se utilizó un cuestionario que contenía preguntas cerradas y de opción múltiple como técnica de la encuesta, para recopilar la información (Anexo N° 2).

Esta información se complementó con la técnica de entrevista mediante la cual se entrevistó a los responsables del control

interno como administradores, gerentes, y contadores de las empresas antes mencionadas.

## **2.6 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

Al finalizar el trabajo de campo, los resultados obtenidos en los cuestionarios fueron tabulados en hojas electrónicas; obteniendo las respectivas frecuencias (absoluta y relativa) con su gráfico, dichos resultados permitieron hacer una interpretación de los mismos, estableciendo las conclusiones y posteriores recomendaciones.

## **2.7 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS**

A partir de la información obtenida en el cuestionario estructurado, se procedió a analizar e interpretar individualmente cada una de las repuestas, concentrándose en cuadros de frecuencias con sus respectivos gráficos ( Anexo No 3), facilitando dicho análisis, considerando la existencia de las preguntas de opción múltiple, cuyo resultado varía del total de la muestra. Los resultados obtenidos, permitieron diagnosticar la situación actual de las empresas que venden cosméticos y perfumería por medio de catálogo.

## **2.8 DIAGNOSTICO**

Después de haber efectuado el análisis a los resultados de la

investigación de campo se procedió a estructurar el diagnóstico siguiente:

La mayoría de las empresas encuestadas afirmaron tener conocimiento sobre el control interno y aplicar procedimientos con enfoque tradicional, inadecuado a las necesidades actuales, por lo que en su opinión necesitan ser mejorados y la minoría de los casos conoce sobre el control interno con enfoque COSO.

Al evaluar las situaciones principales que afectan actualmente la eficiente gestión del área de inventarios determinamos que, son pocas las empresas que actualizan mensualmente los procedimientos de control interno de los mismos, además se identificaron ciertos factores críticos tales como: el volumen de mercadería que manejan, tomas inadecuadas de decisiones y mala segregación de funciones, que inciden negativamente en el control de inventarios.

Además las empresas sujeto de estudio manifestaron lo siguiente:

- ✓ Cuentan con diversos tipos de seguro, para la salvaguarda de sus inventarios.
- ✓ Clasifican los inventarios por las siguientes líneas: perfumería, cabello, cosméticos, higiene personal, productos

para la piel, productos para bebés, entre otros, limitando con ello el control de las existencias.

- ✓ La mayoría de la mercadería de estas empresas es importada haciendo necesario implantar diversos controles en el proceso de adquisición y venta a fin de minimizar, los riesgos existentes.
- ✓ Poseen centros de exhibición de mercadería distribuidos por zonas geográficas.

Al investigar sobre la práctica de algunas políticas se determinó que:

- ✓ Trasladan su mercadería a través de notas de remisión, notas de envío, operaciones que carecen de procedimientos por escrito que contribuya a respaldar dicho proceso, conjuntamente con las consecuencias de no adherirse al cumplimiento, del uso de la documentación que exige la legislación vigente en estos casos.
- ✓ Utilizan promociones, como mecanismos para liquidar la mercadería próxima a vencer, de baja rotación o averiada.

El no aplicar los procedimientos adecuados para controlar este tipo de mercadería implica para las empresas pérdida, por lo que hace necesaria la implementación de procedimientos efectivos.

Se observó que gran parte de las empresas aceptan devoluciones de productos, y aunque tienen establecidas ciertas condiciones para su aceptación, carecen de procedimientos, que les ayuden a identificar la causa que origina la devolución.

Además se confirmó que pocas empresas efectúan levantamientos físicos de inventario mensualmente, el resto los hace trimestral y anualmente.

Al evaluar al personal involucrado en las actividades de inventarios se determinó, que varias empresas manifestaron que la responsabilidad del control interno es de la administración.

Se determinó que los encuestados afirman aplicar la segregación de funciones en el área de inventarios, lo que reduce el riesgo de acciones inapropiadas. Y que el personal encargado del área de inventario recibe capacitación relacionada a su cargo, para desarrollar eficientemente sus funciones.

La mayoría de los encuestados manifestaron que las deficiencias de control interno en el área de inventarios son comunicadas a la Gerencia, y que se están tomando acciones correctivas cuando existen desviaciones en dicho control interno.

El 100% de los encuestados, entre ellos Gerentes, Administradores y Contadores, opinaron que es necesario que se diseñe un control interno, para el área de inventarios, ya que mejorará la gestión administrativa de los mismos.

### CAPITULO III

#### DISEÑO DE CONTROL INTERNO CON ENFOQUE COSO PARA MEJORAR LA GESTION EN EL AREA DE INVENTARIOS PARA LAS EMPRESAS QUE SE DEDICAN A LA VENTA DE COSMÉTICOS Y PERFUMERÍA POR MEDIO DE CATALOGO EN EL AREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR.

Como resultado de la investigación tanto bibliográfica como de campo, se conoció gran parte de la incidencia de la gestión en el área de inventarios que es uno de los principales rubros con que cuentan las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo y el control que hay que ejercer sobre los mismos por tal motivo se lleva a cabo el desarrollo del presente capítulo.

#### 3.1 ENFOQUE DE LA PROPUESTA

La finalidad del desarrollo del capítulo III es el diseño de control interno con enfoque COSO, con el cual se pretende mejorar la gestión en el área de inventarios describiendo la estructura, objetivos, procedimientos y políticas, a través de un manual de procedimientos, que servirá de guía a las empresas cuyo giro económico es la venta de productos de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, basado en los procedimientos establecidos en el Informe COSO, con el propósito que sea de utilidad en estas empresas para:

- a) Salvaguardar los activos de la empresa
- b) Reducir costos que intervienen en su adquisición y mantenimiento.
- c) Disminuir pérdidas de capital
- d) Mejorar la calidad de atención al cliente
- e) Minimizar autorizaciones desmesuradas por devoluciones de productos dañados o de baja demanda por consumo.
- f) Controlar el crecimiento de producto averiado
- g) Determinar mínimos y máximos de existencias
- h) Que sirva de herramienta a la administración para lograr eficiencia y eficacia en las actividades relacionadas con el inventario.

Las empresas conocen la importancia de los fundamentos de la administración de inventarios, ya que una gestión adecuada requiere de una coordinación entre las unidades de ventas, compras, bodegas y finanzas, y la falta de dicha coordinación entre estas unidades puede conducir con el tiempo a un fracaso financiero.

Por otro lado, la confiabilidad en la información presentada en los estados financieros de las empresas se debe en parte al eficiente control interno que aplica la administración en los diferentes procesos; por medio de pruebas, verificaciones y procedimientos para que los controles internos administrativos,

financieros y políticas contables se cumplan para dar seguridad razonable de las cifras que los estados financieros presentan en el rubro de inventarios.

Por lo tanto, la administración de las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio catálogo, sin duda lograrán este objetivo mediante la aplicación de un eficiente control Interno basado en el Informe COSO.

### **3.2 ESTRUCTURA DE CONTROL INTERNO**

La estructura de control interno para el área de inventario de las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, está compuesta por los siguientes elementos: Objetivos, políticas y procedimientos, los cuales se desarrollan en el "Manual de procedimientos de control interno para el área de inventarios de las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo".

### **3.3 OBJETIVOS DE CONTROL INTERNO**

Dentro de la estructura de control interno se encuentran los siguientes:

- a) Salvaguarda del activo realizable
- b) Confiabilidad en la elaboración de la información financiera.
- c) Cumplimiento con leyes y regulaciones aplicables vigentes

a) Salvaguarda del activo realizable

La protección del inventario, es un objetivo de primordial importancia, por ser parte de los activos de las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo. Su protección precisa en: controlar el crecimiento del producto averiado, minimizar las autorizaciones por devoluciones de productos dañados o de baja demanda por consumo, limitar su acceso debido a que es un activo propenso a sustracción, entre otros; el cual requiere de la realización de levantamientos físicos periódicos u otros procedimientos para verificar su existencia física de los registrados en controles contables y administrativos.

b) Confiabilidad en la elaboración de la información financiera.

La continua aplicación de procedimientos de control interno del inventario permite la obtención de información veraz, confiable y oportuna de ese rubro, la cual es resumida y presentada en informes, a través de los cuales la Gerencia evalúa el proceso operativo del inventario, y sobre esa base toma de decisiones pertinentes.

c) Cumplimiento con leyes y regulaciones aplicables vigentes.

A partir de la obtención de información confiable y oportuna, se puede dar cumplimiento a las regulaciones establecidas en

el Código Tributario y en la Norma Internacional de Contabilidad No. 2 Existencias.

#### **3.4 PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO**

El desarrollo de los procedimientos de control interno que se presenta, se ha realizado tomando de base las deficiencias encontradas, al efectuar el análisis de los resultados de la investigación.

A fin de obtener una mayor comprensión de la aplicabilidad, de los procesos involucrados en el área de inventarios y sustentar el control interno se presentan a continuación:

El control de la mercadería en el almacén, efectuar conteos físicos, solicitud de compra de mercadería, generación de líneas para nuevos productos, recepción y entrega de mercadería, salidas, recepción y entrega de mercadería averiada, transferencia de mercadería a sucursales, devolución de mercadería de clientes; en el diseño de un manual de procedimientos, en el cual se desarrollan cada uno de los procesos involucrados en el área mencionada.

#### **3.5 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO, PARA EL ÁREA DE INVENTARIOS DE LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE COSMÉTICOS Y PERFUMERÍA POR MEDIO DE CATÁLOGO.**

### 3.5.1 Introducción

El manual de procedimientos desarrollado tiene como finalidad, proporcionar a las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, un documento que sirva de guía y consulta permanente, que facilite la operatividad en el área de inventarios.

Se describen los objetivos del manual, aspectos generales, alcance, políticas, los procedimientos de control interno con enfoque COSO, con la finalidad de que sea de fácil entendimiento para el usuario.

Finalmente se presenta la propuesta de los modelos de procedimientos que se deben realizar, la descripción y ejemplificación de los procesos, así como los responsables de cada departamento que intervienen en el manejo del área de inventarios.

### 3.5.2 Objetivos

#### 3.5.2.1 General

Definir procedimientos de control interno para el área de inventarios de las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, fundamentados en normas de control interno según COSO, para la adquisición, manejo,

custodia y autorización de operaciones que realizan las empresas que venden estos productos; tendiendo a mejorar significativamente la administración, así como la presentación de información confiable en los estados financieros.

#### 3.5.2.2 Específicos

- ✓ Contar con un manual de procedimientos, que describa los pasos a seguir al realizar una actividad relativa a su puesto de trabajo, a fin de obtener resultados confiables, oportunos y de calidad para satisfacción de sus clientes tanto internos como externos.
  
- ✓ Establecer criterios que regulen y promuevan el uso eficiente, eficaz y transparente de los inventarios, que permitan una adecuada administración, bajo criterios de racionalidad, simplificación y modernización.

### **3.6 ASPECTOS GENERALES DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

3.6.1 Limitaciones en la aplicación del manual de procedimientos.

- ✓ Inadecuada estructura organizativa que no permita establecer segregación de funciones.
- ✓ Flexibilidad a decisiones en situaciones excepcionales.
- ✓ Diversidad de tomas de decisiones (Dualidad de mandos).

### 3.6.2 Ventajas

- ✓ Mejora en la administración del área de inventarios.
- ✓ Estandariza los procedimientos de control interno en el área de inventarios.
- ✓ Incentiva al responsable del área de inventario un cambio en el ambiente laboral.
- ✓ Suministro de información de calidad.

### 3.6.3 Importancia

- ✓ Al elaborar el manual se tomó en cuenta el papel que desempeñan las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo en el ámbito comercial y los diferentes canales de distribución que utilizan, por lo que es necesario destacar los beneficios que el manual aportará a las referidas empresas.
  
- ✓ Ayudar al responsable del área de inventarios en la optimización del tiempo en el desarrollo de los procedimientos de tipo operativo, agilizando el trabajo y evitando con ello la burocracia de los mismos.

- ✓ Servir de guía a la administración, para simplificar la gestión, evitando así los conflictos que se generan en los procesos involucrados en el área de inventarios.

### **3.7 NORMAS PARA EL MANTENIMIENTO DEL MANUAL DE CONTROL INTERNO**

Este manual de procedimientos considera aspectos de fácil entendimiento tanto para los lectores como para los responsables del área de inventarios.

- ✓ Esta herramienta debe estar disponible para el personal del área de inventarios de las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo.
- ✓ Al efectuar modificaciones, adiciones o eliminaciones, estas deben responder a cambios de políticas de las empresas y la previa autorización de la Gerencia General o la Junta General de Accionistas.
- ✓ El manual debe ser revisado anualmente como mínimo o cuando ocurran cambios significativos a la normativa actual.

### **3.8 ALCANCE**

Estos procedimientos de control interno, para el área de inventarios de las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, se aplican para todos los administradores, contadores, bodegueros y personal responsable

de la custodia y administración de los inventarios en las empresas mencionadas.

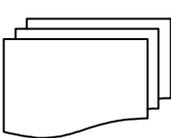
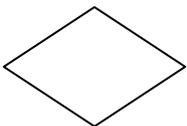
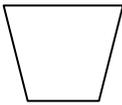
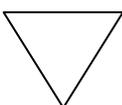
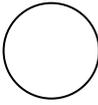
### **3.9 POLÍTICAS ESPECÍFICAS DE LOS PROCEDIMIENTOS APLICABLES AL ÁREA DE INVENTARIOS.**

a) El titular del almacén tendrá a su cargo las siguientes responsabilidades:

- ✓ El orden, registro, control, guarda y administración de las existencias de las mercaderías que se encuentran bajo su custodia.
- ✓ Mantener actualizados los registros de control de las mercaderías en su custodia.
- ✓ Coordinar a su personal para que los almacenes estén en buenas condiciones de higiene y seguridad.
- ✓ Notificar al área solicitante la incorporación de las mercaderías requeridas con anterioridad, y que no se hubiese surtido en el momento solicitado.
- ✓ Entregar la información inherente a los movimientos de entradas y salidas de mercadería al departamento de Contabilidad, así como cualquier aclaración de dichos movimientos.

- b) Almacén General será la única área facultada para recibir mercadería.
- c) Al recibir la mercadería, el personal del almacén verificará que cumpla con las características de calidad y contenido estipuladas en el contrato que ordene su incorporación almacenaria; asimismo, solicitará al área usuaria o técnica, emita el visto bueno de los mismos, de considerarse necesario.
- d) Deberá designarse un responsable que llevará a cabo la generación de las líneas de productos, debiendo respetar los parámetros establecidos.
- e) Previo a la adquisición de mercaderías se consultará en el sistema software las existencias de las mercaderías requeridas a efecto de evitar compras innecesarias.
- f) Deberán llevar a cabo inventarios físicos en los períodos que consideren necesarios, con muestreo de tres meses.
- g) Los movimientos de salidas de mercaderías deberán ser con una orden de transferencia y/o Requisición.
- h) Para comercialización de la mercadería se emitirá factura, crédito fiscal y nota de remisión donde especificará el código, la cantidad, descripción del producto, precio unitario y precio total para su venta.

### 3.10 SIMBOLOGÍA A UTILIZAR EN LOS PROCEDIMIENTOS PARA EL CONTROL DE LOS INVENTARIOS.

Símbolo	Representa
	Inicio o término. Indica el principio o el fin del flujo, puede ser acción o lugar.
	Proceso o actividad. Representa la ejecución de actividades u operaciones dentro del proceso, método o procedimiento.
	Documento. Representa un documento en general que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Multidocumento. Representa varios documentos en general que entren, se utilicen, se generen o salgan del procedimiento.
	Decisión o alternativa. Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más alternativas.
	Operaciones manuales. Constituye la realización de una operación o actividad en forma específicamente manual.
	Archivo. Indica que se guarda un documento en forma temporal o permanente.
	Conector de página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continúa el diagrama de flujo.
	Conector. Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.

### **3.11 DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO CON ENFOQUE COSO PARA:**

#### 3.11.1 Controlar la Mercadería en el Almacén.

Los componentes que se han considerado en este proceso son los siguientes:

##### Actividades de control:

Según el informe COSO se han propuesto muchas descripciones diferentes de los distintos tipos de control tales como controles preventivos, detectivos, manuales, computarizados y administrativos, las actividades de control pueden ser descritas para objetivos de control específicos, por ejemplo: asegurar que el procesamiento de datos sea completo y exacto; así como controles físicos que minimizarán el riesgo de daño o pérdida al momento de manipular la mercadería, el orden de los productos en el almacén debe facilitar el oportuno procesamiento de los pedidos entre otros.

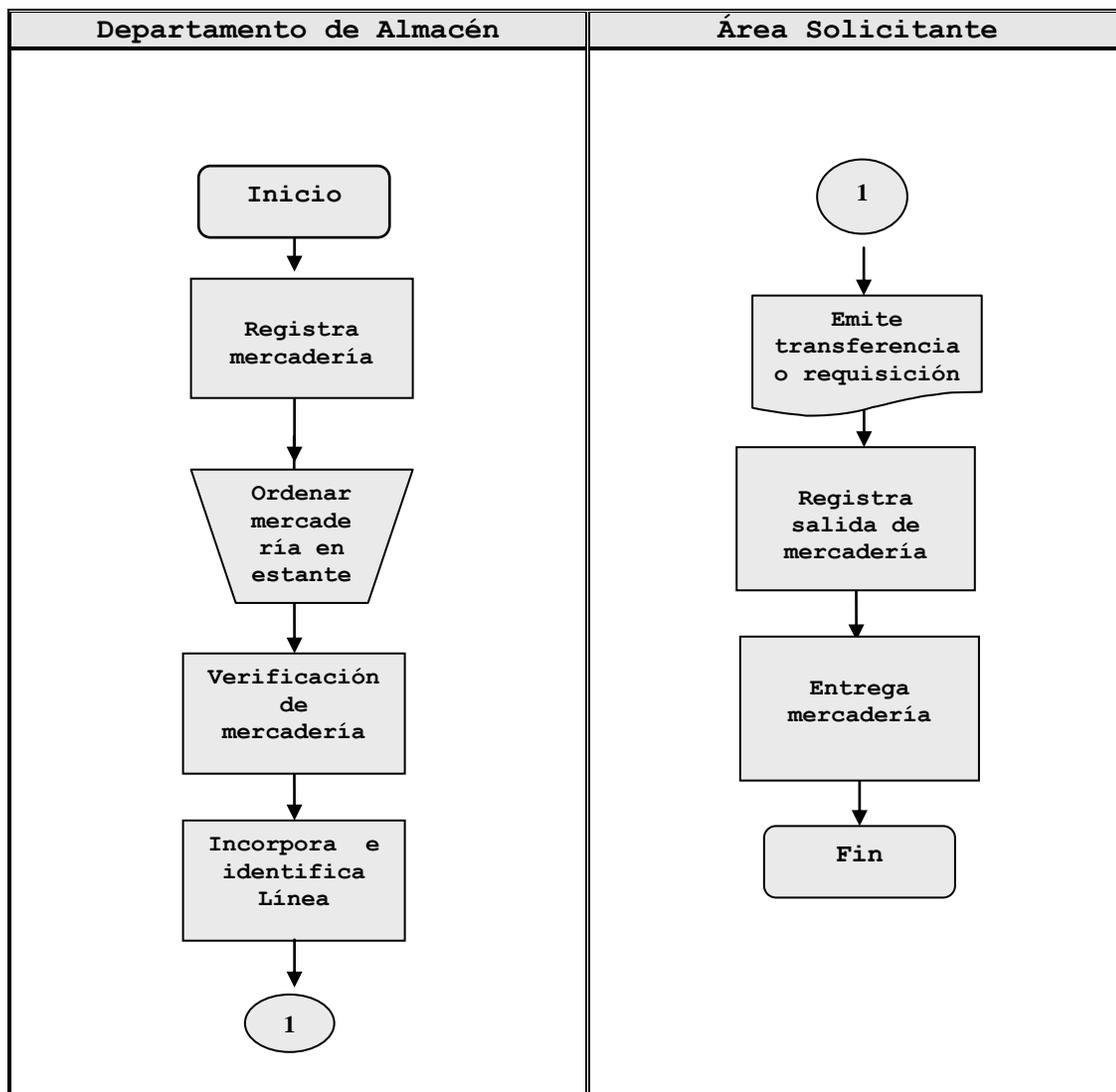
##### Información y Comunicación:

La calidad de información generada por sistemas afecta la habilidad de la gerencia para tomar decisiones apropiadas para la administración y el control de las existencias en el almacén.



