



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**LOS MECANISMOS DE CONTROL INTERNO DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIOS – RUBRO IMPRENTAS DE LA CIUDAD DE
PIURA Y SU IMPACTO EN LOS RESULTADOS DE
GESTIÓN, 2016.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE CONTADOR PÚBLICO.**

AUTORA

BACH. NERY ARIANNA GUAYLUPO SARANGO

ASESORA

MGTR. MARIA FANY MARTÍNEZ ORDINOLA

PIURA – PERÚ

2017

**LOS MECANISMOS DE CONTROL INTERNO DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIOS – RUBRO IMPRENTAS DE LA CIUDAD DE
PIURA Y SU IMPACTO EN LOS RESULTADOS DE
GESTIÓN, 2016.**

JURADO EVALUADOR DE TESIS

Mgtr. Donald Errol Savitzky Mendoza
Presidente

Mgtr. Jannyna Reto Gómez
Secretaria

Dr. Víctor Manuel Landa Machero
Miembro

Mgtr. María Fany Martínez Ordinola
Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios, por la inmensidad de su amor
por permitirme cumplir mis metas y
alcanzar mis objetivos.

En esta oportunidad quiero expresarle mi
máximo agradecimiento a mi asesora de
tesis la Mgtr. CPC. María Fany Martínez
Ordinola, por el inmenso e incansable
apoyo que me ha brindado para terminar
con éxito este trabajo de información.

DEDICATORIA

A mis padres por su constante apoyo, por ser mi ejemplo de vida y más grande bendición.

A mi querido esposo, por su invaluable apoyo moral, comprensión e inmenso amor que me motivaron a seguir adelante.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Determinar los mecanismos de control interno de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro imprentas de la ciudad de Piura y su impacto en los resultados de gestión, 2016. La investigación se ha desarrollado usando metodología de diseño no experimental, transeccional, descriptivo, bibliográfico y documental. Aplicando la técnica de la encuesta y la entrevista, y como instrumento de recolección de datos el cuestionario pre estructurado con preguntas relacionadas a la investigación, el cual fue aplicado a los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas en estudio, obteniendo como principales resultados que el 70% de las empresas no cuentan con una estructura organizacional, el 60% de las empresas no cuenta con un reglamento interno de trabajo, el 80% de las empresas se encuentra en el régimen general, el 100% no realiza las evaluaciones correspondientes al control de calidad del servicio, el 50% las empresas no cuentan con un manual de procedimientos administrativos, el 80% no cuentan con un plan de contingencias para afrontar los riesgos, el 60% lleva su contabilidad de manera externa y el 100% de las empresas dicen llevar un control de todo el material que ingresa y el que se va utilizando.

Se concluye que las empresas están más dirigidas en captar clientes, vender sus servicios pero han descuidado mucho el tema de control en su empresa en las diversas áreas les falta poner mayor interés en lo que respecta llevar una buena empresa organizada cumpliendo normas y lo primero que se debería hacer es poner en plan, la realización de un reglamento interno de trabajo.

Palabras Clave: Control interno, imprentas, Mype.

ABSTRACT

The general objective of the research was: To determine the internal control mechanisms of micro and small enterprises in the services sector - the printing sector of the city of Piura and its impact on management results, 2016. The research has been developed using design methodology Non-experimental, transectional, descriptive, bibliographic and documentary. Applying the survey and interview technique, and as a data collection instrument, the pre-structured questionnaire with questions related to the research, which was applied to the owners, managers and / or legal representatives of the companies under study, obtaining as 70% of the companies do not have an organizational structure, 60% of the companies do not have an internal regulation of work, 80% of the companies are in the general regime, 100% do not realize the 50% of the companies do not have a manual of administrative procedures, 80% do not have a contingency plan to deal with the risks, 60% carry their accounts externally and 100% % Of companies say they have a control of all the material that comes in and the one that is being used.

It is concluded that companies are more focused on attracting customers, selling their services but have neglected much the subject of control in their company in the various areas they have to put more interest in what it means to take a good organized company complying with rules and the first thing that It should be done is to put in plan, the realization of an internal regulation of work.

Palabras Clave: Internal control, printers, Mype.