						CLAVE	HOJA	DE	
							1	1	
DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA									
CONTROLAR LA MERCADERIA EN EL ALMACEN									
FECHA DE						UNIDAD ADMINISTRATIVA			
ELABORACIÓN			ACTUALIZACIÓN			ALMACEN GENERAL			
DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO				
18	04	2006							
AREA RESPONSABLE			DESCRIPCION				DOCUMENTO		
1. Departamento de almacén			1.1	Registra la mercadería, para su incorporación al sistema software.				Transferencia o requisición (Anexo No10)	
			1.2	Incorpora y acomoda la mercadería en el espacio físico del almacén.					
			1.3	Verifica que la mercadería se encuentre en perfectas condiciones para pasar al área de despacho.					
			1.4	Incorpora e identifica la línea de productos conforme al catalogo de mercaderías al sistema software.					
			1.5	Emite transferencia o requisición para exhibir productos.					
2. Área solicitante			2.1	Recibe y registra salida de productos del almacén en el sistema software.					
3. Departamento de almacén			3.1	Entrega mercadería para mostruários o para su exhibición.					
Elaboró			Bo. Vo.			Autorizó			

Figura No.2  
FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA CONTROLAR LA MERCADERIA EN EL ALMACEN



### 3.11.2 Efectuar Inventario Físico

Los componentes que se han considerado en este proceso son los siguientes:

#### Actividades de control

La actividad principal es el control físico, de inventarios en forma periódica los cuales son contados y comparados con las cantidades presentadas en los registros de control implementados por la empresa.

#### Información y Comunicación:

Proporcionar información precisa y suficiente del estado en que se encuentra el inventario y en el caso de existir diferencias entre el inventario físico realizado con los controles de existencia de mercadería investigar dicha diferencia.

#### Monitoreo o supervisión:

Supervisar y dirigir permanentemente las actividades asignadas a cada uno de los encargados del control de inventarios, para que no existan diferencias cuando se efectúe un inventario físico.

Realizar comparaciones periódicas de las cantidades registradas por el sistema de información y las unidades físicas, para efectos de determinar si el conteo de la mercadería es igual a los registros existentes.

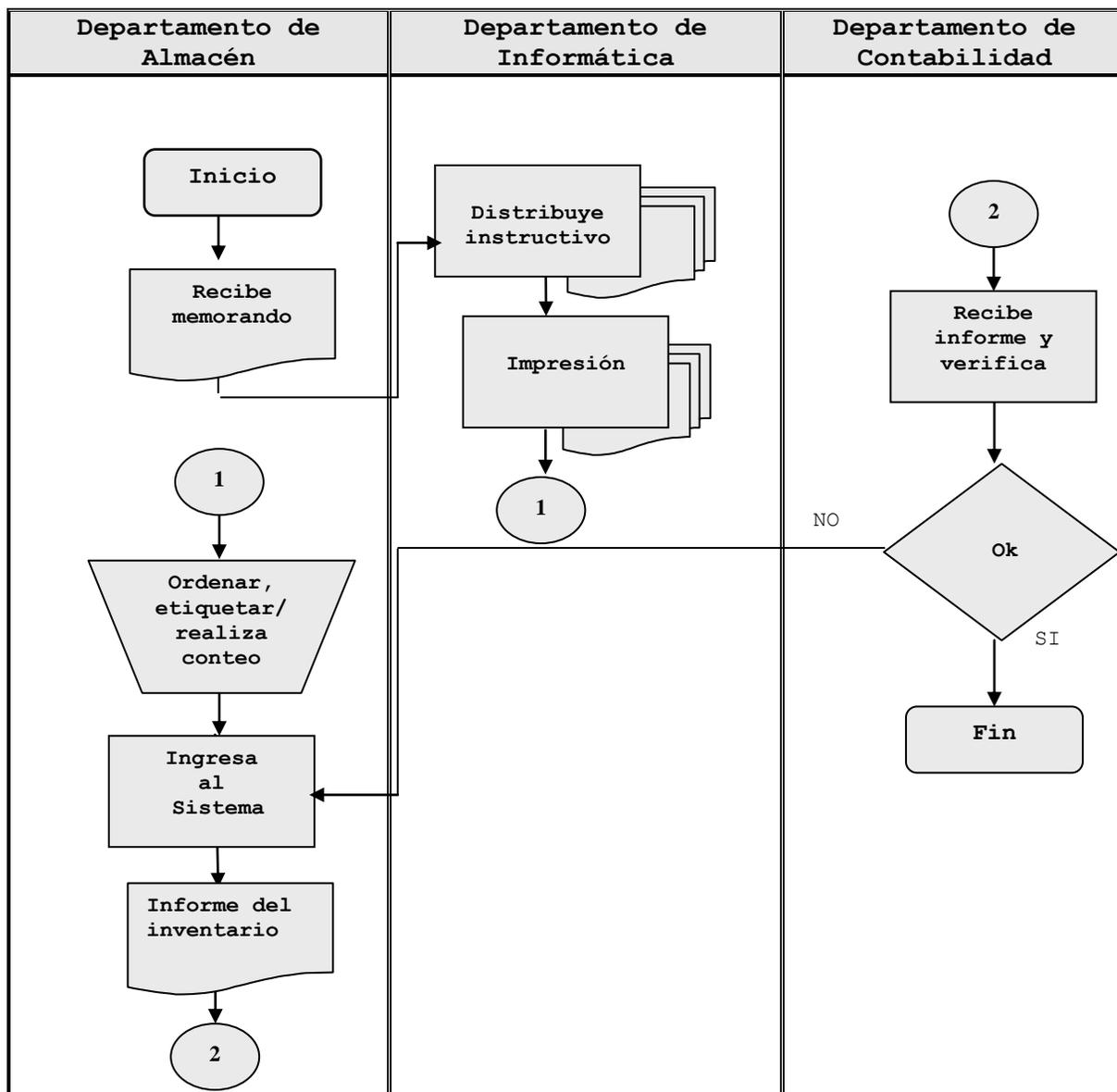


						CLAVE	HOJA	DE	
							1	2	
DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA									
EFECTUAR EL INVENTARIO FISICO									
FECHA DE						UNIDAD ADMINISTRATIVA			
ELABORACIÓN			ACTUALIZACIÓN			ALAMCEN GENERAL			
DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO				
18	04	2006							
Area responsable			Descripción				DOCUMENTO		
1. Departamento de almacén			1.1	Recibe instrucciones previas por contabilidad o auditoria según programación de inventario físico.				Memorando (Anexo No 4)	
2. Departamento de informática			2.1	Distribuye el instructivo para llevar a cabo la toma física del inventario, indicando las actividades a realizar, días, horas y personal que formara parte en la toma física del inventario.					
			2.2	Imprime los reportes de las diferentes líneas de mercadería, diversos almacenes y códigos para identificarlos en las tarimas o estantes.					
3. Departamento de almacén			3.1	Acomoda los productos y coloca los códigos a cada uno de ellos y proceden al conteo físico, con la participación del personal de almacén, contabilidad y administración notificando del evento a los auditores externos.					



						CLAVE	HOJA	DE	
							2	2	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA</b>									
<b>EFFECTUAR EL INVENTARIO FISICO</b>									
<b>FECHA DE</b>						<b>UNIDAD ADMINISTRATIVA</b>			
<b>ELABORACIÓN</b>			<b>ACTUALIZACION</b>			<b>ALMACEN GENERAL</b>			
<b>DIA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>	<b>DIA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>				
18	04	2006							
<b>AREA RESPONSABLE</b>			<b>DESCRIPCIÓN</b>				<b>DOCUMENTO</b>		
			3.2	Se captura en el modulo de inventarios las cantidades Obtenidas del conteo fisico Y obtiene cifras de existencias fisicas y compara contra existencias reportadas en el sistema software					
			3.3	Informa al área de contabilidad de la terminación del inventario para realizar el cierre de la rutina y hacer las verificaciones de diferencias encontradas.					
Elaboró				Bo. Vo.			Autorizó		

Figura No.3  
FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA EFECTUAR INVENTARIOS FISICOS.



### 3.11.3 Solicitud de Compra de Mercadería

Los componentes que se han considerado en este proceso son los siguientes:

#### Información y comunicación:

El uso formal de los canales de comunicación para informar sobre los requisitos de la obtención de los productos que sean requeridos incluyendo cantidades y fechas; minimiza el riesgo de la insuficiencia o exceso de éstos, así como la inexactitud o requerimientos inoportunos del inventario previsto.

#### Monitoreo o Supervisión:

El monitoreo se lleva a cabo en el curso normal de las operaciones, e incluye actividades de supervisión, para verificar si se han cumplido los requisitos para la adquisición de productos y si éstos han ingresado a la bodega y han sido registrados correctamente por el departamento de contabilidad.

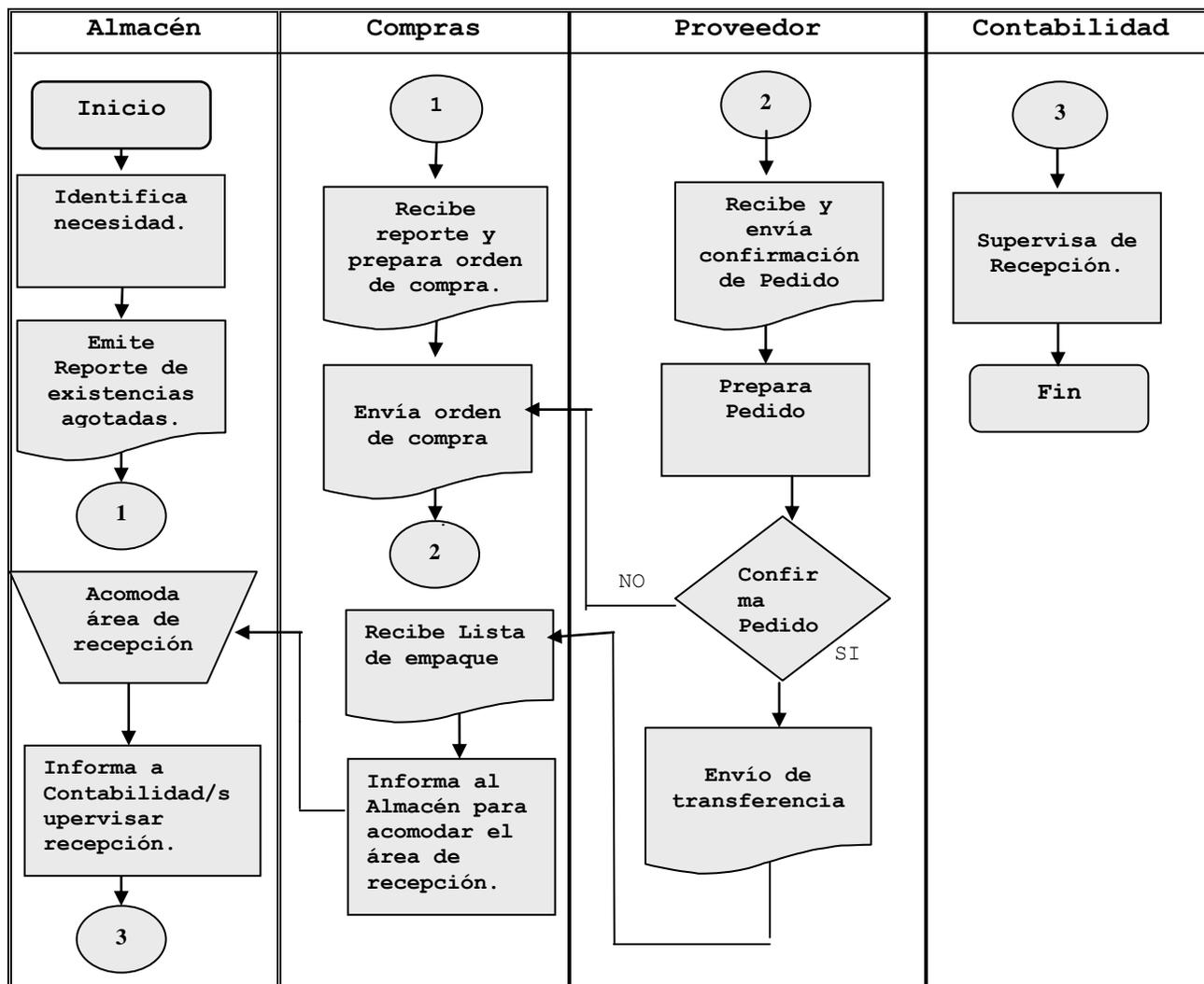


						CLAVE	HOJA	DE	
							1	2	
DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA									
SOLICITUD DE COMPRA DE MERCADERIA									
FECHA DE						UNIDAD ADMINISTRATIVA			
ELABORACIÓN			ACTUALIZACIÓN			ALMACEN GENERAL			
DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO				
18	04	2006							
AREA RESPONSABLE			DESCRIPCION				DOCUMENTO		
1. Departamento de almacén			1.1	Emite reporte de existencias agotadas al departamento de compras.					
2. Departamento de compras			2.1	Recibe y prepara orden de compra					
			2.2	Envía orden de compra para que el proveedor despache la mercadería solicitada.				Orden de compra (Anexo No 5)	
3. Proveedor			3.1	Recibe y envía confirmación de pedido					
			3.2	Prepara pedido y envía lista de empaque					
			3.3	Confirma envío de mercadería				Transferencia (Anexo No 6)	
4. Departamento de compra			4.1	Recibe lista de empaque para comprobar la mercadería que será recibida.				Lista de empaque (Anexo No 7)	
			4.2	Informa al departamento de almacén para que acomode el área donde será desembarcada la mercadería.					



						CLAVE	HOJA	DE	
							2	2	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA</b>									
<b>SOLICITUD DE COMPRA DE MERCADERIA</b>									
<b>FECHA DE</b>						<b>UNIDAD ADMINISTRATIVA</b>			
<b>ELABORACIÓN</b>			<b>ACTUALIZACIÓN</b>			<b>ALMACEN GENERAL</b>			
<b>DIA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>	<b>DIA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>				
18	04	2006							
<b>AREA RESPONSABLE</b>			<b>DESCRIPCION</b>				<b>DOCUMENTO</b>		
5. Departamento de almacén			5.1	Acomoda el área e instruye al personal que se encargara de recibir la mercadería.					
			5.2	Informa al departamento de contabilidad para que asigne a un responsable de supervisar la recepción de mercadería.					
6. Departamento de contabilidad			6.1	Asigna personal encargado de verificar la recepción de mercadería.					
Elaboró			Bo. Vo.			Autorizó			

Figura No. 4  
 FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA SOLICITUD DE COMPRA DE MERCADERIA



#### 3.11.4 Generar Líneas de Productos en Software

El componente que se ha considerado en este proceso es el siguiente:

Valoración de riesgos:

Existen ciertas condiciones que según este componente deberán ser sujetas de consideración especial, entre ellas:

- a) El cambio en el ambiente de operación
- b) Personal nuevo
- c) Sistemas de información nuevos
- d) Crecimiento rápido
- e) Tecnología nueva
- f) Líneas, productos, actividades nuevas, entre otros.

Esta última circunstancia aplica en el caso de las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería, cuando estas incorporan una línea nueva en sus inventarios, en este caso se presenta la situación por la cual los controles existentes deberán ajustarse y supervisarse, para evitar inconsistencias al momento de la afectación de los inventarios con el ingreso de estos nuevos productos.



						CLAVE	HOJA	DE	
							1	3	
DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA									
GENERAR LINEAS DE PRODUCTOS EN SOFTWARE									
FECHA DE						UNIDAD ADMINISTRATIVA			
ELABORACIÓN			ACTUALIZACIÓN			ALMACEN GENERAL			
DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO				
18	04	2006							
AREA RESPONSABLE			DESCRIPCION				DOCUMENTO		
1. Área solicitante			1.1	Verifica en el sistema software si el producto que va a solicitar esta registrado.					
			1.2	Si el producto no esta registrado, procede a registrarlo.					
			1.3	Efectúa algún cambio en el sistema software indicando la descripción del producto, unidad de medida, presentación y/o especificaciones necesarias.					
			1.4	El número de clave lleva nueve dígitos los cuales se asignan de la siguiente manera:  A. Los dos primeros dígitos llevan el tipo de línea numérica. (maquillaje, perfumes, joyería, entre otros)  B. El tercero y cuarto digito corresponden a las diferentes sub. líneas: (uso, presentación, tonos, entre otros)					

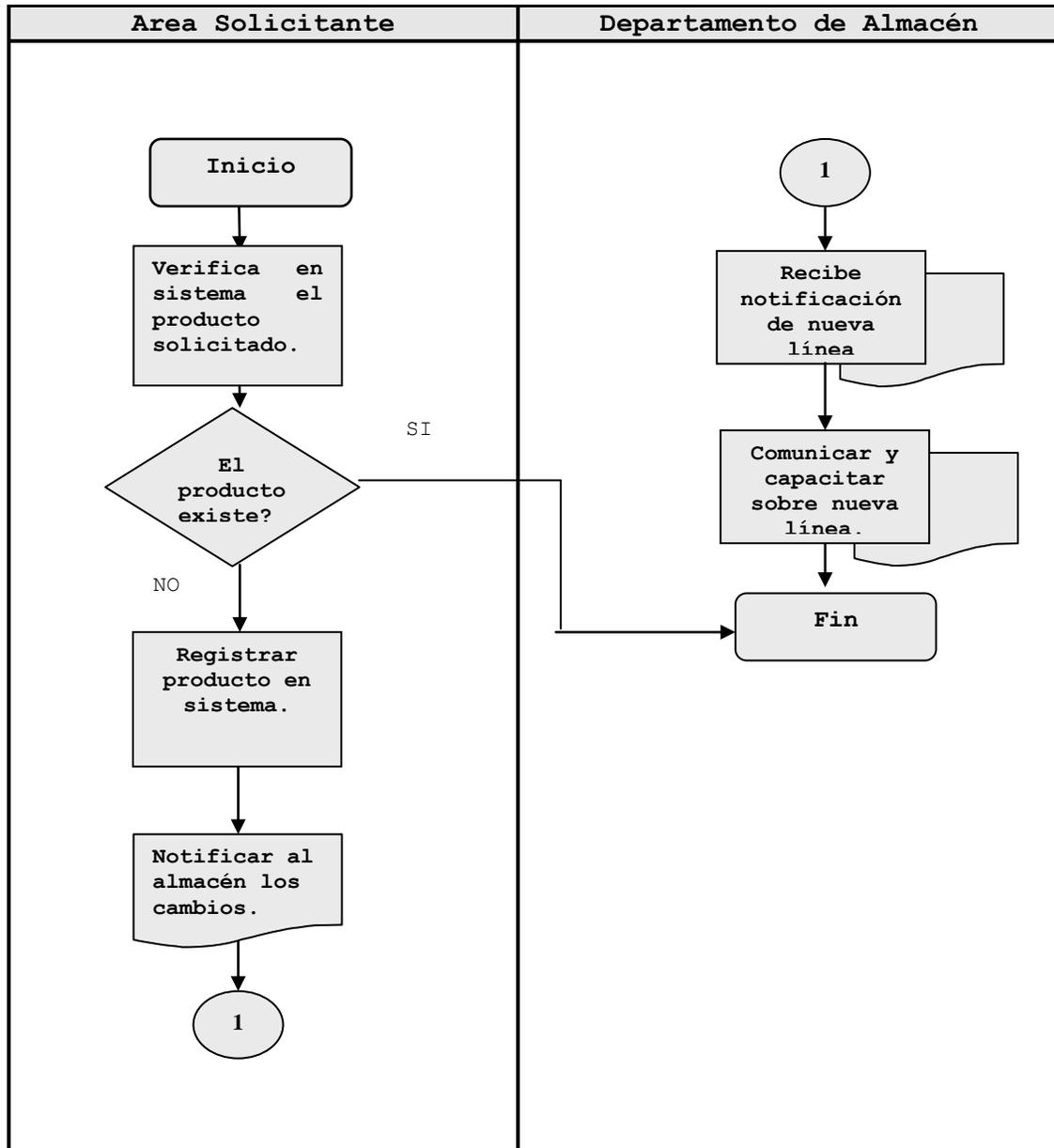


						CLAVE	HOJA	DE
							2	3
DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA								
GENERAR LINEAS DE PRODUCTOS EN SOFTWARE								
FECHA DE						UNIDAD ADMINISTRATIVA		
ELABORACIÓN			ACTUALIZACIÓN			ALMACEN GENERAL		
DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO			
18	04	2006						
AREA RESPONSABLE			DESCRIPCION				DOCUMENTO	
			<p>C. Los siguientes dígitos corresponden a correlativo interno.</p> <p>Otras codificaciones se basan en:</p> <p>A. Los dos primeros dígitos llevan el tipo de línea numérica.</p> <p>B. El tercer y cuarto dígito corresponden a la procedencia</p> <p>C. Los siguientes dígitos Corresponden a correlativo interno</p> <p>En los casos de joyería y lencería si existieren:</p> <p>A. Los dos primeros dígitos llevan el tipo de línea numérica.</p> <p>B. El tercer y cuarto dígito corresponden a la procedencia.</p> <p>C. Los siguientes dígitos corresponden a correlativo interno.</p> <p>D. Se utilizan dígitos alfa en el caso de colores, tallas y kilatage.</p>					



						CLAVE	HOJA	DE	
							3	3	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA</b>									
<b>GENERAR LINEAS DE PRODUCTOS EN SOFTWARE</b>									
<b>FECHA DE</b>						<b>UNIDAD ADMINISTRATIVA</b>			
<b>ELABORACIÓN</b>			<b>ACTUALIZACIÓN</b>			<b>ALMACEN GENERAL</b>			
<b>DIA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>	<b>DIA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>				
18	04	2006							
<b>AREA RESPONSABLE</b>			<b>DESCRIPCION</b>				<b>DOCUMENTO</b>		
2. Departamento de almacén			1.5	Informa al departamento de almacén por escrito las nuevas líneas y/o cambios efectuados en el sistema software de las líneas existentes.				Reporte de sistema (Anexo No 8)	
			2.1	Procede a comunicar al personal del área para codificar y etiquetar los productos existentes y a la vez conocer la nueva línea a utilizar para el despacho de pedidos.					
Elaboró			Bo. Vo.			Autorizó			

Figura No. 5  
FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA GENERAR LINEAS DE PRODUCTOS EN SOFTWARE



### 3.11.5 Recepción y Entrega de Mercadería

Los componentes que se han considerado en este proceso son los siguientes:

#### Actividades de Control:

Es importante mantener una seguridad física constante de los productos recibidos, por ejemplo: habilitando el lugar necesario para la capacidad total de los pedidos, instrucciones del cuidado en el manejo y almacenamiento de los productos delicados por su naturaleza, entre otros.

#### Información y comunicación:

Debe asegurarse que los productos recibidos y la entrega de los mismos sea controlada en los registros de inventarios del almacén, así como la entrega de toda la documentación apropiada a las unidades respectivas que intervienen en la recepción.



						CLAVE	HOJA	DE	
							1	2	
DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA									
RECEPCION Y ENTREGA MERCADERIA									
FECHA DE						UNIDAD ADMINISTRATIVA			
ELABORACIÓN			ACTUALIZACIÓN			ALMACEN GENERAL			
DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO				
18	04	2006							
AREA RESPONSABLE			DESCRIPCION				DOCUMENTO		
1. Departamento de almacén			1.1	Recibe mercadería del proveedor con la documentación correspondiente, Verificándola físicamente, respecto a cantidad, No. De lote y fecha de caducidad, firma de verificación en la factura y la entrega al proveedor.					
2. Departamento de almacén (jefe del Depto.)			2.1	Recibe el jefe del departamento de almacén la factura del proveedor, sella y firma de recibido una vez validada por el almacenista.					
			2.2	Registra en el sistema software en el modulo de captura de facturas accedendo el pedido y/o la requisición de compra registrando el numero de la factura, cantidad, precio, fecha de caducidad y no. De lote.				Retaceo (Anexo No 9)	
			2.3	Elabora requisición y/o transferencia para exhibición de mercadería o para abastecer área de despacho.				Requisición Transferencia (Anexo No 10)	



						CLAVE	HOJA	DE	
							2	2	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA</b>									
<b>RECEPCION Y ENTREGA MERCADERIA</b>									
<b>FECHA DE</b>						<b>UNIDAD ADMINISTRATIVA</b>			
<b>ELABORACIÓN</b>			<b>ACTUALIZACION</b>			<b>ALMACEN GENERAL</b>			
<b>DIA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>	<b>DIA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>				
18	04	2006							
<b>AREA RESPONSABLE</b>			<b>DESCRIPCION</b>				<b>DOCUMENTO</b>		
3. Departamento de contabilidad			2.4	Archiva original de los movimientos de recepción y entrega de mercadería.				Retaceo (Anexo No 9)	
			2.5	Envía al depto de contabilidad y/o auditoria para verificar soporte de documentos					
			3.1	Recibe transferencia y verifica recepción					
			3.2	Firma y sella transferencia verificada.					
Elaboró			Bo. Vo.			Autorizó			

Figura No.6  
FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA RECEPCION Y ENTREGA DE MERCADERIA

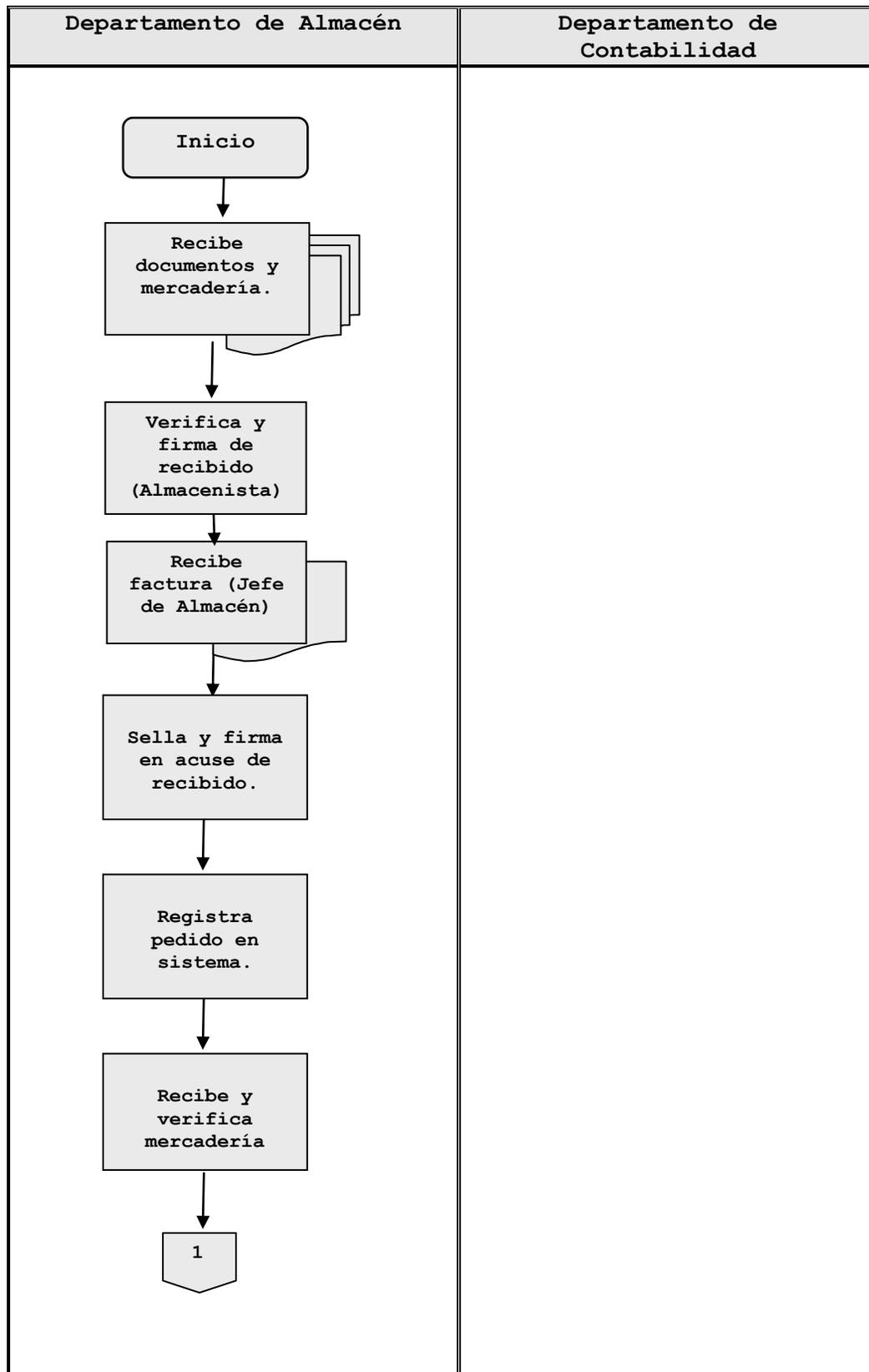
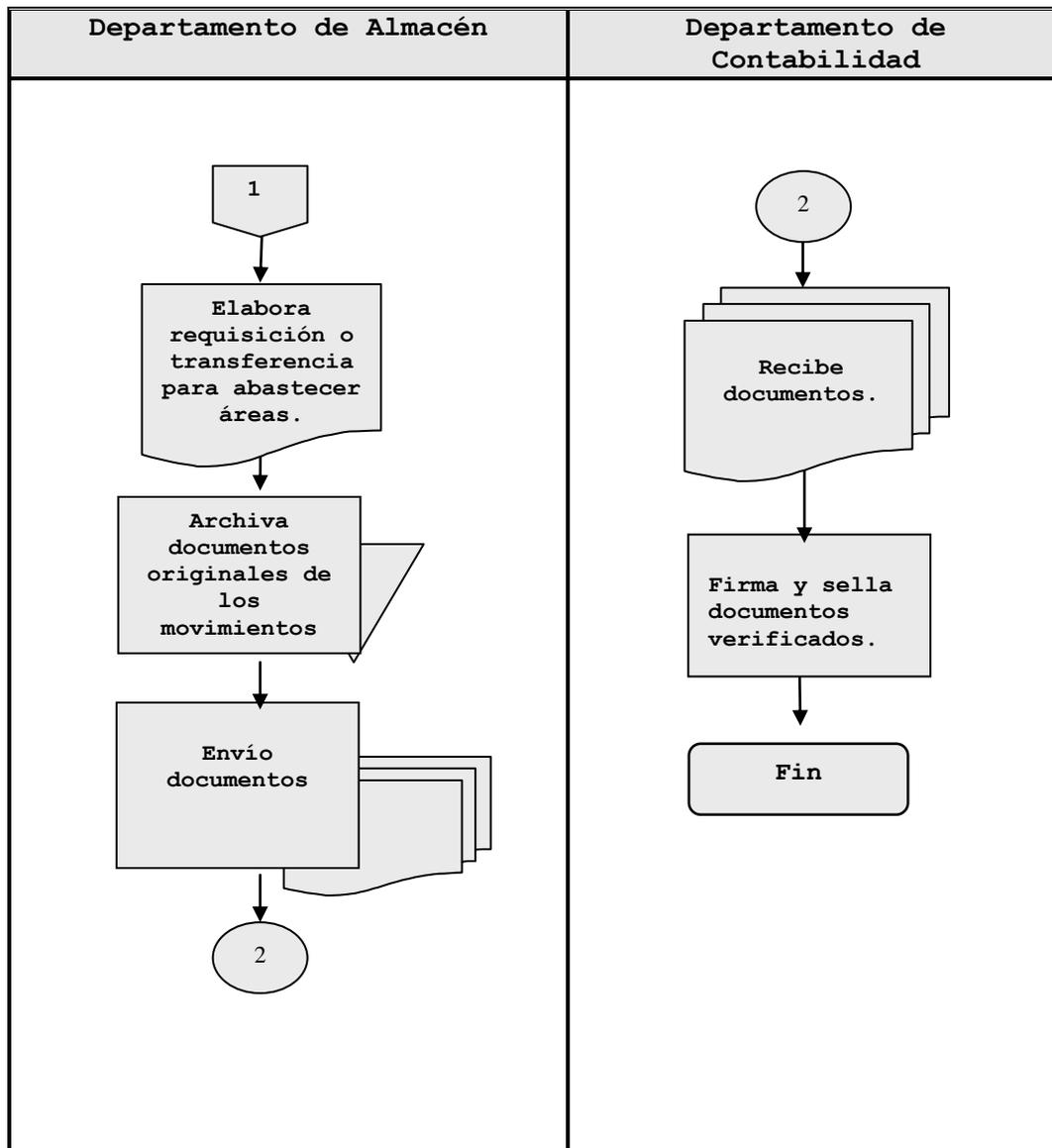


Figura No. 6  
FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA RECEPCION Y ENTREGA DE MERCADERIA



### 3.11.6 Recepción y Entrega de Mercadería Averíada

El componente que se ha considerado en este proceso es el siguiente:

#### Actividades de Control:

La seguridad física es importante en todas las actividades de almacén, tal es el caso del control que debe ejercerse sobre los productos averiados, de tal forma que éstos se encuentren separados físicamente de los productos en buen estado. Además examinar que los ingresos de productos por devoluciones de clientes cumplen las condiciones establecidas, los cuales han sido autorizados y afectados por la manipulación operativa, entre otros.

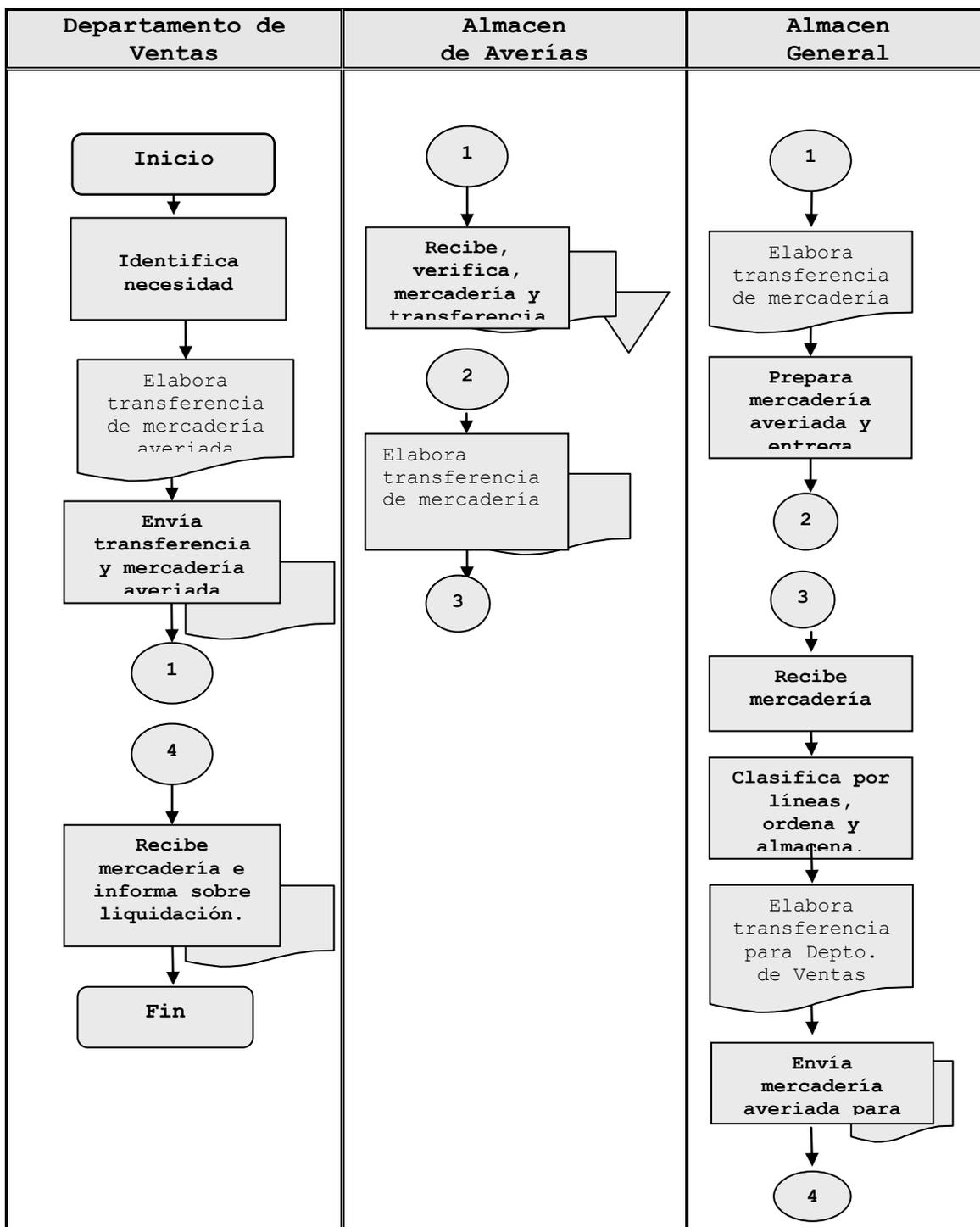


						CLAVE	HOJA	DE	
							1	2	
DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA									
RECEPCION Y ENTREGA DE MERCADERIA AVERIADA									
FECHA DE						UNIDAD ADMINISTRATIVA			
ELABORACIÓN			ACTUALIZACIÓN			ALMACEN GENERAL			
DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO				
18	04	2006							
AREA RESPONSABLE			DESCRIPCION				DOCUMENTO		
1. Departamento de ventas			1.1	Elabora requisición y/o transferencia de mercadería averiada resultante del área de exhibición.				Requisición Transferencia (Anexo No 10)	
			1.2	Entrega al departamento de almacén la mercadería averiada junto a la requisición y/o transferencia con firma y sello de autorizado y elaborado.					
2. Departamento de almacén de averías			2.1	Recibe producto y requisición y/o transferencia, verificando cantidad registrada y físico entregado.					
			2.2	Firma requisición y/o transferencia de recibido y procede a archivar copia entregada.					
3. Almacén general			3.1	Elabora requisición y/o transferencia de mercadería averiada, firma de elaborado y solicita firma de autorizado por jefe del depto. De almacén.					



						CLAVE	HOJA	DE	
							2	2	
DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA									
RECEPCION Y ENTREGA DE MERCADERIA AVERIADA									
FECHA DE			UNIDAD ADMINISTRATIVA						
ELABORACIÓN			ACTUALIZACIÓN			ALMACEN GENERAL			
DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO				
18	04	2006							
AREA RESPONSABLE			DESCRIPCION				DOCUMENTO		
4. departamento de almacén de averías			3.2	Prepara mercadería para entrega al departamento de almacén de averías.					
			4.1	Elabora requisición y/o traslado al almacén general.					
			4.2	Envía mercadería al almacén general					
5. almacén general			5.1	Recibe la mercadería junto con la requisición y/o transferencia, verificando físico contra registro.					
			5.2	Firma documento de recibido y procede a archivarlo.					
			5.3	Clasifica la mercadería por líneas, ordena y almacena.					
			5.4	Prepara mercadería y elabora transferencia y/o requisición al depto de ventas.					
			5.5	Envía mercadería al depto de ventas para ser liquidada con los empleados y/o distribuidores.					
6. Departamento de ventas			6.1	Informa sobre liquidación de mercadería al personal y/o distribuidores estableciendo fecha y condiciones sobre la liquidación.				Memorando Afiches (Anexo No 4)	
Elaboró			Bo. Vo.			Autorizó			

Figura No. 7  
 FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA EFECTUAR RECEPCION Y ENTREGA DE MERCADERIA  
 AVERIADA.



### 3.11.7 Generar salida de mercadería

El componente que se ha considerado en este proceso es el siguiente:

Actividades de control:

Asignación de autoridad y responsabilidad. Para proceder a la salida de mercadería bajo cualquier justificante o necesidad se debe delegar responsabilidad de autoridad al encargado de bodega, con el propósito de hacer efectivo el desarrollo de las operaciones en cuanto a la ágil rotación de las mercaderías, reducción de tiempo, logrando así la satisfacción de los clientes.



CLAVE						HOJA	DE	
						1	1	
DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA								
GENERAR SALIDA DE MERCADERIA.								
FECHA DE				UNIDAD ADMINISTRATIVA				
ELABORACIÓN			ACTUALIZACION			ALMACEN GENERAL		
DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO			
18	04	2006						
AREA RESPONSABLE			DESCRIPCION				DOCUMENTO	
1. Área solicitante			1.1	Elabora requisición de salida de mercadería del almacén general, y del sistema software, Conteniendo los siguientes datos:				Requisición (Anexo No 10)
			a)	Fecha del día que se elabora.				
			b)	Numero de requisición				
			c)	Área solicitante.				
			d)	Descripción de los artículos				
			e)	Unidad de medida.				
			f)	Cantidad solicitada.				
			g)	Nombre del jefe del departamento de almacén general de entregado.				
			h)	Nombre de quien recibe la mercadería.				
			i)	Vo bo por parte de los jefes de cada área y/o a quien se designe.				
			1.2	Entrega la requisición de salida al jefe del área y/o a quien designe para autorización previamente revisado y firmado por el jefe del depto. De cada área.				
2. Jefe de área			2.1	Recibe requisición de salida, revisa y autoriza.				
3. Área solicitante			3.1	Recibe y entrega requisición de salida en el almacén para el surtimiento de la mercadería.				
4. Almacenista.			4.1	Recibe, prepara y entrega la mercadería, y firma con nombre de entregado.				