Contenido

	Pág.
TITULO	ii
JURADO EVALUADOR DE TESIS	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE CUADROS	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	10
2.1 Antecedentes	10
2.1.1 Internacionales	10
2.1.2 Nacionales	50
2.1.3 Locales	58
2.2 Bases Teóricas	60
2.3 Marco Conceptual	85
III. METODOLOGÍA	89
3.1 Diseño de la investigación	89
3.2 Población y muestra	92
3.2.1 Población	92
3.2.2 Muestra	92
3.3 Técnicas e instrumentos	94
3.3.1 Técnicas	94
3.3.2 Instrumentos	94
3.4 Operacionalización de Variables	95
3.5 Matriz de consistencia lógica	98
3.6 Plan de análisis	99
3.7 Principios Éticos	99
IV. RESULTADOS	102
4.1 Resultados	102
4.1.1 Respecto al objetivo específico 1	102
4.1.2 Respecto al objetivo específico 2	106
4.1.3 Respecto al objetivo específico 3	109
4.1.4 Respecto al objetivo específico 4	122
4.2 Análisis de resultados	132
4.2.1 Respecto al objetivo específico 1	132
4.2.2 Respecto al objetivo específico 2	132
4.2.3 Respecto al objetivo específico 3	133
4.2.4 Respecto al objetivo específico 4	135

V. CONCLUSIONES	137
5.1 Respecto al objetivo específico 1	137
5.2 Respecto al objetivo específico 2	137
5.3 Respecto al objetivo específico 3	137
5.4 Respecto al objetivo específico 4	141
VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	143
6.1 Referencias bibliográficas	143
6.2 Anexos	146

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Del sexo de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.	102
Tabla 2: Edad de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.	103
Tabla 3: Grado de instrucción del propietario, gerente y/o representante legal.	104
Tabla 4: Cuál es el cargo que ocupa Usted, en la empresa.	105
Tabla 5: Tiempo de la empresa en la actividad de imprenta.	106
Tabla 6: Su empresa es formal o informal.	107
Tabla 7: Cuantos trabajadores laboran en su empresa.	108
Tabla 8: Cuenta la empresa con local propio.	109
Tabla 9: Se cancela a tiempo las remuneraciones al personal.	110
Tabla 10: El personal de su empresa cuenta con seguro, por posibles perjuicios ocasionados por el desempeño de su actividad. Que tipo de seguro?	111
Tabla 11: Cuenta la empresa con local propio. Se encuentra este asegurado en caso de siniestro.	112
Tabla 12: El personal que labora en su empresa, cuenta con un contrato de trabajo escrito o verbal, en la cual se informe de sus funciones dentro de él.	113
Tabla 13: En que régimen tributario se encuentra su empresa.	114
Tabla 14: Que tipo de comprobante emite su empresa.	115
Tabla 15: Su empresa se encuentra al día con sus pagos de los tributos: contribución, impuestos, tasas y/o servicios de necesidad básica.	116
Tabla 16: La contabilidad de su empresa la llevan de manera externa o cuenta con un contador dentro de ella.	117
Tabla 17: Usted como propietario, que medidas toma para tener conocimiento si la contabilidad llevada en su empresa se hace de manera correcta.	118
Tabla 18: La empresa utiliza algún sistema de control para llevar al día los registros tanto de los ingresos como los ya existentes en bodega.	119
Tabla 19: Cuenta con un sistema de control de suministros, como es que lo controla.	120
Tabla 20: Cuenta la empresa con una estructura organizacional actualizada.	121
Tabla 21: Su empresa cuenta con un reglamento interno de trabajo.	122
Tabla 22: Las cobranzas realizadas en el día se depositan a una cuenta bancaria, se guarda en caja de la empresa o en otro lugar.	123
Tabla 23: Como controla la empresa a la persona que labora en caja.	124
Tabla 24: Lleva un control de las cuentas por cobrar del porcentaje adeudado del pedido del servicio.	125
Tabla 25: Se capacita y se evalúa el desempeño al operador de la imprenta.	126
Tabla 26: Se supervisa el trato adecuado en la atención a los usuarios que requieran del servicio.	127
Tabla 27: La empresa realiza evaluaciones correspondientes al control de calidad de los servicios.	128
Tabla 28: Cuenta la empresa con un manual de procedimientos administrativos.	129
Tabla 29: Cuenta la empresa con un plan de contingencias para afrontar los riesgos.	130
Tabla 30: Son resueltos los problemas suscitados ante algún imprevisto.	131

ÍNDICE DE CUADROS

Pág.

Cuadro 1: Del sexo de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.	102
Cuadro 2: Edad de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.	103
Cuadro 3: Grado de instrucción del propietario, gerente y/o representante legal.	104
Cuadro 4: Cuál es el cargo que ocupa Usted, en la empresa.	105
Cuadro 5: Tiempo de la empresa en la actividad de imprenta.	106
Cuadro 6: Su empresa es formal o informal.	107
Cuadro 7: Cuantos trabajadores laboran en su empresa.	108
Cuadro 8: Cuenta la empresa con local propio.	109
Cuadro 9: Se cancela a tiempo las remuneraciones al personal.	110
Cuadro 10: El personal de su empresa cuenta con seguro, por posibles perjuicios ocasionados por el desempeño de su actividad. Que tipo de seguro?.	111
Cuadro 11: Cuenta la empresa con local propio. Se encuentra este asegurado en caso de siniestro.	112
Cuadro 12: El personal que labora en su empresa, cuenta con un contrato de trabajo escrito o verbal, en la cual se informe de sus funciones dentro de él.	113
Cuadro 13: En que régimen tributario se encuentra su empresa.	114
Cuadro 14: Que tipo de comprobante emite su empresa.	115
Cuadro 15: Su empresa se encuentra al día con sus pagos de los tributos: contribución, impuestos, tasas y/o servicios de necesidad básica.	116
Cuadro 16: La contabilidad de su empresa la llevan de manera externa o cuenta con un contador dentro de ella.	117
Cuadro 17: Usted como propietario, que medidas toma para tener conocimiento si la contabilidad llevada en su empresa se hace de manera correcta.	118
Cuadro 18: La empresa utiliza algún sistema de control para llevar al día los registros tanto de los ingresos como los ya existentes en bodega.	119
Cuadro 19: Cuenta con un sistema de control de suministros, como es que lo controla.	120
Cuadro 20: Cuenta la empresa con una estructura organizacional actualizada.	121
Cuadro 21: Su empresa cuenta con un reglamento interno de trabajo.	122
Cuadro 22: Las cobranzas realizadas en el día se depositan a una cuenta bancaria, se guarda en caja de la empresa o en otro lugar.	123
Cuadro 23: Como controla la empresa a la persona que labora en caja.	124
Cuadro 24: Lleva un control de las cuentas por cobrar del porcentaje adeudado del pedido del servicio.	125
Cuadro 25: Se capacita y se evalúa el desempeño al operador de la imprenta.	126
Cuadro 26: Se supervisa el trato adecuado en la atención a los usuarios que requieran del servicio.	127
Cuadro 27: La empresa realiza evaluaciones correspondientes al control de calidad de los servicios.	128
Cuadro 28: Cuenta la empresa con un manual de procedimientos administrativos.	129
Cuadro 29: Cuenta la empresa con un plan de contingencias para afrontar los riesgos.	130
Cuadro 30: Son resueltos los problemas suscitados ante algún imprevisto.	131

I. INTRODUCCIÓN

Si lo vemos desde el punto de vista racional, podríamos definir la imprenta como una forma mecánica de reproducir letras e imágenes en un soporte metálico y, posteriormente, transferirlas al papel. Es muy básico, muy simple y, al mismo tiempo, imposible de reducirlo sólo a esto.

Desde el principio, el ser humano ha sentido la necesidad de comunicarse con los demás. El lenguaje ha sido el primer paso. Posteriormente ha necesitado plasmar sus primeros sonidos e imágenes sobre diferentes soportes, ya fuera madera, piedra, metal, etc. pero esto siempre ha sido algo que se quedaba corto en cuanto espacio y muy corto en cuanto a difusión del mensaje.

A partir de ahí todas las civilizaciones han tenido la necesidad de reflejar por escrito todas las actividades comerciales, sociales, económicas, literarias... es decir, el conocimiento diario, creativo, cultural y científico. Pero hasta la aparición de la imprenta, no sólo era bastante complicado el guardarse conocimiento, sino también el dar a conocer ese conocimiento fuera de los ámbitos en los que se utilizaba. La imprenta ha hecho que todo el conocimiento pueda llegar a cualquier parte y a cualquier persona ya que, no sólo resulta más barato, sino que la imprenta permite tener una copia de un original de hoy, de nuestro pasado, incluso muy antiguo, y de cualquier tipo de temática.

La imprenta también ha conseguido que la cultura pueda expandirse a cualquier punto del planeta y a cualquier persona sin importar la raza, el sexo o su capacidad económica, otra cosa son los regímenes políticos que pueda haber en algunos países.

Si la capacidad de crecimiento de un país se mide por su cultura, la imprenta es la

esencia de la misma ya que, gracias a ella, el conocimiento se puede comunicar y podemos tenerlo no sólo en espacios públicos si no en espacios privados, como pueden ser nuestra propia casa. Además la imprenta ha conseguido que el conocimiento sea importante, pero también, gracias a la propia evolución de esta, se ha podido crear libros para el entretenimiento, lo lúdico, etc., que también han entrado en nuestros hogares. Los medios tecnológicos han, de alguna manera, frenado la evolución de la imprenta en muchos aspectos. Sin embargo, está claro que, por mucho que la tecnología pueda avanzar, el conocimiento o el disfrute a través de los libros, estos siguen siendo algo que nuestra sociedad no quiere ni debe permitirse abandonar. De hecho el formato físico es algo que, en la mayoría de los casos, la persona necesita tener, bien sea por la textura, puede tacto, por el olor o, sencillamente, porque es algo que no tiene que enchufarse, porque podemos utilizarlo en cualquier momento y en cualquier lugar, etcétera.