						CLAVE	HOJA	DE	
							1	2	
DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA									
GENERAR SALIDA DE MERCADERIA.									
FECHA DE						UNIDAD ADMINISTRATIVA			
ELABORACIÓN			ACTUALIZACION			ALMACEN GENERAL			
DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO				
18	04	2006							
AREA RESPONSABLE			DESCRIPCION				DOCUMENTO		
5. Área solicitante.			5.1	Recibe y revisa la mercadería, y firma con nombre de recibido.					
Elaboró				Bo. Vo.			Autorizó		

Figura No.8  
 FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA GENERAR SALIDA DE MERCADERIA

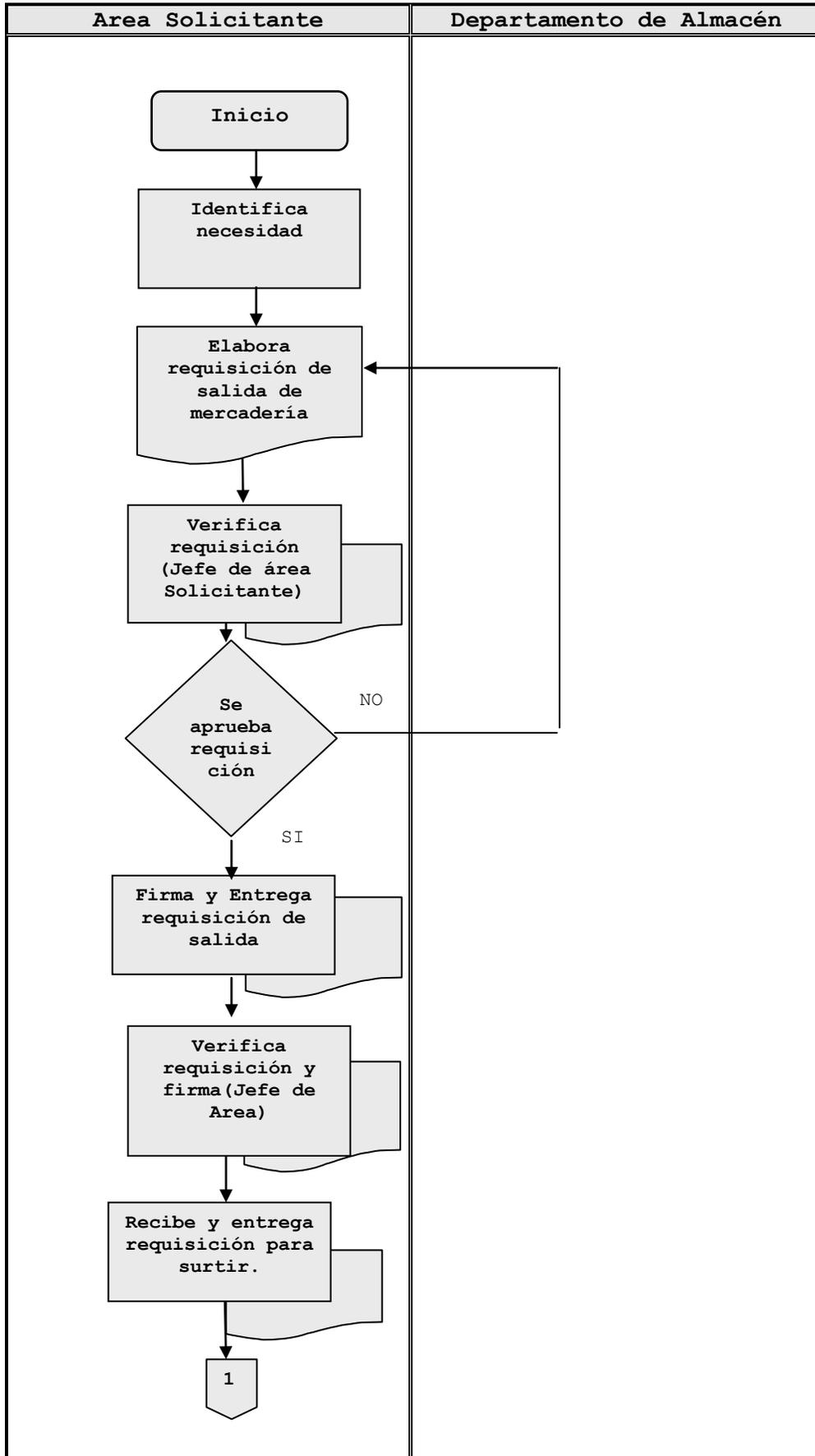
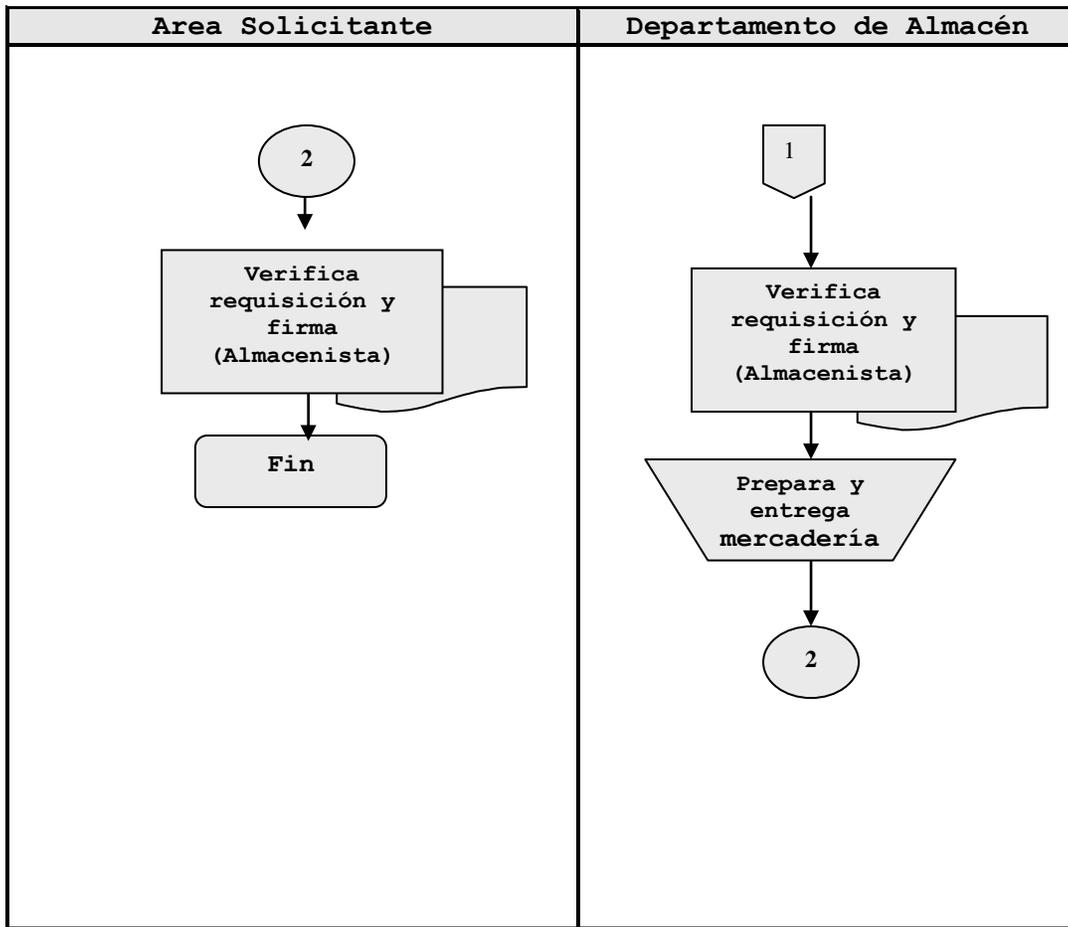


Figura No.8  
 FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA GENERAR SALIDA DE MERCADERIA



### 3.11.8 Transferencia de Mercadería a Sucursales.

El componente que se ha considerado en este proceso es el siguiente:

#### Actividades de Control:

Es importante mantener una seguridad física constante de los productos enviados a las distintas sucursales, asegurándose que los productos sean empacados apropiadamente para minimizar el riesgo de cualquier daño que pueda presentarse.

Enviar sólo aquellos productos que fueron autorizados, asegurándose que las transferencias se efectúen oportunamente, verificando que los envíos sean debidamente documentados.



						CLAVE	HOJA	DE	
							1	2	
DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA									
TRANSFERENCIAS DE MERCADERÍA A SUCURSALES									
FECHA DE						UNIDAD ADMINISTRATIVA			
ELABORACIÓN			ACTUALIZACIÓN			ALMACEN GENERAL			
DÍA	MES	AÑO	DÍA	MES	AÑO				
18	04	2006							
AREA RESPONSABLE			DESCRIPCION				DOCUMENTO		
1. Sucursal			1.1	Solicita vía correspondencia la cantidad de mercadería que se necesita.				Memorandum o telefax (Anexo No 4)	
2. Oficinas centrales			2.1	Recibe solicitud y entrega al departamento de almacén					
3.almacén general			3.1	Prepara la mercadería según solicitud.					
			3.2	Elabora requisición y/o transferencia.					
			3.3	Solicita firma de persona que autoriza y firma de entregado					
4. Transportista			4.1	Recibe mercadería con requisición y/o transferencia, revisa y firma de recibido.				Requisición Transferencia (Anexo No 10)	
5. Sucursal			5.1	Recibe mercadería según requisición y/o transferencia de envío, firma de recibido.					
			5.2	Entrega al transportista la requisición y/o transferencia, para que sea firmada de entregado.				Orden de envío (Anexo No 11)	



						CLAVE	HOJA	DE	
							2	2	
DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA									
TRANSFERENCIAS DE MERCADERÍA A SUCURSALES									
FECHA DE						UNIDAD ADMINISTRATIVA			
ELABORACIÓN			ACTUALIZACIÓN			ALMACEN GENERAL			
DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO				
18	04	2006							
AREA RESPONSABLE			DESCRIPCION				DOCUMENTO		
5. Transportista			5.1		Entrega al jefe del depto de almacén la requisición y/o transferencia, firmada de entregado y recibido por la sucursal.				
6. Departamento de almacén			6.1		Recibe la requisición y/o transferencia y procede a archivar.				
Elaboró				Bo. Vo.			Autorizó		

Figura No. 9  
 FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA TRANSFERENCIA DE MERCADERIA PARA  
 SUCURSALES

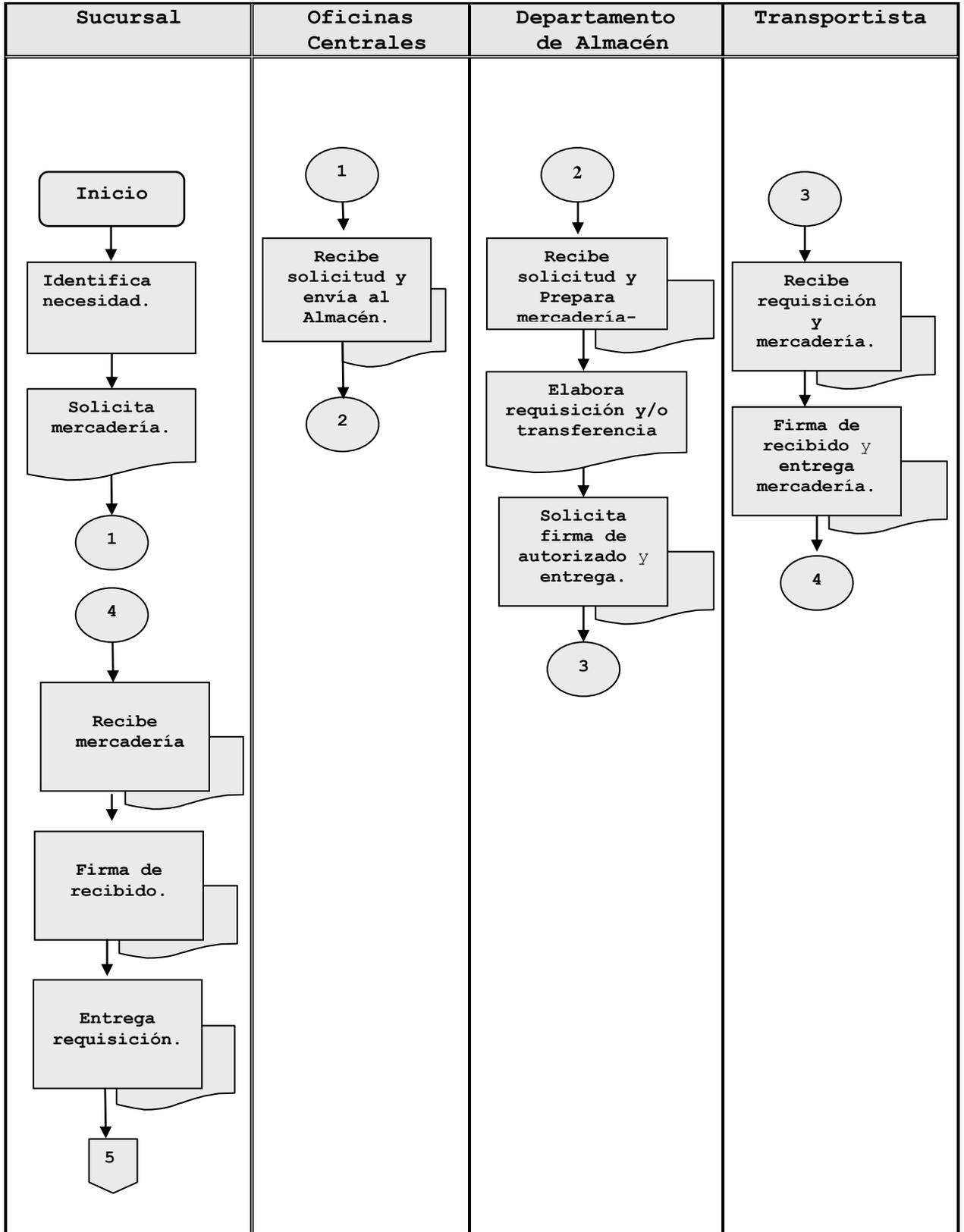
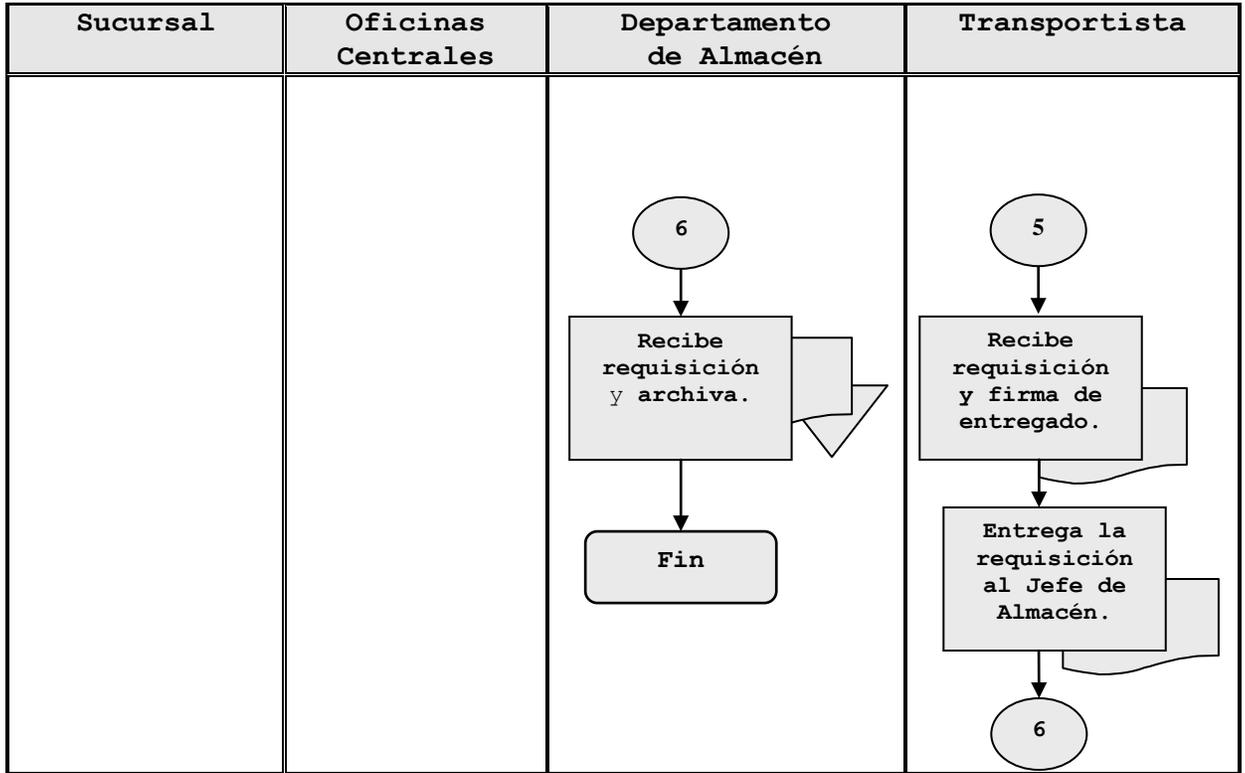


Figura No. 9  
 FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA TRANSFERENCIA DE MERCADERIA PARA  
 SUCURSALES



### 3.11.9 Realizar devoluciones de Mercadería

El componente que se ha considerado en este proceso es el siguiente:

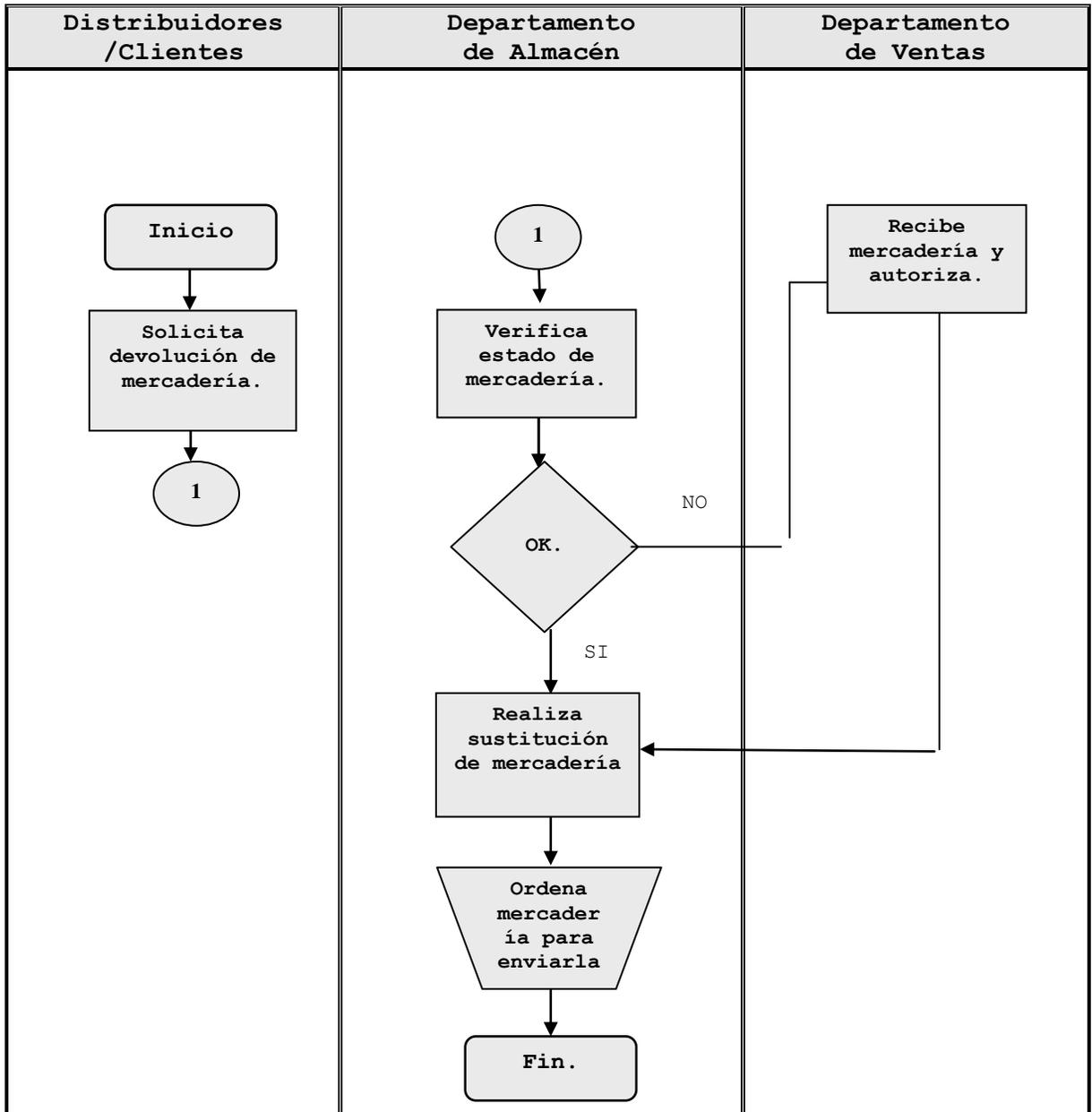
#### Actividades de Control:

Es la actividad en la cual se debe verificar las condiciones físicas del producto que devolverá el distribuidor/cliente, bajo la responsabilidad de quien autoriza.