La imprenta, por mucho que pase el tiempo, será siempre un elemento que nunca pasará de moda y que evoluciona con el tiempo y se adapta a las necesidades del conocimiento, de lo lúdico y de las necesidades de las personas. (importancia.org, s.f).

Paiva (2013) en su investigación *“Control interno y su incidencia en la rentabilidad de empresa cobros del norte S.A”* determinó que El informe del “Committe of sponsoring” (COSO) define al control interno como un proceso llevado a cabo por las personas de una organización, diseñado con el fin de proporcionar un grado de

seguridad “razonable” para la consecución de sus objetivos, dentro de las siguientes categorías:

Eficiencia y eficacia de la operatoria,

Fiabilidad de la información financiera,

Cumplimiento de las leyes y normas aplicables.

El control interno comprende el plan de organización y todos los métodos y medidas coordinadas adoptadas dentro de una empresa para salvaguardar sus bienes, comprobar la exactitud y veracidad de los datos contables, promover la eficiencia operante y estimular la adhesión a los métodos prescritos por la gerencia.

El control interno es un proceso efectuado por el consejo de administración, la dirección y el resto de personal de una entidad, diseñado con el objeto de proporcionar un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de objetivos.

De acuerdo a la caracterización al control interno de las empresas se podría decir que en la actualidad las empresas según la información recopilada se revela que no existe un código de ética escrito, desde el momento en que el trabajador entra a laborar se establecen los valores éticos de manera verbal y se hace referencia al Código Ético que tiene el contratante, aun así los trabajadores responden adecuadamente a la integridad y los valores éticos, a los valores de Compromiso, Respeto y Calidad.

Se comprueba que no existe un manual de funciones escrito, simplemente se establecen las funciones y no se realiza un contrato de trabajo formal a como lo

establece la Ley, por lo que no existe una guía que apoye a los trabajadores a saber con exactitud cuáles son las funciones por las cuales tiene que responder,

La segregación de funciones se proyecta un 100% en los puntos de recaudo, si se cumplen las funciones asignadas, sin embargo, el administrador realiza algunas funciones de la contabilidad, hay una mala segregación de funciones, se corre el riesgo de fraude por la dependencia de una persona en todo el ciclo, si tienen definidas las responsabilidades, y también son conocidas por su responsable inmediato.

Sin embargo, no se tiene un manual de funciones escrito donde se establezca las responsabilidades de cada cargo en la Empresa, por lo que se podría decir que las actividades de aprobación se realizan de manera empírica ya que no hay nada escrito que respalde el buen seguimiento de la autorización.

No existe un organigrama en la Empresa que sea de conocimiento de los empleados en este caso hay una debilidad en el ambiente de control ya que un organigrama define claramente los niveles de autoridad de cada empleado y deberá ir acompañado de un manual en el que se asigne las relaciones jerárquicas y funcionales para cada cargo, por lo que se recomienda su elaboración para fortalecer el control interno de la Empresa.

No realizan solo las funciones que se les asigno, dado que la falta de personal hace que ellos tengan que hacer varias cosas fuera de sus funciones, sin embargo, consideran que hay una buena coordinación en las áreas de trabajo.

Sobre el conocimiento de la misión, visión y valores, no lo conocen, sin embargo, siendo empresas en crecimiento, la Junta directiva o administrador debe dar a conocer a todos los empleados, ya que es importante saber que hacen y a donde se

dirigen guiando al resto de personal a alcanzar la meta que desea sobre todo para cumplir con las metas propuesta por su contratante.

En toda empresa deberá de existir un organigrama y deberá ser de conocimiento de todos los empleados, esto con el fin de fortalecer el control interno de las empresas.

Respecto a los centros de pagos se puede indicar que el mayor riesgo es de Robo y/o Asalto a la persona encargada del traslado de valores ya que este se realiza sin ninguna seguridad y sobre todo si siempre se hace a la misma hora.

En lo que respecta a factores internos no son tomados ya que la Administración tiene una probabilidad alta de riesgos, como puede ser un auto robo por parte del personal y exceso de confianza ya que nunca se le arque al personal de los centros de pagos.

No existe un manual de procedimiento, que se aplique en el área de caja, sin embargo se rigen por el procedimiento que tiene establecido, el cual se comprobó se cumple con el mismo, sin embargo la administración nunca revisa si se aplica correctamente.

Con respecto a los depósitos diarios esto si se cumple pues al contratante se le debe de entregar diario, pero la administración no se da cuenta de esta actividad, se le recomienda a la Administración llevar un control diario de reporte de depósito y solicitar al contratante la confirmación de los mismos.

El personal de caja debe conocer el procedimiento de caja, pero este es del contratante y como empresa ellos no tienen definido un procedimiento, por lo cual desconocen si la empresa tiene uno propio.

Se debe saber si está debidamente documentada todas las decisiones importantes de la empresa?, las decisiones más importantes son tomadas por la junta directiva las cuales se dejan registradas en el libro de actas y caso no estar todos de acuerdo se realiza por votación, aunque algunas decisiones son tomadas directamente por el

presidente de la junta, esto trae consigo que varias operaciones importantes estén concentradas en una sola persona lo que podría traer consigo actos ilícitos al tener la plena libertad de manejar todo un proceso.

De la misma manera si la persona que hace los cheques es la misma que los registra, según la administradora ella es la responsable de elaboración y del registro pues no tiene un contador por lo que casi siempre hace la función de contador por lo que se deduce que si se está dando esta situación, no tiene por qué aprobarse y registrarse las transacciones por la misma persona. No existe un manual de registro de las actividades financieras que se hace manera empírica por la experiencia.

Se debe saber si se mantiene un archivo adecuado de la información.

Los estados financieros se deben elaborar de forma mensual, pues no se debe retrasar la información, y puede que se realice anual cuando se tiene que realizar el pago de los impuestos, sin embargo, al momento que se elabora están con todos sus soportes y cumplen con las normas vigentes del país.

Debe haber canales de comunicación dentro de la empresa, quien los define y se considera efectivos, la información debe estar debidamente comunicada al personal de la empresa pero en su mayoría por el contratante y no por la administración, ellos exponen que al no tenerlos en sus oficinas se le hace un poco complicado la comunicación, sin embargo se tienen canales definidos como el correo electrónico y el teléfono, y la mayoría de la Junta directiva al menos 3 veces a la semana de debe visitar los centros de pagos donde se les da información. Los canales de comunicación se consideran adecuados, dado que no han tenido problemas por falta de comunicación entre las áreas, por lo que consideran que la comunicación es adecuada.

La Gerencia debe estar interesada en comunicar los valores éticos, los objetivos y las políticas y según respondieron en su mayoría que si estaban interesados, sin embargo no se encontró en libro de actas si se tiene previsto en qué fecha se realizaría

En cuanto a los egresos todos están soportados por la Administración sin embargo existe un retraso por parte de la Junta directa, lo que hace que los estados financieros no están a tiempo, la empresa no realiza ningún arqueos en los puntos de recaudo, no existe persona contratado para esta actividad.

Existe riesgo ya que no se elaboran oportunamente las conciliaciones bancarias. Adicionalmente la persona encargada de realizar la misma, tiene dentro de su responsabilidad el registro de los depósitos y cheques emitidos. No hay segregación de funciones en cuanto a cada una de las actividades descritas anteriormente. Se verificó la existencia del fondo de caja chica. No se realizan arqueos sorpresivos, no hay formatos pre-definidos para liquidar los gastos, no hay tiempo límite para la liquidación de los anticipos otorgados por este medio, por último, las empresas incumplen con las normas establecidas, inclusive a su personal lo tiene mal remunerado los hacen trabajar en horarios hasta de madrugada y sin las condiciones de seguridad que exige la ley.

Por lo anteriormente explicado la investigación se formuló a través del siguiente enunciado: ¿Cuáles son los mecanismos de control interno de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro imprentas de la ciudad de Piura y su impacto en los resultados de gestión, 2016?

Siendo el objetivo general: Determinar los mecanismos de control interno de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro imprentas de la ciudad de Piura y su impacto en los resultados de gestión, 2016, como objetivos específicos:

1. Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro imprentas de la ciudad de Piura, 2016.
2. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro imprentas de la ciudad de Piura, 2016.
3. Describir los mecanismos de control interno de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro imprentas de la ciudad de Piura, 2016.
4. Describir los mecanismos de control interno y su impacto en los resultados de gestión de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro imprentas de la ciudad de Piura 2016.

Finalmente la investigación se justifica.

Desde el punto de vista teórico: según la investigación realizada, las imprentas llevan su contabilidad de manera externa, lo que se aporta en esta investigación es que la contabilidad se debe llevar de manera interna, incluyendo además un área de control interno, y que cada cierto tiempo se realice las auditorías correspondientes.

Desde el punto de vista práctico: las empresas están más dirigidas en captar clientes, vender sus servicios, pero han descuidado mucho el tema de control en su empresa, en las diversas áreas les falta poner mayor interés en lo que respecta llevar un buen manejo sobre el control de la misma, así lograr poder tener una empresa organizada, que cumpla con la normatividad vigente, puedo concluir que lo primero

que se debería hacer es poner en plan, la realización de un reglamento interno de trabajo, al mismo tiempo trabajar con una estructura organizacional dentro de la misma.