						CLAVE	HOJA	DE	
							1	1	
DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA									
REALIZAR DEVOLUCIONES DE MERCADERÍA									
FECHA DE						UNIDAD ADMINISTRATIVA			
ELABORACIÓN			ACTUALIZACIÓN			ALMACEN GENERAL			
DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO				
AREA RESPONSABLE			DESCRIPCION				DOCUMENTO		
1. Distribuidores/ clientes			1.1	Solicita devolución de mercadería de baja rotación o que ha sufrido algún daño.					
2. Departamento de almacén			2.1	Verifica estado de mercadería que es entregada por parte del distribuidor/cliente.					
			2.2	Verifica si el daño de la mercadería sea de origen y no de manipulación.					
			2.3	En el caso de mercadería dañada por manipulación, se solicita sea firmada de autorizado por parte del gerente de ventas.					
			2.4	Recibe la mercadería y/o realiza la sustitución de las mismas por daños de proveedor.					
			2.5	Prepara y ordena la mercadería averiada para realizar transferencia y/o requisición al departamento de almacén de averías.					
Elaboró			Bo. Vo.			Autorizó			

Figura No. 10  
 FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA REALIZAR DEVOLUCIONES DE MERCADERIA.



## CAPITULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los resultados obtenidos en el proceso de formulación del presente trabajo de investigación, se convierten en el insumo principal que sustentan las siguientes conclusiones:

#### 4.1 CONCLUSIONES

- ✓ Se concluye que actualmente, las empresas cuyo giro es la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, no están aplicando un modelo de control interno, que satisfaga las necesidades en cuanto al control de sus inventarios de mercadería, lo que conlleva a la ineficiencia de las operaciones y mantener un control inadecuado de los bienes referidos.
  
- ✓ Las empresas cuyo giro es la venta de cosméticos y perfumería por catálogo, pocas veces efectúan levantamientos físicos de inventarios.
  
- ✓ Las empresas cuyo giro es la venta de cosméticos y perfumería por catálogo consideran que los procedimientos de control de inventario no son adecuados a las necesidades actuales de las empresas.

- ✓ Las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catalogo poseen controles internos, los cuales se basan más en controles físicos que documentales.
  
- ✓ Gran parte de las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo consideran la necesidad de mejorar los controles internos que actualmente aplican a los inventarios.

#### **4.1 RECOMENDACIONES**

- ✓ Las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería deben aplicar procedimientos de control interno fundamentados en prácticas según los modelos actuales como el enfoque COSO, a fin de garantizar la efectividad en las operaciones y la consecución de los objetivos globales de la entidad.
  
- ✓ Se recomienda que aunque las empresas consideren que no son necesarios manuales que describan los procedimientos de los procesos involucrados en el área de inventarios, la administración de estas empresas deben fomentar los

mecanismos que ayuden a reducir el riesgo de acciones inadecuadas.

- ✓ Se recomienda a las empresas distribuidoras de cosméticos y perfumería la práctica de controles físicos como mínimo dos veces al año, lo que ayudará a detectar oportunamente alguna anomalía.
  
- ✓ Se recomienda que las empresas en estudio clasifiquen detalladamente las líneas y sublíneas de sus inventarios con el propósito de agilizar los conteos físicos y mejorar la atención al cliente en cuanto a la preparación de pedidos.
  
- ✓ Se recomienda a los responsables del área de inventarios de estas empresas, la utilización del presente trabajo como una guía de lineamientos de control interno, ya que les facilitará la implementación de controles internos para garantizar razonablemente el control de sus inventarios y que la información sea confiable y oportuna para la toma de decisiones.

## Bibliografía

### Libros

- Mantilla B. Samuel Alberto, Control Interno-Informe COSO-Tercera Edición: Bogota Colombia, D.C., Octubre de 2003. Pág. 14
- Mantilla B. Samuel Alberto, Estructura conceptual de la administración de riesgos del emprendimiento.(Borrador de Resumen Ejecutivo).
- COSO.The committeé of Sponsoring Organizations of de Treadway Commission. Enterprise Risk Management- Integrated Framework. Septiembre 2004
- Reyes Ponce Agustín, Administración de Empresas primera parte, Editorial Limusa.
- Mendoza Orante Ricardo, Recopilación de Leyes Mercantiles, de El Salvador.
- Normas Internaciones de Contabilidad. NIC No. 2 Existencias Párrafo No. 6 y 11
- Pelayo y Gorss, Ramón García, Diccionario Larouse Ilustrado, Año 1999 Pág. 502

- Diccionario Enciclopédico Qullet
- Parra Guerrero Francisca, Gestión de Stocks, 2ª Edición., Año 1999 Pág. 15

**Paginas Web:**

- [http://www. Theiia.org/iia/index.cfm](http://www.Theiia.org/iia/index.cfm)-Su sistema de Control Interno pasa el examen COSO?
- <http://www.info.ccss.sa.cr/auditoria> - Control Interno. Las distintas responsabilidades en la Empresa"
- Informe COSO. Recopilado por el Lic. Carlos Guillermo Schmidt Gamboa.
- <http://monografias.com>- Ensayos de Control Interno.

# ANEXOS

ANEXO No.1	EMPRESAS INVESTIGADAS
ANEXO No.2	CUESTIONARIO DIRIGIDO A LAS EMPRESAS PARA LA INVESTIGACION.
ANEXO No.3	TABULACION DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.
ANEXO No.4	MODELO DE MEMORANDO
ANEXO No.5	FORMULARIO DE ORDEN DE COMPRA
ANEXO No.6	FORMULARIO TRASLADO DE MERCADERIA ENTRE BODEGAS.
ANEXO No.7	MODELO DE LISTA DE EMPAQUE
ANEXO No.8	MODELO DE REPORTE DE SISTEMAS (LISTADO DE EXISTENCIAS DE MERCADERIAS)
ANEXO No.9	MODELO DE RETACEO
ANEXO No.10	FORMULARIO DE REQUISICION
ANEXO No.11	FORMULARIO DE ORDEN DE ENVIO
ANEXO No.12	GLOSARIO DE TERMINOS
ANEXO No.13	CARTAS DE ENTREGA DE TRABAJO DE GRADUACION A LAS EMPRESAS INVESTIGADAS.

( ANEXO No 1)

Ministerio de Economía  
Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC)  
Directorio de Empresas a Nivel Metropolitano  
Departamento de San Salvador  
Cod.CIUU 620202

	<b>Razón Social</b>	<b>Nombre Comercial</b>
1	Lovely de El Salvador,S.A. de C.V.	Lovely
2	Transbel, S.A. de C.V	Ebel
3	Bellmart, S.A. de C.V.	Bellmart
4	Clio Cosmetics, S.A. de C.V.	Clio Cosmetics
5	Dermoestetica Group, S.A. de C.V.	Dermoestetica Group
6	Kash y Co. S.A. de C.V.	Kash y Co.
7	Cosmo Modas,S.A. de C.V.	Marlem Lamour
8	Inversiones Cam, S.A. de C.V.	Inversiones Cam
9	Corporación Bella S.A. de C.V.	Corporación Bella
10	Vogue Corporation, S.A. de C.V.	Vogue Corporation
11	Linda Moda, S.A. de C.V.	Linda Moda
12	Productos Avon, S.A. de C.V.	Avon
13	Esika Cosmetic,S.A. de C.V.	Esika
14	Belle de El Salvador, S.A. de C.V.	Belle de El Salvador
15	Corporación Denisse, S.A. de C.V.	Zermat
16	Distribuidora Zelsa, S.A. de C.V.	Zelsa
17	Divine´s, S.A. de C.V.	Divine´s
18	Oriflame de El Salvador,S.A de C.V.	Oriflame
19	Jacqueline Carol de El Salvador, S.A. de C.V.	Jacqueline Carol
20	Saros, S.A. de C.V.	Millenium Products



(ANEXO No 2)

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA

---

**Introducción.**

Guía dirigida a la Administración, Unidad Financiera, Contador General o Unidad de Auditoría Interna; de las empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo en el área metropolitana de San Salvador.

La información obtenida será tratada con suma confidencialidad, la cual será utilizada exclusivamente para fines académicos.

**Objetivo:** Recopilar información para el Diseño de un Control Interno en el área de inventarios.

**Indicaciones:** Marque con una X las repuestas que considere conveniente.

1. ¿Conoce usted acerca del control interno?

Si

No

**Objetivo:** Comprobar el grado de conocimiento que poseen nuestros entrevistados sobre el control interno.

2. ¿Si la respuesta a la pregunta anterior es positiva qué enfoque de control interno conoce?

a) Tradicional

b) Coso

c) Otro, especifique \_\_\_\_\_

**Objetivo:** Determinar si la empresa conoce sobre algunos enfoques de control interno.

3. ¿Cuenta la empresa con procedimientos para controlar el área de inventarios?

Sí

No

**Objetivo:** Confirmar si poseen controles en el área de inventarios.

4. ¿Si su respuesta a la pregunta anterior es positiva que tipo de procedimientos emplea?

a) Levantamiento físico periódico

b) Muestreo Aleatorio

c) Verificación de documentos de soporte

d) Todas las anteriores

**Objetivo:** Conocer los procedimientos que poseen para controlar el área de inventarios.

5. ¿Con qué frecuencia se actualizan los procedimientos de control aplicados en el área de inventarios?

a) Mensualmente

b) Trimestralmente

c) Semestralmente

d) Anualmente

e) Ninguna de las anteriores

**Objetivo:** Conocer la supervisión de la administración en el área de inventarios.

6. ¿Considera que los procedimientos de control en el área de inventarios son adecuados a las necesidades actuales de la empresa?

Si

No

**Objetivo:** Conocer si son adecuados, los controles aplicados en el área de inventarios.

7. ¿Si su respuesta a la pregunta anterior es negativa considera que los procedimientos de control en el área de inventarios necesitan ser mejorados?

Si

No

**Objetivo:** Determinar la necesidad de mejorar los controles de inventario.

8. ¿Qué consecuencias considera usted, que puede enfrentar la empresa al no poseer un adecuado control interno en el área de inventarios?

a) Hurto y Robo de mercaderías

b) Exceso en desperdicios de mercadería

c) Inconsistencia de la documentación probatoria para reclamos de siniestros

d) Mayores costos operativos

e) Ineficiencia operativa en el área de inventario

**Objetivo:** Conocer las incidencias que pueden resultar al no poseer un apropiado control interno en el área inventario.

9. ¿Cree usted que el diseño de un control interno en el área de inventarios mejoraría la gestión administrativa de los mismos?

Si

No

**Objetivo:** Confirmar la necesidad de mejorar la gestión administrativa por medio del diseño de un control interno en el área de inventarios.

10. ¿Qué recursos considera necesarios tomar en cuenta para la elaboración de un control interno?

a) Económico

b) Humano

c) Tecnológico

d) Tiempo

e) Todos los anteriores

**Objetivo:** Determinar que elementos son necesarios para el diseño de control interno de inventarios

11. ¿En quién considera usted que recae la responsabilidad de elaborar un control interno?

- a) La administración
- b) Auditoria interna
- c) Auditoria externa
- d) otro, especifique \_\_\_\_\_

**Objetivo:** Conocer si tienen definido de quien es la responsabilidad del control interno de inventario.

12. ¿Cuáles considera que son los factores que inciden en la falta de control en el área de inventarios?

- a) Volumen de mercadería
- b) Tomas de decisiones inadecuadas
- c) Delegación de funciones inadecuadas
- d) Capacidad de personal

**Objetivo:** Conocer los factores que inciden en la falta de control de inventarios

13. ¿Quién considera usted que es responsable de la falta de control en el área de inventarios?

- a) Gerencia general
- b) La Administración
- b) Gerencia de Ventas
- c) Encargados de Bodegas

**Objetivo:** Conocer el grado de responsabilidad de control interno

14. ¿Qué controles son utilizados para evitar el daño de la mercadería en la recepción de embarques?

- a) Supervisión
- b) Verificación de empaque

c) Personal adecuado

**Objetivo:** Conocer los procedimientos preventivos mínimos para reducir pérdidas de mercadería en la recepción.

15. ¿Están separadas las funciones de los responsables del control de inventarios?

Si

No

**Objetivo:** Conocer si existe disyunción de funciones en el manejo de inventarios.

16. ¿Se Capacita al personal encargado del área de inventarios?

Sí

No

**Objetivo:** Conocer si el personal responsable del área de inventarios esta capacitado técnicamente para el desarrollo de funciones.

17. ¿Son comunicadas a la Gerencia, las inconsistencias e irregularidades encontradas en el área de inventario?

Si

No

**Objetivo:** Conocer si existe un adecuado nivel de comunicación en la organización.

18. Si su respuesta a la pregunta anterior es positiva: ¿Qué medidas de acción utiliza la empresa, para corregir las inconsistencias e irregularidades detectadas?

a) Interrogando al personal

b) Análisis sobre la segregación de funciones

c) Destitución de personal

d) Otro, especifique \_\_\_\_\_

**Objetivo:** Conocer las medidas de acción utilizadas al encontrar inconsistencias en el área de inventarios.

19. ¿De qué manera son comunicados los problemas detectados en el área de inventarios?

- a) Verbalmente
- b) Por escritos
- c) Por medios magnéticos

**Objetivo:** Verificar los medios de comunicación utilizados inherentes al adecuado control en el área de inventario

20. ¿Tienen asegurados los inventarios?

Si  No

**Objetivo:** Determinar si la empresa ha tomado las medidas necesarias para recuperar las posibles pérdidas en el manejo de inventarios.

21. ¿Qué tipo de seguros posee la empresa sobre sus inventarios?

- a) Robo y Hurto
- b) Incendio y líneas aleadas
- c) fidelidad

**Objetivo:** Conocer que tipos de seguros poseen para el control interno en el área de inventario

22. ¿Cuentan con bodegas necesarias para el almacenaje de mercadería?

Si  No

**Objetivo:** Conocer la capacidad de la empresa para almacenaje

23. ¿Cómo se clasifican las existencias de mercadería?

- a) Líneas
- b) Sub líneas
- c) Al detalle

d) Almacenaje genérico

**Objetivo:** Conocer como están clasificadas las mercaderías existentes.

24. ¿Cuál es la procedencia de su mercadería?

a) Nacional

b) Importado

**Objetivo:** Determinar el nivel de riesgo latente en la adquisición de la mercadería.

25. ¿Poseen en el interior del país centros de exhibición de mercaderías?

Si

No

**Objetivo:** Determinar el control interno en el traslado de mercaderías.

26. ¿Qué documentos respaldan el traslado de mercadería a los centros de distribución?

a) Nota de remisión

b) Nota de envío

c) Documento de consignación interno

**Objetivo:** Conocer si emplean la documentación adecuada para el traslado de la mercadería

27. ¿Además de cosméticos y perfumería distribuyen otro tipo de mercadería?

Si

No

**Objetivo:** Identificar que tipo de mercadería adicional a los cosméticos y la perfumería comercializan.

28. Si su respuesta a la pregunta anterior es positiva ¿Qué tipo de mercadería distribuyen?

a) Joyería

b) Lencería

c) Zapatería

d) Artículos para el hogar

**Objetivo:** Conocer la existencia de otros tipos de mercaderías que se distribuyen.

29. ¿Qué incentivos utiliza la administración para que los distribuidores vendan la mercadería?

a) Fechas promocionales

b) Premios por sus compras

c) Eventos de agasajo

d) Sobregiro de crédito

**Objetivo:** Conocer los mecanismos utilizados para rotación del inventario.

30. ¿Qué documentos respaldan la autorización de salida de mercadería con fines publicitarios?

a) Memorandum

b) Requisiciones preautorizadas verbalmente

**Objetivo:** Conocer si utilizan documentación idónea para la autorización de salida de productos.

31. ¿Qué mecanismos utilizan para liquidar la mercadería próxima a vencer, de baja rotación o averiada?

a) Promociones

b) Regalías

c) Publicidad

e) Autoconsumo

**Objetivo:** Conocer que tipos de procedimientos emplean para reducir los niveles de inventario con tendencia a vencimiento, baja rotación o averiada.

32. ¿Acepta la empresa devoluciones de mercadería de sus clientes?

Si

No

**Objetivo:** Conocer si la empresa tiene la política de aceptación de devolución de mercaderías.

33. Si su respuesta a la pregunta anterior es positiva: ¿Cuáles condiciones se consideran para la aceptación de devoluciones?

- a) Verificación del producto
- b) Condiciones del cliente
- c) Defecto de fabricación del producto
- d) Tiempo de devolución

**Objetivo:** Conocer si aplican políticas de devolución de mercaderías.

34. ¿Conforme a que se efectúan las solicitudes de pedidos a los proveedores?

- a) Demanda de consumidor
- b) Existencia de mercadería
- c) Temporada comercial

**Objetivo:** Conocer el control de los stock de existencias de mercadería.

35. ¿Con qué frecuencia se hacen levantamientos físicos de inventarios?

- a) Mensualmente
- b) Trimestralmente
- c) Semestralmente
- d) Anualmente

**Objetivo:** Conocer el grado de eficiencia en el monitoreo de las existencia de inventarios.

( ANEXO No 3)

**Pregunta No. 1**

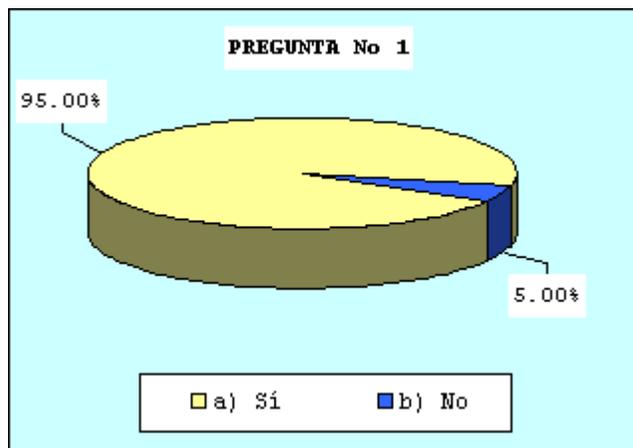
¿Conoce usted acerca del control interno?

**Objetivo**

Comprobar el grado de conocimiento que poseen nuestros entrevistados sobre el control interno.

**Resultados**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
a) Sí	19	95.00%
b) No	1	5.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



**Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

**Análisis:**

Como se puede observar, el 95% de las personas encuestadas expresaron conocer el tema relacionado al control interno y, el otro 5% respondió no conocer al respecto.

### Interpretación:

Se comprobó que la mayoría de las los responsables del control interno de las empresas investigadas si conocen acerca del tema relacionado, lo que proporcionó una seguridad razonable sobre la veracidad de las respuestas a las interrogantes posteriores.

### Pregunta No 2

Si la respuesta a la pregunta anterior fue positiva:

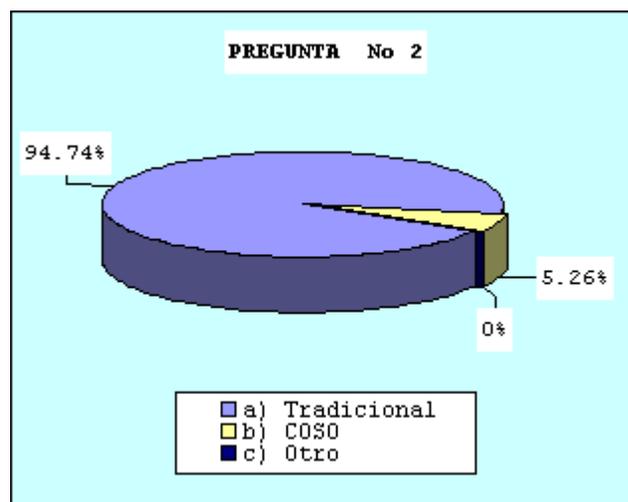
¿Qué enfoque de control interno conoce y aplica?

### Objetivo

Determinar si la empresa conoce sobre algunos enfoques de control interno.

### Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa	
a) Tradicional	18	18	94.74%	94.74%
b) COSO	1	1	5.26%	5.26%
c) Otro	0	0	0.00%	0.00%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

Según los datos obtenidos se puede observar, que el 94.74% de los encuestados conoce sobre el control interno con enfoque tradicional; y el 5.26% expresó conocer sobre el control interno con enfoque COSO.

### **Interpretación:**

El análisis anterior llevó a aseverar que la mayoría de los encuestados desconoce sobre las aplicaciones del control interno basado en el enfoque COSO.

### **Pregunta No. 3**

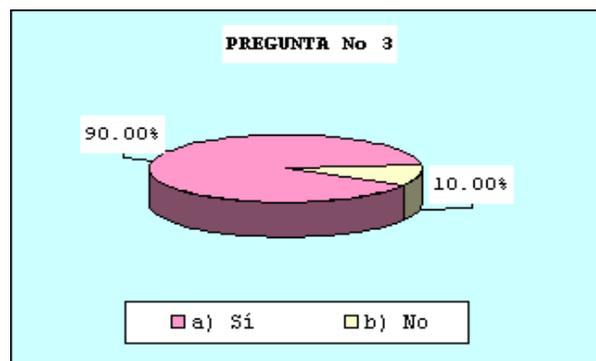
¿Cuenta la empresa con procedimientos para controlar el área de inventarios?