Desde el punto de vista metodológico: se debe aplicar de manera relativa una reingeniería a la empresa, es decir empezar a observar que es lo que hace falta para poder complementar, esto requiere de un proceso lento pero seguro, abordando las fases de conocimiento y de experiencia para así poder llevar a cabo un método acertado.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes.

2.1.1 Internacionales

En esta investigación se entiende por antecedentes internacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del mundo, menos Perú; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

Modelo Estándar de Control Interno – MECI

Estado General de Sistema de Control Interno - Vigencia 2015

Imprenta Nacional de Colombia

Fortalezas:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las auditorías de gestión y seguimientos practicados, el Sistema de Control Interno de la Imprenta Nacional de Colombia presenta un grado de madurez alto, permitiendo la orientación de la empresa hacia el cumplimiento de sus objetivos institucionales en medio de un proceso de mejoramiento continuo. La Oficina de Control Interno viene trabajando en el fomento de la cultura del autocontrol y el reforzamiento del elemento Acuerdos, Compromisos o Protocolos Éticos con la divulgación y sensibilización de los principios y valores éticos plasmados en el Código de Ética y Buen Gobierno. Se reforzó el componente Direccionamiento Estratégico con la implementación de la nueva plataforma estratégica para el periodo 2014-2018, enfocada a la sostenibilidad financiera de la empresa, la cual se adelantó con el acompañamiento de un consultor externo bajo la metodología “balanced scorecard”, con el concurso de todas las áreas

y un total de treinta y cuatro (34) personas. Igualmente se realizaron las últimas sesiones de la planeación estratégica horizonte 2018 enfocadas a la sostenibilidad financiera de la empresa, en las cuales se revisó el avance en cada una de las tareas asignadas a cada grupo de trabajo y áreas responsables. La Oficina de Control Interno participó activamente en las reuniones preparatorias que dieron origen a la expedición de la Resolución No. 39 de mayo 5 de 2015, “por la cual se crea el Comité Técnico de Prevención y Análisis de Reprocesos y Producto No Conforme en la Imprenta Nacional de Colombia”, con el fin de adelantar acciones eficaces para minimizar los daños de materia prima y producto no conforme en la empresa, buscando fortalecer el autocontrol y los mecanismos de prevención y control en aras de cumplir los objetivos estratégicos. Con base en lo definido en el proceso de Planeación Estratégica, se tomó la decisión gerencial de efectuar una revisión general y si es del caso una redefinición a la totalidad de los procesos internos con el fin de optimizarlos en aras de lograr una mayor eficiencia en la gestión, tarea a cargo de la Oficina asesora de Planeación -Grupo de Gestión Integral- con el acompañamiento de la Oficina de Control Interno.

La Oficina de Control Interno ha venido ejerciendo el control y seguimiento a los mapas de riesgo institucionales, los cuales se encuentran actualizados; se identificaron en total 58 riesgos y se definieron 33 planes de tratamiento, los cuales se gestionan a través del módulo de riesgos del sistema Kawak. La Oficina de Control Interno, con el acompañamiento de un consultor experto, adelantó durante el periodo jornadas de sensibilización en fomento de la cultura del Autocontrol para todos los servidores públicos de la entidad, encaminadas a reforzar el elemento Acuerdos, Compromisos o Protocolos Éticos. Los enfoques técnicos específicos de la

formación contemplaron: a) Cultural de autocontrol como elemento clave para el mejoramiento continuo; b) Fuentes críticas de autocontrol desde las perspectivas ISO 9001, NTCGP 1000 y MECI; c) Esquema del plan de mejoramiento en el Autocontrol; d) El Autocontrol y el Enfoque de la Dirección; y e) Beneficios del Autocontrol. En cuanto al Desarrollo del Talento Humano, se desarrolló una metodología de evaluación cuantitativa y cualitativa de aspectos comportamentales que incluyen trece (13) competencias, elaboradas por los superiores jerárquicos con el apoyo de los coordinadores de las diferentes áreas con el objeto de promover ascensos para trabajadores en todos los niveles de la organización. En cuanto al elemento Estructura Organizacional correspondiente al componente Direccionamiento Estratégico, mediante Resolución No. 111 de octubre 1º de 2015, se reorganizaron algunos grupos de trabajo de la entidad y se les asignaron funciones, de conformidad con la normatividad vigente y teniendo en cuenta la actualización tecnológica en la empresa, el direccionamiento estratégico, los procesos y procedimientos, los análisis y las recomendaciones del Comité de Relaciones Laborales, creándose los grupos de trabajo de Laboratorio de Calidad, Presupuesto, Compras, Desarrollo de Nuevos Negocios, Seguridad Jurídica y Sello Editorial. La Oficina de Control Interno ha venido haciendo acompañamiento en el Comité Técnico de Prevención y Análisis de Reprocesos y Producto No Conforme en la Imprenta Nacional de Colombia, con el fin de adelantar acciones eficaces para minimizar los daños de materia prima y producto no conforme en la empresa, buscando fortalecer el autocontrol y los mecanismos de prevención y control en aras de cumplir los objetivos estratégicos. La Imprenta Nacional mantiene sus certificados para el sistema de gestión de la calidad bajo las normas ISO 9001:2008 y NTCGP

1000:2009, los cuales tienen vigencia hasta el 5 de agosto del 2016. Se recibió visita del Icontec para la práctica de auditoría de seguimiento los días 5 y 6 octubre de 2015. En cumplimiento de su plan anual de auditorías, la Oficina de Control Interno realizó durante el periodo principalmente la revisión y verificación del estado de funcionalidad del sistema integrado de producción Optimus 2020, en el informe correspondiente se recomendó el cambio de este software por uno que se adapte a las necesidades actuales de la empresa; igualmente se previene sobre la importancia de ejecutar una etapa de planeación contractual ejemplar y exhaustiva en la cual se tengan en cuenta las necesidades de la Imprenta Nacional de Colombia con la participación de la totalidad de los usuarios principales del sistema. Se implementó y llevó a cabo un comité de coordinación de control interno ampliado, con la participación de los funcionarios del nivel directivo y todos los coordinadores de los diferentes procesos de la entidad, en donde entre otros aspectos se analizó el estado actual de las acciones del plan de mejoramiento institucional suscrito con la Contraloría General de la República, el grado de cumplimiento de los planes de seguimiento de cada una de las dependencias como resultado de los Informes de la Contraloría General; el grado de cumplimiento de los planes de seguimiento de cada una de las dependencias como resultado de los informes de Control Interno; la ejecución presupuestal a corte de julio 30 de 2015, como resultado de la última evaluación de la Oficina Control Interno de los proyectos de plan estratégico; el informe resultado seguimiento al mapa de riesgo de las dependencias y el mapa de riesgo de anticorrupción. Se evidencian avances significativos en el estado general de la red de datos y comunicaciones de la empresa, con la instalación y puesta en marcha del nuevo cableado estructurado (back-bone) de fibra óptica de acuerdo con

los estándares técnicos actuales; la reorganización del centro de cómputo y los centros de cableado. Adicionalmente, se tiene prevista la renovación de la infraestructura tecnológica de la empresa, la cual se presentó como proyecto de inversión para el presupuesto para la vigencia 2016.

Debilidades:

Es necesario continuar trabajando en el fomento del autocontrol con el objeto de minimizar fallas para lograr el cumplimiento de la misión y objetivos institucionales.

Se dificulta la evaluación y seguimiento al proceso contable por el no cumplimiento de la entrega de la información de manera oportuna por parte de algunas áreas al Grupo de Contabilidad. En el seguimiento a las acciones de mejora pactadas en el plan de mejoramiento institucional suscrito con la Contraloría General de la República para la vigencia 2013, la Oficina de Control Interno evidenció que las actividades consistentes en “Implementar la modificación en el módulo de reservas o módulo que haga sus veces” e “Implementación del nuevo software administrativo y financiero” no fueron efectivas, pues la puesta en producción del sistema ERP Seven no se cumplió en la fecha establecida por inconvenientes de orden técnico sobre los cuales la empresa ha venido trabajando de la mano del contratista para su entrada en funcionamiento definitiva. De esta novedad se dio aviso oportuno a la Contraloría General de la República a través del Sistema de Rendición de Cuentas (aplicativo SIRECI).

Se evidenciaron casos de incumplimiento a clientes debidos principalmente a fallas en la comunicación entre el cliente y las áreas de Comercial y de Producción. En desarrollo de las auditorías de calidad, realizadas de manera conjunta entre el Grupo de Gestión Integral y la Oficina de Control Interno, se evidenció de manera general

que el sistema de gestión de calidad presentó una leve desmejora, debido a algunos cambios administrativos, actualización de manual de actividades y funciones, entre otros, por lo que se requiere realizar la revisión y rediseño de los procesos y la actualización de la documentación del sistema de gestión, así como continuar trabajando en la actualización del mapa de riesgos y propender por la ejecución de las acciones previstas.

Nota: El Jefe de Control Interno, o quien haga sus veces, al emitir el Informe del Estado del Control Interno de la imprenta Nacional de Colombia – Ley 1474 de 2011, se emite de la siguiente manera:

Nombres y Apellidos del jefe de control interno, o quien haga sus veces.