#### **Objetivo**

Confirmar si las empresas poseen controles internos en el área de inventarios.

#### **Resultados**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
a) Sí	18	90.00%
b) No	2	10.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

El 90% de los encuestados manifestaron que si poseen controles internos en el área de inventarios y el 10% respondieron no poseerlos.

### **Interpretación:**

La mayoría de los encuestados aplican controles internos en el área de inventarios.

### **Pregunta No. 4**

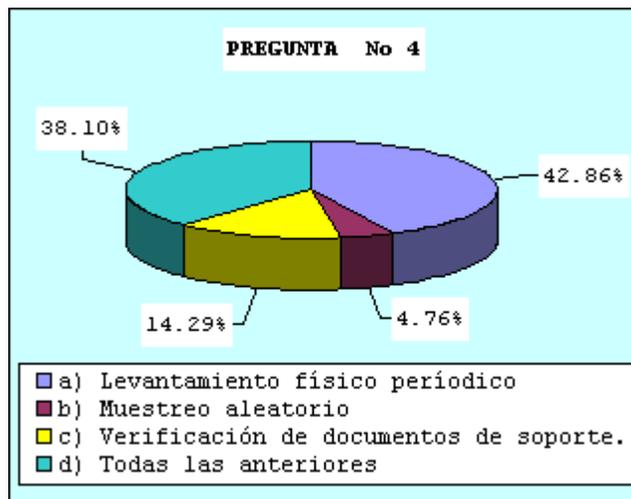
Si su respuesta a la pregunta anterior fue positiva: ¿Qué tipo de procedimientos emplea?

### **Objetivo**

Conocer los procedimientos que poseen las empresas para controlar el área de inventarios.

## Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Levantamiento físico periódico	9	42.86%
b) Muestreo aleatorio	1	4.76%
c) Verificación de documentos de soporte.	3	14.29%
d) Todas las anteriores	8	38.10%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100.00%</b>



### Análisis e interpretación de los datos obtenidos

#### Análisis:

De los datos obtenidos en la investigación, el 38.10% utiliza todos los procedimientos mencionados anteriormente; el 42.86% realiza levantamientos físicos de inventarios, el 14.29% efectúa verificaciones físicas de los documentos relacionados con las operaciones de inventarios y el 4.76% lleva a cabo muestreos aleatorios de tomas físicas de inventarios.

**Interpretación:**

Todas las empresas aplican una diversidad de procedimientos de control interno en el área de inventarios, sin embargo la mayoría le da más relevancia realizar conteos físicos de inventarios lo que les permite detectar oportunamente inconsistencias.

**Pregunta No. 5**

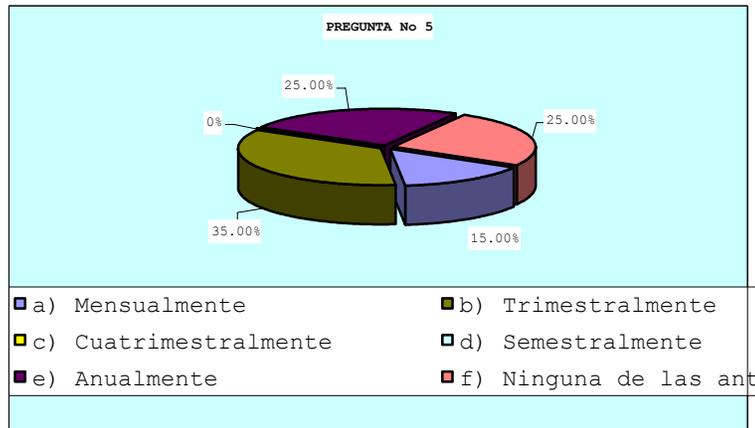
¿Con que frecuencia se actualizan los procedimientos de control aplicados en el área de inventarios?

**Objetivo**

Conocer con que periodicidad la administración actualiza los procedimientos en el área de inventarios.

**Resultados**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
a) Mensualmente	3	15.00%
b) Trimestralmente	7	35.00%
c) Cuatrimestralmente	0	0.00%
d) Semestralmente	0	0.00%
e) Anualmente	5	25.00%
f) Ninguna de las anteriores	5	25.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

Se puede observar que el 35% de los encuestados actualizan trimestralmente los procedimientos de control interno de inventarios que poseen; el 25% los hace anualmente; el 15 % lo efectúa de forma mensual; y el 25% manifestó no tener una fecha para actualizarlos.

### **Interpretación:**

Por lo que se puede observar, son pocas las empresas en las cuales la administración no toma acción en la actualización de los procedimientos de control interno aplicados actualmente al área de inventarios, sin embargo es indispensable que lo hagan, ya que las condiciones en toda entidad son cambiantes.

### **Pregunta No. 6**

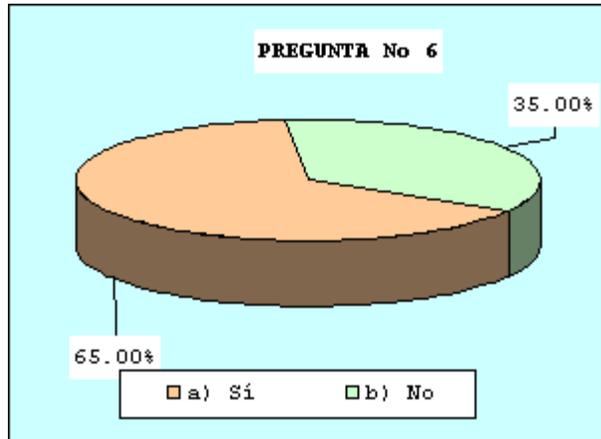
¿Considera que los procedimientos de control en el área de inventarios son adecuados a las necesidades actuales de la empresa?

### **Objetivo**

Conocer si son adecuados los controles aplicados en el área de inventarios.

## Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	13	65.00%
b) No	7	35.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



### Análisis e interpretación de los datos obtenidos

#### Análisis:

El 65% de los sujetos de análisis afirmaron que consideran adecuados los controles internos que actualmente aplican a los inventarios; sin embargo, el 35% manifestaron que no poseen un adecuado control interno.

#### Interpretación:

Se comprobó que las empresas que consideran poseer controles apropiados en el área de inventarios desconocen de la necesidad de mejorar los actuales.

### Pregunta No 7

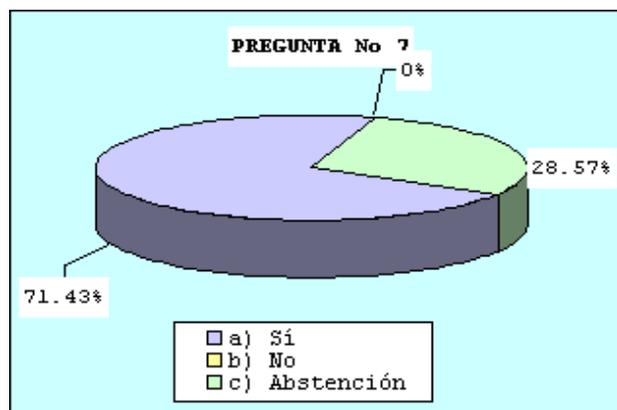
Si su respuesta a la pregunta anterior fue negativa: ¿Considera que los procedimientos de control en el área de inventarios necesitan ser mejorados?

#### Objetivo

Determinar la necesidad de mejorar los controles en el área de inventario.

#### Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	5	71.43%
b) No	0	0.00%
c) Abstención	2	28.57%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00%</b>



#### Análisis e interpretación de los datos obtenidos

##### Análisis:

El 71.43% afirmaron la necesidad de mejorar los controles internos que actualmente aplican a los inventarios, mientras que el 16.67%, se abstuvieron de proporcionar esa información.

**Interpretación:**

Las empresas consideraron necesario mejorar sus controles internos en el área de inventarios, mediante procedimientos más eficientes de los que poseen actualmente, porque aunque manifestaron poseerlos, no están satisfechos con los resultados, y en consecuencia están dispuestos a mejorarlos a través de un documento que satisfaga sus expectativas.

**Pregunta No. 8**

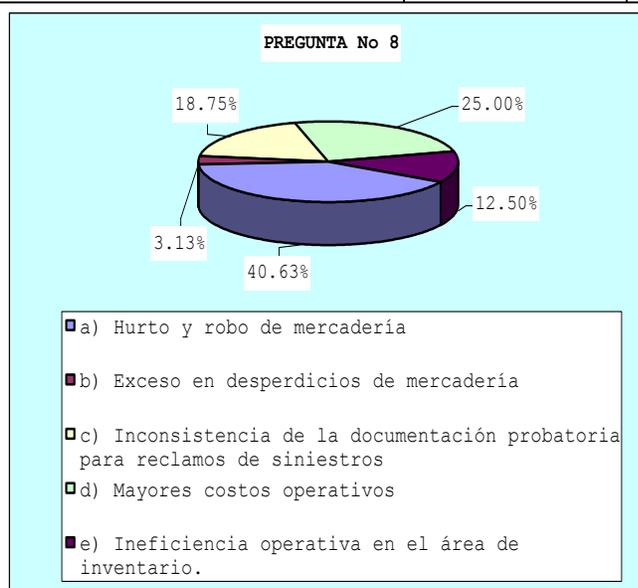
¿Qué consecuencias considera usted, que puede enfrentar la empresa al no poseer un adecuado control interno en el área de inventarios?

**Objetivo**

Conocer las incidencias que pueden resultar al no poseer un apropiado control interno en el área de inventarios.

## Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Hurto y robo de mercadería	13	40.63%
b) Exceso en desperdicios de mercadería	1	3.13%
c) Inconsistencia de la documentación probatoria para reclamos de siniestros	6	18.75%
d) Mayores costos operativos	8	25.00%
e) Ineficiencia operativa en el área de inventario.	4	12.50%
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>100.00%</b>



### Análisis e interpretación de los datos obtenidos

#### Análisis:

Según los datos resultantes, el 40.63% de los entrevistados consideraron que la mayor consecuencia de no poseer un apropiado control interno es el robo y hurto de inventarios; un 3.13%

opinó que el efecto es el desperdicio de mercadería; el 18.75% manifestó que se traduce en deficiencias en la documentación que se genera; un 25% consideró que se da un excesivo costo operativo; y el 12.50% opinó que los resultados son ineficiencia operativa.

**Interpretación:**

Con base a los resultados, se conoció que nuestros investigados se enfrentan con diversos riesgos, como consecuencia de no poseer controles internos adecuados, sin embargo se constató que el más representativo es el robo y hurto de mercadería, seguido con un excesivo costo operativo para estas empresas.

**Pregunta No. 9**

¿Cree usted que el diseño de un control interno en el área de inventarios mejoraría la gestión administrativa de los mismos?

**Objetivo**

Confirmar la necesidad de mejorar la gestión administrativa por medio del diseño de un control interno en el área de inventarios.

## RESULTADOS

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	20	100.00%
b) No	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



### **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

#### **Análisis:**

El 100% de los encuestados respondieron que un diseño de control interno mejoraría la gestión administrativa de los inventarios de las empresas.

#### **Interpretación:**

Lo anterior confirma la importancia que las empresas posean un diseño de Control interno basado en procedimientos con enfoque COSO, y mejorar los ya existentes, para el logro de los objetivos del área de inventarios.

### Pregunta No. 10

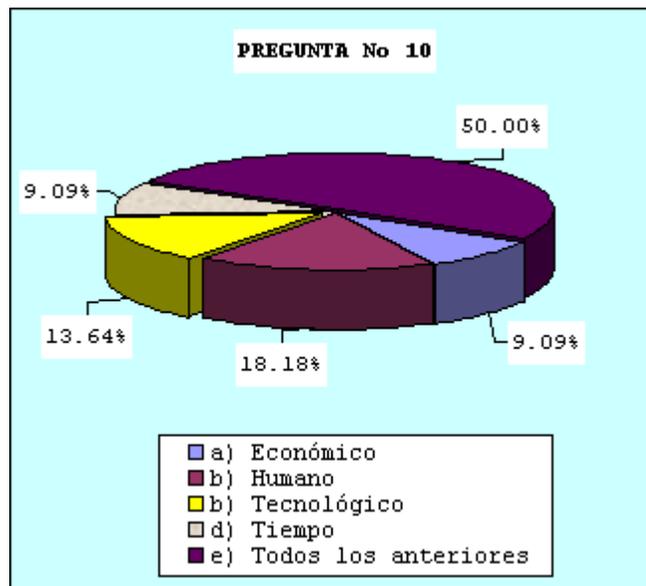
¿Qué recursos considera necesarios tomar en cuenta para la elaboración de un control interno?

#### Objetivo

Determinar que elementos son necesarios para el diseño de control interno de inventarios.

#### Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Económico	2	9.09%
b) Humano	4	18.18%
b) Tecnológico	3	13.64%
d) Tiempo	2	9.09%
e) Todos los anteriores	11	50.00%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 9.09% consideraron como elemento más importante al diseñar un control interno los recursos económicos; el 18.18% el recurso humano; el 13.64% recursos tecnológicos; el 9.09% el factor de tiempo; y el 50% considera necesarios todos los recursos antes mencionados.

### **Interpretación:**

Para la mitad de las empresas investigadas todos los recursos mencionados son necesarios, al tomar la decisión de diseñar controles internos, no obstante hay empresas que consideraron con mayor relevancia alguno de ellos, tal es el caso del recurso humano y tecnológico.

### **Pregunta No. 11**

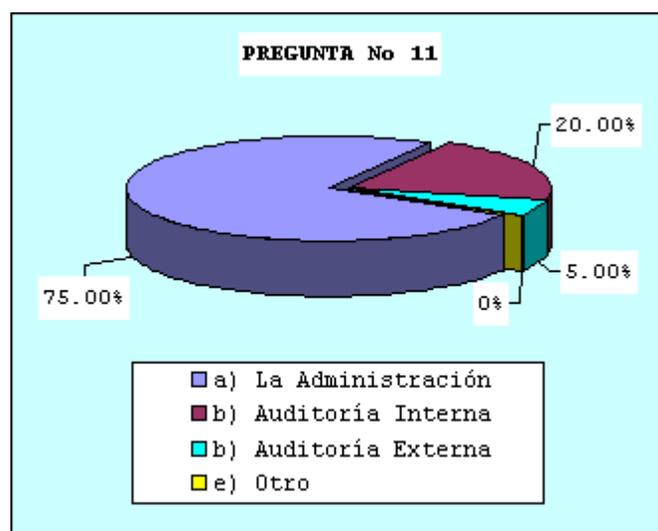
¿En quién considera usted que recae la responsabilidad de elaborar un sistema de control interno?

### **Objetivo**

Conocer si tienen definido de quién es la responsabilidad del control interno del área de inventarios.

## Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) La Administración	15	75.00%
b) Auditoría Interna	4	20.00%
b) Auditoría Externa	1	5.00%
e) Otro	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



### **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

#### **Análisis:**

Se puede observar que el 75% reconoció que la responsabilidad del control interno recae en la Administración, el 20% manifestaron que es de Auditoría Interna y el 5% consideraron que es responsabilidad de Auditoría Externa.

#### **Interpretación:**

La mayoría de las empresas investigadas manifiestan que la Administración está conciente de su responsabilidad sobre el control interno, lo que beneficia en gran medida al área de

inventarios, siendo perjudicial para las empresas que la administración no asume ese rol.

### Pregunta No. 12

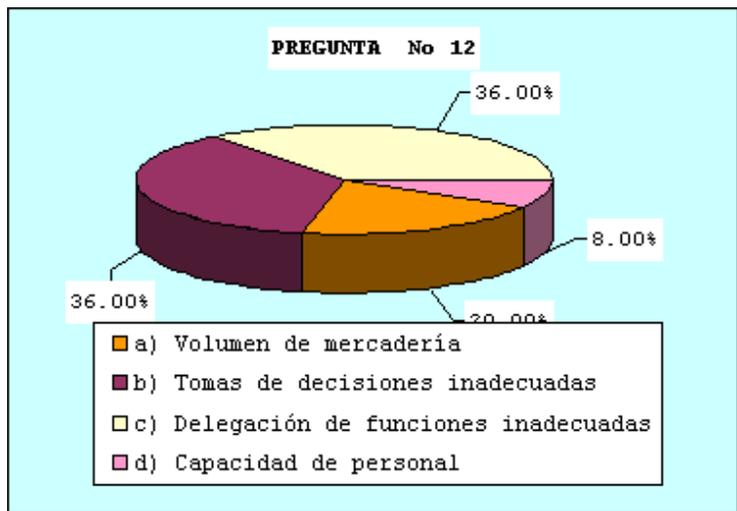
¿Cuáles considera que son los factores que inciden en la falta de control en el área de inventarios?

### Objetivo

Conocer los factores que inciden en la falta de control en el área de inventarios.

### Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Volumen de mercadería	5	20.00%
b) Tomas de decisiones inadecuadas	9	36.00%
c) Delegación de funciones inadecuadas	9	36.00%
d) Capacidad de personal	2	8.00%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

Según los datos resultantes, los entrevistados consideraron que los factores críticos más relevantes que inciden en la falta de control en el área de inventarios, ambos con la misma ponderación de 36%, es la toma de decisiones y delegación de funciones inadecuadas; el 20% manifestaron que es el volumen de mercadería que manejan; y un 8% opinaron que es la capacidad del personal.

### **Interpretación:**

Los factores críticos principales por los que hay un control inadecuado del área de inventario que se detectaron son: las inadecuadas tomas de decisiones de la administración así como la delegación de funciones, seguido de los representativos volúmenes de mercadería que comercializan, lo que representa riesgos para estas empresas.

### **Pregunta No. 13**

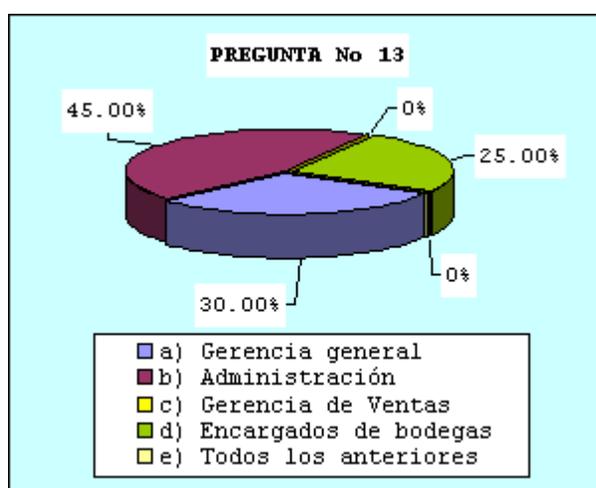
¿Quién considera usted que es responsable de la falta de control en el área de inventarios?

### **Objetivo**

Conocer el grado de responsabilidad de control interno.

### Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Gerencia general	6	30.00%
b) Administración	9	45.00%
c) Gerencia de Ventas	0	0.00%
d) Encargados de bodegas	5	25.00%
e) Todos los anteriores	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



### Análisis e interpretación de los datos obtenidos

#### Análisis:

Según los datos obtenidos, el 45% de los entrevistados manifestaron que el responsable de la falta de control en el área de inventarios es la administración; el 30% la gerencia general; el 25% manifiesta que son los encargados de bodegas.

#### Interpretación:

Podemos validar, que para los investigados es la Administración, la responsable tanto de la implementación de su sistema de control interno y su monitoreo posterior.

### Pregunta No. 14

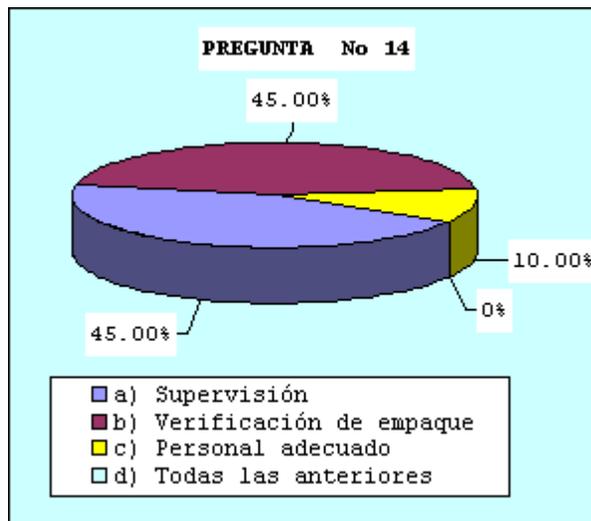
¿Qué controles son utilizados para evitar el daño de la mercadería en la recepción de embarques?

#### Objetivo

Conocer los procedimientos preventivos mínimos para reducir pérdidas de mercadería en la recepción.

#### Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Supervisión	9	45.00%
b) Verificación de empaque	9	45.00%
c) Personal adecuado	2	10.00%
d) Todas las anteriores	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



#### Análisis e interpretación de los datos obtenidos

##### Análisis:

Según los datos resultantes, el 45% de los encuestados utilizan entre sus actividades de control, para salvaguardar la

mercadería la supervisión y la verificación de empaque; el 10% manifestaron que utilizan personal adecuado.

### **Interpretación:**

Determinamos la existencia de procedimientos de control interno en nuestros investigados, además de su efectiva aplicación, para evitar deterioros en la mercadería.

### **Pregunta No. 15**

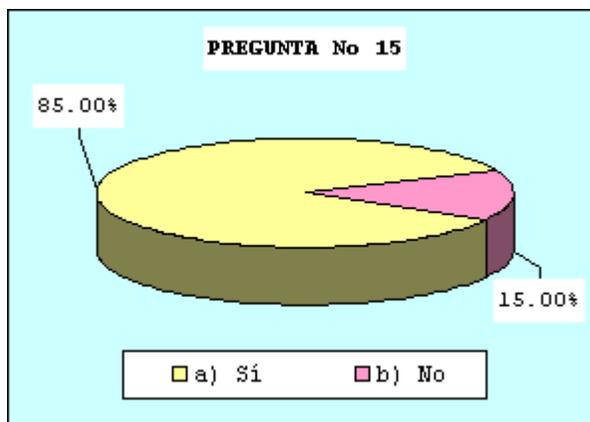
¿Están separadas las funciones de los responsables del control de los inventarios?

### **Objetivo**

Conocer si existe segregación de funciones en el manejo de inventarios.

### **Resultados**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
a) Sí	17	85.00%
b) No	3	15.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



Análisis e interpretación de los datos obtenidos

**Análisis:**

Como se puede observar del total de las respuestas obtenidas de los encuestados, el 85% afirmaron la aplicación de segregación de funciones en el área de inventarios; el 15% manifestó que no están separadas las funciones de los responsables de esa área.

**Interpretación:**

En vista de los resultados podemos determinar que en la mayoría de empresas, aplican segregación de funciones en esa área, lo que reduce el riesgo de error o de acciones inapropiadas.

**Pregunta No. 16**

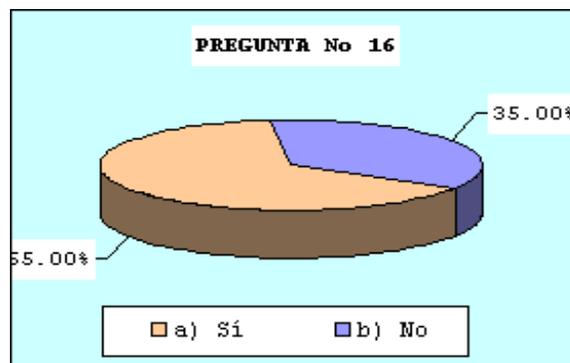
¿Se capacita al personal encargado del área de inventarios?

**Objetivo**

Conocer si el personal responsable del área de inventarios esta capacitado técnicamente para el desarrollo de funciones.

**Resultados**

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	13	65.00%
b) No	7	35.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

Como se puede observar, el 65% manifestaron que el personal encargado del área de inventarios recibe capacitación; mientras que el 35% expresó lo contrario.

### **Interpretación:**

Según los resultados obtenidos, son pocas las empresas en las cuales el personal involucrado en las operaciones de inventarios no reciben capacitación sobre sus funciones, es decir que la mayoría si está conciente de los beneficios que resultan de contar con personal competente en el área mencionada.

### **Pregunta No. 17**

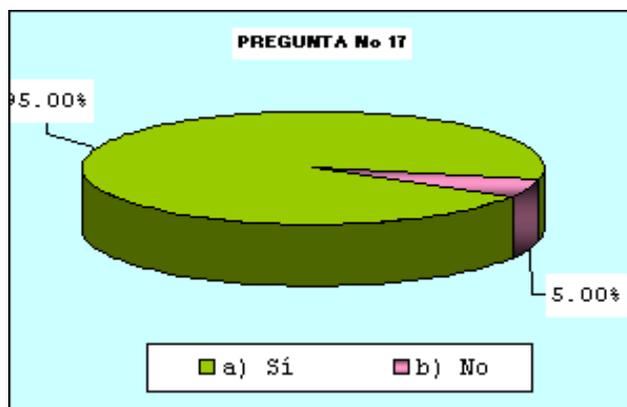
¿Son comunicadas a la Gerencia, las inconsistencias e irregularidades encontradas en el área de inventarios?

### **Objetivo**

Conocer si existe un adecuado nivel de comunicación en la organización.

### Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	19	95.00%
b) No	1	5.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



#### **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

##### **Análisis:**

El 95% de las empresas encuestadas afirmaron comunicar a la Gerencia las deficiencias acontecidas en el área de inventarios, y el 5% manifestó que no existe comunicación de dichas irregularidades e inconsistencias.

##### **Interpretación:**

La comunicación es efectiva, lo que demuestra que los responsables pueden tomar decisiones oportunas para solucionar las situaciones reportadas del área de inventarios.

#### **Pregunta No. 18**

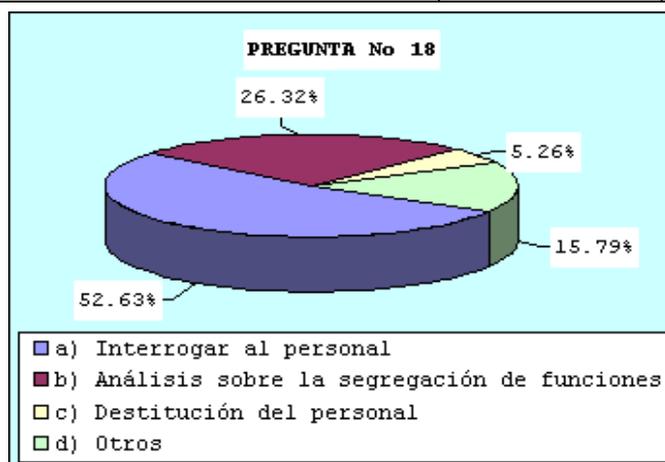
Si su respuesta a la pregunta anterior fue positiva: ¿Qué medidas de acción utiliza la empresa, para corregir las inconsistencias e irregularidades detectadas?

## Objetivo

Conocer las medidas de acción utilizadas al encontrar inconsistencias en el área de inventarios.

## Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Interrogar al personal	10	52.63%
b) Análisis sobre la segregación de funciones	5	26.32%
c) Destitución del personal	1	5.26%
d) Otros	3	15.79%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00%</b>



### Análisis e interpretación de los datos obtenidos

#### Análisis:

De los datos obtenidos en la investigación, el 52.63% utiliza como medida de acción correctiva la interrogación al personal involucrado; el 26.32% realiza análisis sobre la segregación de funciones; el 5.26% aplica medidas más drásticas como la destitución del personal; y el 15.79% otro tipo de medidas.

### Interpretación:

En todas las empresas se está tomando acción a las desviaciones de control interno para su mejoramiento; sin embargo consideran que eso lo aplican dependiendo de cada situación.

### Pregunta No. 19

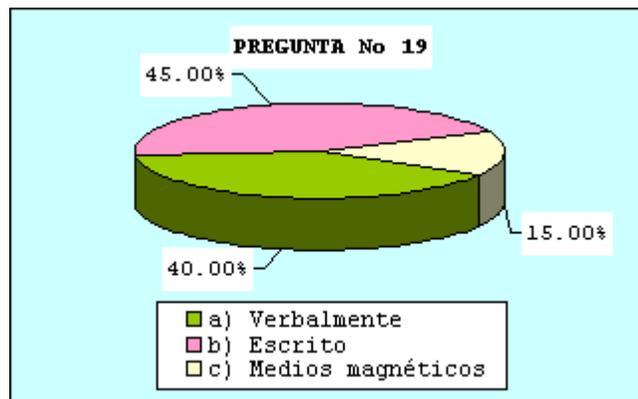
¿De qué manera son comunicados los problemas detectados en el área de inventarios?

### Objetivo

Verificar los medios de comunicación utilizados en el control en el área de inventarios.

### Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Verbalmente	8	40.00%
b) Escrito	9	45.00%
c) Medios magnéticos	3	15.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

Con base en los resultados obtenidos, el 45% de los sujetos de análisis confirmaron que el canal más utilizado es el escrito al comunicar los problemas detectados, el 40% manifestó utilizar medios verbales y el restante 15% opinó usar medios magnéticos.

### **Interpretación:**

Observamos que se está utilizando diversos canales de comunicación, los cuales permiten un mejor seguimiento de los problemas detectados minimizando el riesgo de ocurrencia.

### **Pregunta No. 20**

¿Tienen asegurados los inventarios?

### **Objetivo**

Determinar si las empresas han tomado las medidas necesarias para recuperar las posibles pérdidas en el manejo de inventarios.

### **Resultados**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
a) Sí	20	100.00%
b) No	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

El 100% de los encuestados confirmaron tener asegurados sus inventarios.

### **Interpretación:**

Con el resultado obtenido se determinó que las empresas sujetas de estudio, han considerado la salvaguarda de sus inventarios, manteniendo planes de seguro como medida de control preventivo en el área de inventarios.

### **Pregunta No. 21**

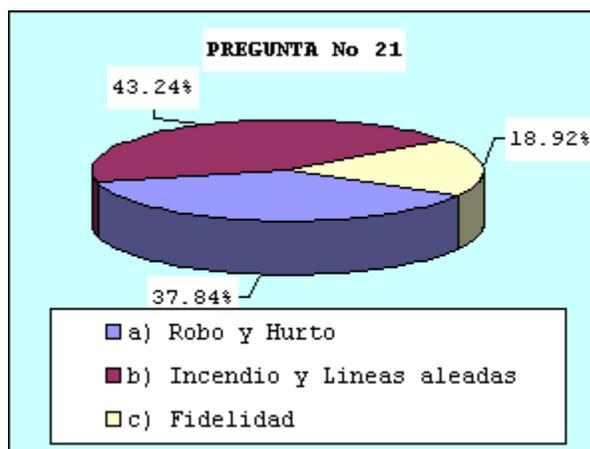
¿Qué tipo de seguros posee la empresa sobre sus inventarios?

### **Objetivo**

Conocer que tipos de riesgos han cubierto mediante la cobertura de seguros.

### **Resultados**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
a) Robo y Hurto	14	37.84%
b) Incendio y Líneas aleadas	16	43.24%
c) Fidelidad	7	18.92%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

Como resultado de la investigación se conoció que el 43.24% de los encuestados, poseen seguro de incendio y líneas aliadas; el 37.84% afirma tener seguro de robo y hurto y un 18.92% manifiesta poseer fianza de fidelidad.

### **Interpretación:**

Las empresas sujetas a investigación cuentan con diversos ramos de seguros, lo que indica que han considerado los diversos riesgos para salvaguardar sus inventarios.

### **Pregunta No. 22**

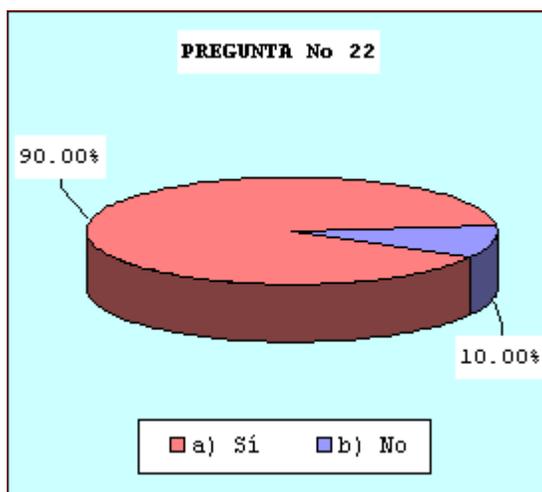
¿Cuentan con bodegas necesarias para el almacenaje de mercadería?

#### **Objetivo**

Conocer la capacidad de la empresa para almacenaje de sus inventarios.

#### **Resultados**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
a) Sí	18	90.00%
b) No	2	10.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



**Análisis e interpretación de los datos obtenidos.**

**Análisis:**

Se puede observar que el 90% de los sujetos de análisis afirmaron contar con las bodegas necesarias, y el 10% no cuenta con el espacio suficiente para sus pedidos de mercadería.

**Interpretación:**

La mayoría de las empresas sujetas a investigación cuentan con el espacio físico preciso para tener un control efectivo en lo que a eso se refiere, al contar con las bodegas necesarias para la capacidad total de sus pedidos de mercadería.

**Pregunta No. 23**

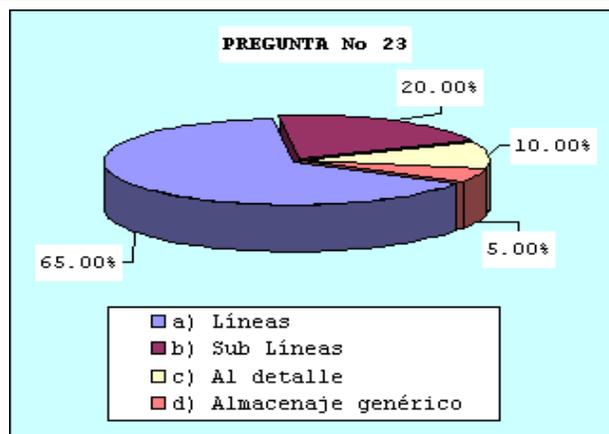
¿Cómo se clasifican las existencias de mercaderías?

**Objetivo**

Conocer como están clasificadas las existencias de mercaderías.

**Resultados**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
a) Líneas	13	65.00%
b) Sub Líneas	4	20.00%
c) Al detalle	2	10.00%
d) Almacenaje genérico	1	5.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

Según los resultados obtenidos, la clasificación de inventarios del 65.38% es por líneas; el 20% por sub-líneas, el 10% al detalle y un 5% respondió que almacenaje genérico.

### **Interpretación:**

En todas las empresas utilizan mecanismos de control para clasificar sus inventarios, sin embargo, en cuanto más detalles presenten sus clasificaciones de existencias el control sobre ellas será más eficiente.

### **Pregunta No. 24**

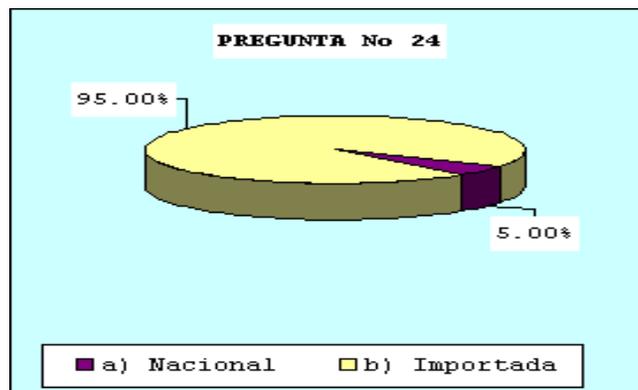
¿Cuál es la procedencia de su mercadería?

### **Objetivo**

Determinar el nivel de riesgo inherente en la adquisición de la mercadería.

### **Resultados**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
a) Nacional	1	5.00%
b) Importada	19	95.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

Se puede observar que el inventario del 95% de las empresas investigadas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo es importado, y solo el 5% es nacional.

### **Interpretación:**

Dado que la procedencia de los inventarios es importada mayor es el riesgo de exceso del costo debido a diferentes factores inherentes a la adquisición de los mismos.

### **Pregunta No. 25**

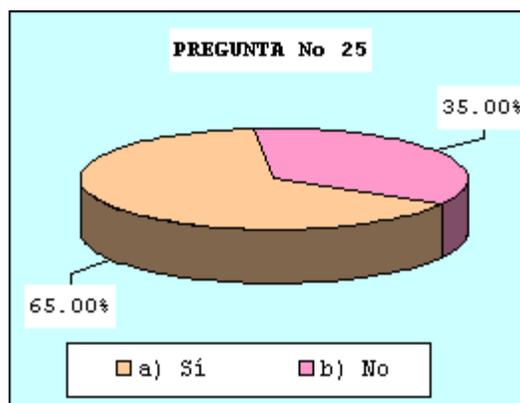
¿Poseen en el interior del país centros de exhibición de mercadería?

### **Objetivo**

Determinar el control interno en el traslado de mercaderías.

### **Resultados**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
a) Sí	13	65.00%
b) No	7	35.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

Se puede observar que el 65% de las empresas investigadas manifiestan poseer centros de exhibición en el interior del país, y el 35% expresaron no tener centros de exhibición.

### **Interpretación:**

La mayoría de las empresas investigadas poseen centros de exhibición en el interior del país, por tanto surge la necesidad de más controles en su operatividad.

### **Pregunta No. 26**

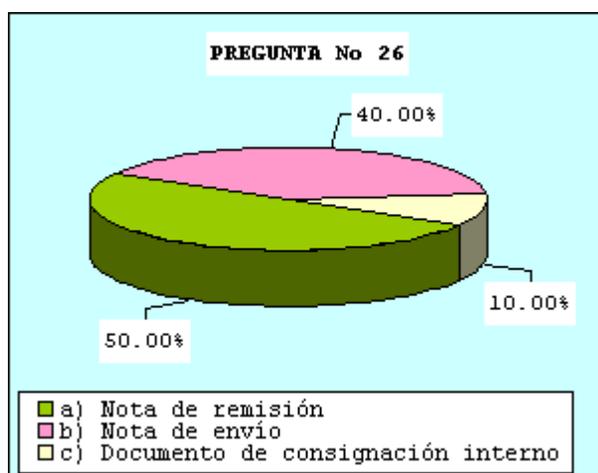
¿Qué documentos respaldan el traslado de mercadería a los centros de distribución?

### **Objetivo**

Conocer si emplean la documentación adecuada para el traslado de la mercadería.

## Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Nota de remisión	10	50.00%
b) Nota de envío	8	40.00%
c) Documento de consignación interno	2	10.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



### Análisis e interpretación de los datos obtenidos

#### Análisis:

Como resultado de la investigación, se conoció que el documento utilizado por el 50% de los investigados, que respalda el traslado de mercadería a los centros de exhibición es la nota de remisión; el 40% utiliza notas de envío y el 10% emplea documentos de consignación interno.

#### Interpretación:

Se conoció que las empresas están utilizando documentos tales

como: notas de remisión, notas de envío, y documentos de consignación interno; para asegurar que se está trasladando mercadería autorizada, sin embargo no todas las empresas utilizan la documentación adecuada que exige la legislación vigente es esos casos.

### Pregunta No. 27

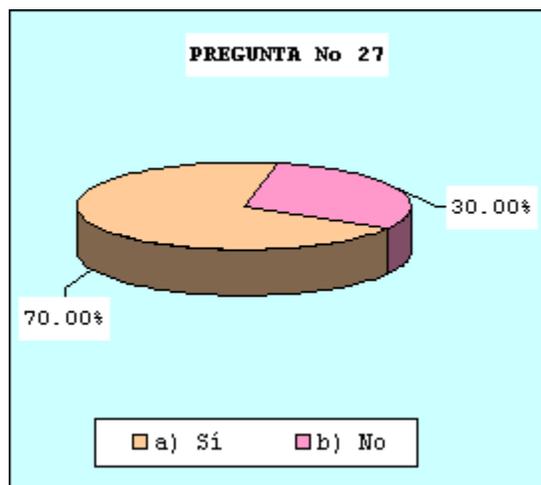
¿Además de cosméticos y perfumería distribuyen otro tipo de mercadería?

#### Objetivo

Conocer si comercializan mercadería adicional a los cosméticos y perfumería.

#### Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	14	70.00%
b) No	6	30.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

Según los resultados obtenidos de las empresas investigadas que distribuyen principalmente cosméticos y perfumería, el 70% afirman comercializar otro tipo de productos; mientras que el 30% no distribuye otros productos.

### **Interpretación:**

Las empresas investigadas, la mayoría comercializa otros productos, por lo que hay mayores probabilidades de falta de control si no se cuenta con los procedimientos adecuados.

### **Pregunta No. 28**

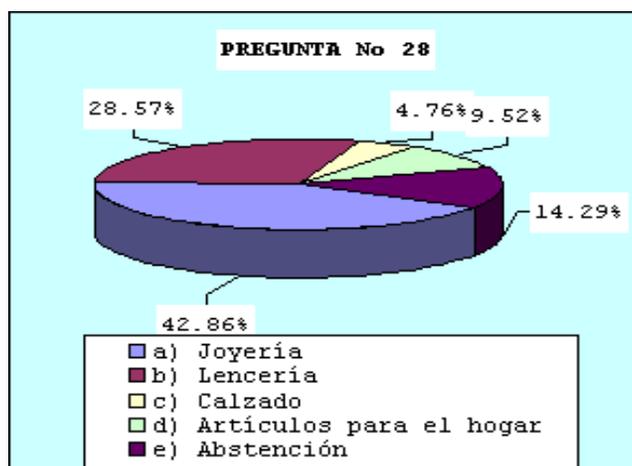
Si su respuesta a la pregunta anterior fue positiva: ¿Qué tipo de mercadería distribuyen?

### **Objetivo**

Identificar que tipo de mercadería adicional a los cosméticos y perfumería comercializan.

## Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Joyería	9	42.86%
b) Lencería	6	28.57%
c) Calzado	1	4.76%
d) Artículos para el hogar	2	9.52%
e) Abstención	3	14.29%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100.00%</b>



**Análisis e**

### **Análisis:**

Según los resultados obtenidos, las empresas distribuyen otras líneas de productos: el 42.86% distribuye Joyería, el 28.57% Lencería; el 4.76% Calzado, y el 9.56% artículos para el Hogar, sin embargo del 14.29% no se obtuvo información.

### **Interpretación:**

Se pudo observar que en los resultados obtenidos de las empresas investigadas, existen líneas adicionales a los cosméticos y la

perfumería, los cuales comercializan, por lo que se necesita poseer controles adicionales a los ya existentes.

### Pregunta No. 29

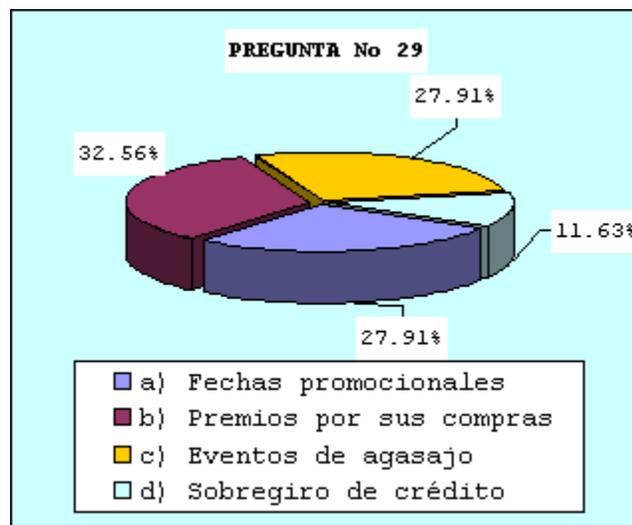
¿Qué incentivos utiliza la administración para que los distribuidores vendan la mercadería?

#### Objetivo

Conocer los mecanismos utilizados para la rotación de inventarios.

#### Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Fechas promocionales	12	27.91%
b) Premios por sus compras	14	32.56%
c) Eventos de agasajo	12	27.91%
d) Sobregiro de crédito	5	11.63%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

Según los resultados obtenidos, el 27.91% de las empresas utiliza como incentivos para que los distribuidores vendan la mercadería, las fechas promocionales; el 32.56% ofrecen premios por sus compras; el 27.91% realizan eventos de agasajos y el 11.63% ofrecen sobregiros de crédito.

### **Interpretación:**

Todas las empresas presentan diversidad de mecanismos de control con el fin de reducir los riesgos respecto a la baja rotación de inventarios y evitar exceso de costo por manejo de los mismos.

### **Pregunta No. 30**

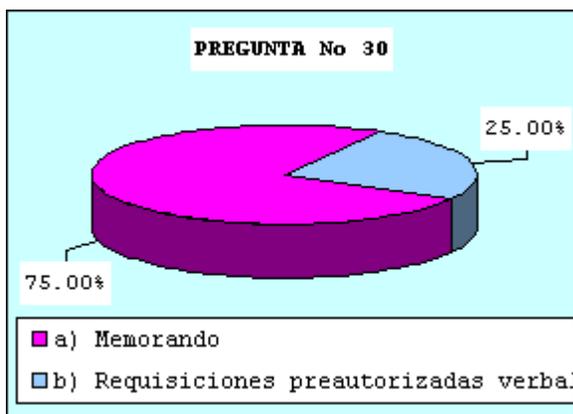
¿Qué documentos respaldan la autorización de salida de mercadería con fines publicitarios?

### **Objetivo**

Conocer si utilizan la documentación idónea en la autorización de salida de mercadería.

### Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Memorando	15	75.00%
b) Requisiciones preautorizadas verbalmente	5	25.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



### Análisis e interpretación de los datos obtenidos

#### Análisis:

Según los datos resultantes, el 75% de las empresas respaldan la salida de mercadería con fines publicitarios a través de memorandos, y el 25% emplean requisiciones preautorizadas.

#### Interpretación:

En todas las empresas, las salidas de inventario para fines publicitarios se realiza mediante un documento autorizado, lo que minimiza el riesgo de salida de mercadería no autorizada.

### Pregunta No. 31

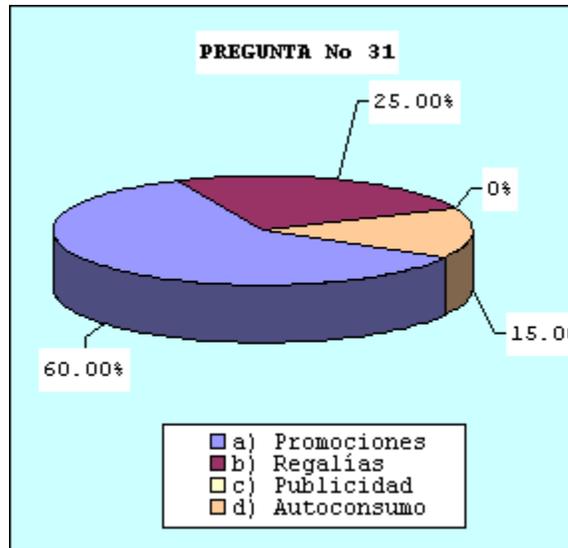
¿Qué mecanismos utilizan para liquidar la mercadería próxima a vencer, de baja rotación o averiada?

## Objetivo

Conocer que tipos de procedimientos emplean para reducir los niveles de inventario con tendencia a vencimiento.

## Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Promociones	12	60.00%
b) Regalías	5	25.00%
c) Publicidad	0	0.00%
d) Autoconsumo	3	15.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



## Análisis e interpretación de los datos obtenidos

### Análisis:

Según los datos resultantes, el 60% de los entrevistados utilizan las promociones como mecanismo para liquidar la mercadería próxima a vencer, de baja rotación o averiada; el 25% de las empresas utilizan las regalías y el 15% el autoconsumo.

### Interpretación:

El no poseer procedimientos adecuados para controlar la mercadería próxima a vencer, de baja rotación o averiada implica para las empresas pérdidas de capital, lo que hace necesario la implementación de procedimientos cada vez más efectivos, sin embargo conocimos que todas las empresas investigadas están aplicando diversos mecanismos para minimizar ese riesgo.

### Pregunta No. 32

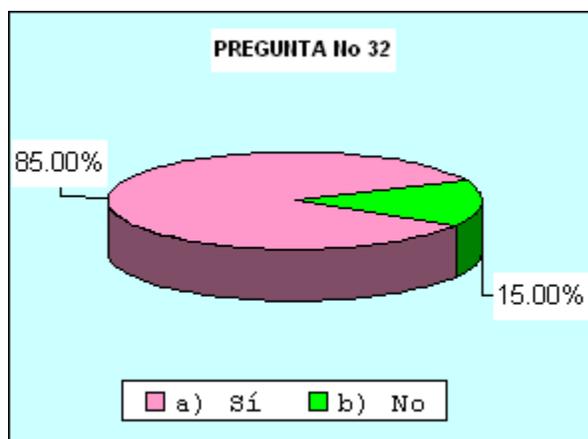
¿Acepta la empresa devoluciones de mercadería de sus clientes?

### Objetivo

Conocer si la empresa tiene la política de aceptación de devolución de mercaderías.

### Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	17	85.00%
b) No	3	15.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

El 85% de los sujetos de análisis, tienen entre sus políticas la aceptación de devolución de mercadería, y únicamente el 15% no acepta devolución de mercadería.

### **Interpretación:**

Gran parte de las empresas poseen políticas para efectos de aceptación de devoluciones de mercaderías aumentando el riesgo de pérdida por manipulación interna y exceso de averías.

### **Pregunta No 33**

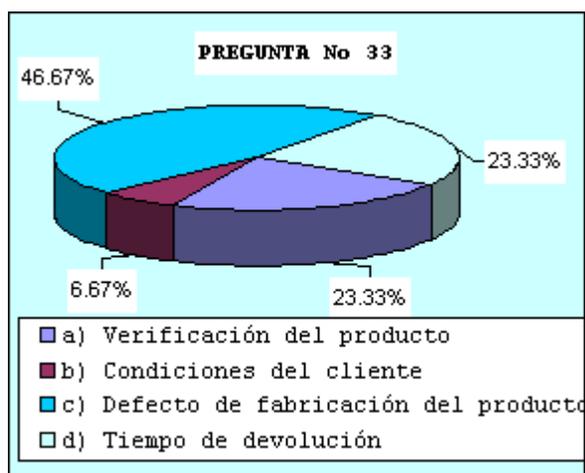
Si su respuesta a la pregunta anterior fue positiva: ¿Cuáles condiciones se consideran para la aceptación de devoluciones?

### **Objetivo**

Conocer las condiciones en la aplicación de la política de devolución de mercadería.

### **Resultados**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
a) Verificación del producto	7	23.33%
b) Condiciones del cliente	2	6.67%
c) Defecto de fabricación del producto	14	46.67%
d) Tiempo de devolución	7	23.33%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100.00%</b>



### Pregunta No 34

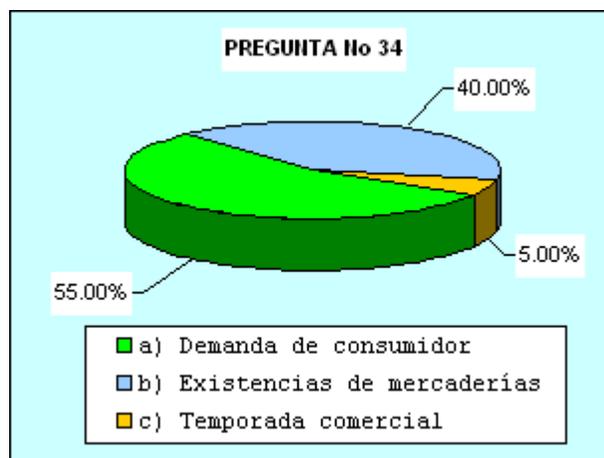
¿Conforme a que se efectúan la solicitud de pedidos a proveedores?

#### Objetivo

Conocer el control de los stocks de existencias de mercaderías.

#### Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Demanda de consumidor	11	55.00%
b) Existencias de mercaderías	8	40.00%
c) Temporada comercial	1	5.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



#### Análisis e interpretación de los datos obtenidos

##### Análisis:

Según los resultados obtenidos, el 55% de las empresas realizan la solicitud de pedidos de mercadería basados en la demanda del consumidor, un 40% manifiesta que depende de las existencias y el 5% restante que de acuerdo a ciertas temporadas comerciales.

### Interpretación:

Las empresas, están considerando indicadores para la solicitud de mercadería a sus proveedores, manteniendo un control apropiado en el manejo del volumen de existencias.

### Pregunta No. 35

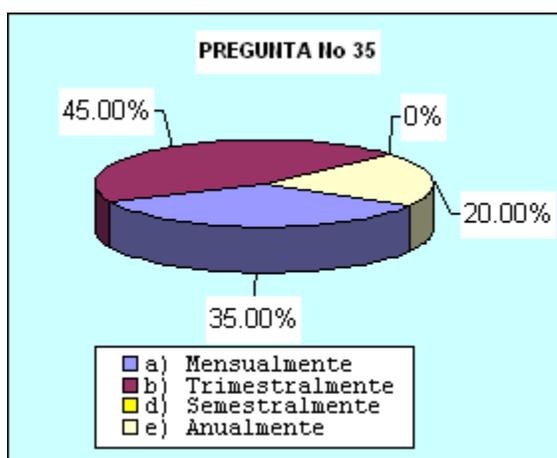
¿Con qué frecuencia se hacen levantamientos físicos de inventarios?

### Objetivo

Conocer el grado de eficiencia en el monitoreo de las existencias de inventarios.

### Resultados

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Mensualmente	7	35.00%
b) Trimestralmente	9	45.00%
d) Semestralmente	0	0.00%
e) Anualmente	4	20.00%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>



## **Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

### **Análisis:**

Se puede observar que las empresas sujetas de estudio, frecuentemente realizan comparaciones de inventarios físicos con registros de información; el 45% efectúa comparaciones mensuales, el 35% las realiza trimestralmente y solo un 20% las efectúa anualmente.

### **Interpretación:**

La mayoría de las empresas están efectuando este control con una periodicidad razonable, y en consecuencia son pocas las que no realizan.



( ANEXO No 4 )

NOMBRE DE LA EMPRESA

## *Memorandum*

*Para:*

*De:*

*C.C.:*

*Fecha:*

*Asunto:*

( ANEXO No 5)



NOMBRE DE LA EMPRESA  
ORDEN DE COMPRA

No ORDEN

LUGAR Y FECHA:				
PROVEEDOR:			TEL:	
VENDEDOR:				
DESTINO DE LA COMPRA:				
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DE EL ARTÍCULO	MARCA	PRECIO UNITARIO	TOTAL
			SUB TOTAL	
			IVA 13%	
TOTAL			TOTAL	

NOTA: ESTA ORDEN DE COMPRA NO ES VÁLIDA SIN SELLO Y FIRMA AUTORIZADA Y DEBERÁ ACOMPAÑAR EL CRÉDITO FISCAL ORIGINAL PARA SU PAGO RESPECTIVO. CREDITO DE 30 DIAS

\_\_\_\_\_  
Autorizado

\_\_\_\_\_  
Solicitado



( ANEXO No 6)

NOMBRE DE LA EMPRESA  
TRASLADO ENTRE BODEGAS

LUGAR Y FECHA:  
TEL:  
REGISTRO No  
NIT:

HORA:  
PAGINA:  
USUARIO:

BODEGA DE ORIGEN:  
BODEGA DESTINO:

JUSTIFICACION:

CANTIDAD	CODIGO	DESCRIPCION	PRECIO C/IVA	IMPORTE

TOTAL TRANSFERIDO:

VALOR TRANSFERIDO:

\_\_\_\_\_  
RECIBIDO POR:

\_\_\_\_\_  
ENTREGADO POR:

\_\_\_\_\_  
AUTORIZADO POR:

\_\_\_\_\_  
VERIFICADO POR:









( ANEXO No 11 )



NOMBRE DE LA EMPRESA

ORDEN DE ENVIO

SUCURSAL O AGENCIA

FECHA	COGIDO	CLIENTE	FACT	DEV	No	VALOR

---

Secretaria

---

Revisado

---

Entrega

---

Motorista

**(ANEXO 12)**

**Glosario de términos.**

- ✓ Almacén.- Centro de trabajo donde se resguardan mercaderías originando movimientos de entradas y salidas de las mismas.
  
- ✓ Bienes Inservibles o averiados.- Bienes que se encuentran totalmente fuera de uso por motivo de avería, descompostura o siniestro y que se conservan en inventario para reaprovechar sus partes o para su enajenación.
  
- ✓ Diseño.- (1) Intento. Como se emplea en la definición de control interno, el diseño del sistema de control interno es intentado (establecido) para proporcionar una seguridad razonable de la consecución de los objetivos; cuando el intento es realizado, el sistema puede juzgarse efectivo.  
(2) Plan: la manera como un sistema es puesto a trabajar, en contraste a como trabaja actualmente.
  
- ✓ Diagrama de Flujo.- Representación gráfica de la secuencia de actividades dentro de un procedimiento.
  
- ✓ Enajenación.- Transmitir la propiedad, dominio o derecho de un bien a un tercero.

- ✓ Gestión.- Acción y efecto de administrar; encargarse de la gestión de una empresa.
- ✓ Gestión de inventarios o gestión de stock.-Es el proceso que no se detiene en el tiempo, sino que supone una actividad continuada.
- ✓ Número de Inventario.- Conjunto de letras y números que identifican y ubican un bien.
- ✓ Política.- Mandato de la administración respecto de que debe hacerse para efectuar el control. Una política sirve como base para proceder a su implementación.
- ✓ Procedimiento.- Una acción que implementa una política, método o sistema estructurado para ejecutar actividades o tareas.
- ✓ Sistema de control interno.- Un sinónimo de control interno. (Según el Informe de COSO)
- ✓ Siniestro.- Destrucción fortuita o pérdida importante que sufren las personas o las cosas por causa de un accidente, catástrofe o robo.

- ✓ Transferencias.- Registro de un bien, dentro de un procedimiento de control de inventarios, originado por un cambio de adscripción del bien entre personas o Centros de Trabajo.

( ANEXO No 13)



**Universidad de El Salvador**  
*Hacia la libertad por la cultura*



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: "Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador", realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.

Recibí conforme

*21/8/06*  
*4-30 fern*

*Lorely de El Salvador*  
*S.A. de C.V.*

( ANEXO No 14)



**Universidad de El Salvador**  
*Hacia la libertad por la cultura*



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: **"Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador"**, realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 15 de agosto de 2006.

  
Recibi conforme

**TRANSBEL, S.A. de C.V.**



**Universidad de El Salvador**  
*Hacia la libertad por la cultura*

( ANEXO No 15)



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: **"Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador"**, realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.



Recibí conforme

*[Handwritten signature]*  
CAROLINA RAMIREZ

( ANEXO No 16)



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: "Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador", realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.

  
21/08/2006

Recibí conforme

**Clío**  
De El Salvador, S.A. de C.V.



**Universidad de El Salvador**  
*Hacia la libertad por la cultura*

( ANEXO No 17)



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: "Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador", realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.

Recibí conforme

**DERMOESTETICA GROUP**  
**S.A. de C.V.**

( ANEXO No 18)



**Universidad de El Salvador**  
*Hacia la libertad por la cultura*



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: "Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador", realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.

*Camila Castro*

Recibí conforme

**KASH & Co., S.A. de C.V.**

( ANEXO No 19)

*Maxim Lamoy*



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: **"Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador"**, realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.

  
Recibí conforme

GOSMODAS  
S.A. de C.V.



**Universidad de El Salvador**  
*Hacia la libertad por la cultura*

( ANEXO No 20)



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

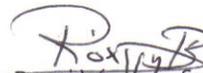
Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: **"Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador"**, realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.

  
Recibí conforme



( ANEXO No 21)



Universidad de El Salvador  
Hacia la libertad por la cultura



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: **"Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador"**, realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.



Recibí conforme



**Universidad de El Salvador**  
*Hacia la libertad por la cultura*

( ANEXO No 22)



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

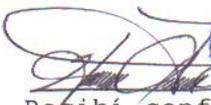
Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: **"Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador"**, realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.

  
Recibí conforme  
**Vogue**  
Corp.  


( ANEXO No 23)



**Universidad de El Salvador**  
*Hacia la libertad por la cultura*



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: **"Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador"**, realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.

Recibí conforme

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke.



( ANEXO No 24)



**Universidad de El Salvador**  
*Hacia la libertad por la cultura*



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: **"Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador"**, realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 15 de agosto de 2006.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "J. M. S.", positioned above the "Recibí conforme" text.

Recibí conforme

**ESIKA COSMETIC,  
S. A. DE C. V.**

( ANEXO No 25)



**Universidad de El Salvador**  
*Hacia la libertad por la cultura*



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: **"Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador"**, realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.

*Patricia Lucero de León*  
Recibí conforme

**BELLE DE EL SALVADOR, S. A. DE C. V**

( ANEXO No 26)



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: **"Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador"**, realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.

**CORPORACION DENISSA  
S. A. DE C. V.**

Recibí conforme

( ANEXO No 27)



**Universidad de El Salvador**  
*Hacia la libertad por la cultura*



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: **"Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador"**, realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.

*Dina Abigail Rivera*

**ZELSA**

Recibí conforme

( ANEXO No 28)



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: **"Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador"**, realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.

Oriflame de El Salvador  
S.A. de C.V.  
Centro de Negocios y Atención  
Recibí conforme

( ANEXO No 29)



Universidad de El Salvador  
Hacia la libertad por la cultura



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: **"Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador"**, realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.



Recibí conforme

*Carolina Franco.*

Recibe,  
verifica,  
mercadería  
y  
transferen  
cia

( ANEXO No 30)



**Universidad de El Salvador**  
*Hacia la libertad por la cultura*



Señores.

Administradores, Gerentes y/o Contadores.

Empresas dedicadas a la venta de cosméticos y perfumería por catálogo o venta directa.

Presente.

Por este medio hacemos entrega de la propuesta del trabajo de graduación titulado: **"Diseño de control interno con enfoque COSO para mejorar la gestión en el área de inventarios, para las empresas que se dedican a la venta de cosméticos y perfumería por medio de catálogo, en el área metropolitana de San Salvador"**, realizado a través del diseño de un manual de procedimientos, y el cual esperamos sea de utilidad para las necesidades actuales de su empresa.

Adjuntamos dicha información en medio magnético (CD).

Ciudad universitaria, 12 de agosto de 2006.

Recibí conforme

**SAROS, S.A. de C.V.**