Periodo evaluado y la fecha de elaboración.

Subsistema de control estratégico: (dificultades y avances).

Subsistema de control de gestión: (dificultades y avances).

Subsistema de control de evaluación: (dificultades y avances).

Estado general del sistema de control interno.

Recomendaciones.

Y, firma.

La Asociación de Impresores de Chile – ASIMPRES, (2010), cuenta con una escuela de Artes Gráficas que capacita personal para distintas tareas dentro de los procesos de impresión, en su investigación agrupa a 40 empresas, las cuales representan el 95% de las ventas del sector, concluyó que en Chile existen cerca de 3500 empresas, del tipo imprentas y encuadernadoras, concentradas en la Región Metropolitana. Estas, en su mayoría, son empresas que están dentro del rango de las Mipymes.

La industria impresora chilena está conformada fundamentalmente por pymes y satisface en un 90% al mercado nacional. Las empresas medianas y grandes son las que exportan, fundamentalmente productos editoriales, envases y etiquetas. A partir del año 1989 las exportaciones chilenas del sector gráfico comenzaron a crecer significativamente, y desde 1990, los montos de venta involucrados, comienzan a ser importantes. En América Latina, y particularmente América del Sur, se encuentran los principales mercados de destino de los productos gráficos chilenos, aunque también esta región es su principal competidora, ya que en todos los países latinoamericanos existe una industria gráfica con distintos grados de desarrollo, que compite con los exportadores chilenos.

En cuanto a requisitos de mercado, la mayoría de las empresas pequeñas y microempresas del sector abastecen pedidos del mercado nacional por lo que, en este caso, no existen requisitos especiales por parte de los clientes. No obstante, el tema se hace relevante para las medianas y grandes empresas que exportan. Los mercados internacionales, en general, exigen que tanto el producto como las materias primas cumplan estándares mínimos de calidad y, en algunos casos, que se encuentren certificados bajo algún sistema de gestión, situación que para los insumos importados se cumple, pero no siempre en el caso de materiales de origen nacional.

Los productos gráficos, más que productos son un servicio. Lo que interesa al cliente, en definitiva, no es sólo el impreso mismo, sino un servicio integral óptimo. Este servicio se compone, en primer lugar, de un producto base (folleto, revista o libro), además, de elementos adicionales, entre los que se encuentran la entrega de un servicio completo (desde pre impresión hasta distribución), el cumplimiento de plazos de entrega y de las condiciones acordadas en los contratos.

En el caso de las exportaciones gráficas, los elementos adicionales son muchas veces más importantes que el producto base, por lo que las empresas del sector han puesto especial énfasis en satisfacer dichos elementos. Los clientes no sólo necesitan el producto, sino que lo necesitan a tiempo. Los exportadores chilenos han desarrollado una logística muy eficiente para no fallar en los plazos de entrega.

También se preocupan de cumplir con las condiciones establecidas en los contratos, particularmente en lo que se refiere a la calidad, lo que en el sector gráfico implica buenos colores, calidad en el papel o cartulina de impresión y cumplimiento de las características solicitadas por los clientes.

Carlos Portales, (Capítulo 6), en su capítulo 6 titulado “La experiencia exportadora de la industria gráfica Chilena*” precisó que:

La industria gráfica o de impresión es un buen ejemplo del camino que deben comenzar a recorrer los exportadores chilenos de manufacturas y servicios. Los impresores chilenos se han preocupado no sólo de vender productos de alta calidad, sino también de entregar servicios integrales de impresión. Además, este sector ha invertido fuertemente en actividades de marketing internacional junto con diseñar una estrategia agresiva de penetración de mercados; en este caso, América Latina. Ello le ha dado la posibilidad de diferenciarse positivamente de la competencia y de este modo acceder a diferentes países de la región, muchas veces en posiciones de liderazgo. El presente capítulo expone la trayectoria que ha tenido el sector gráfico exportador y cuáles han sido los aspectos claves de su éxito. Al mismo tiempo se presentan los principales desafíos que dicha industria está enfrentando a nivel internacional, para finalmente entregar algunas opciones estratégicas que pudieran adoptarse a futuro.

I. DESCRIPCION DE LOS PRODUCTOS GRAFICOS DE EXPORTACION

1. EL PROCESO DE IMPRESIÓN:

Tradicionalmente se ha asociado a la industria gráfica con la industria editorial. Sin embargo, y a pesar de estar bastante relacionadas, no son lo mismo. Mientras que la segunda tiene por objetivo la elaboración de ideas, libros y libros de texto o imágenes para ser comunicados a un determinado público, la industria gráfica, en cambio, se ocupa de traspasar dichas expresiones a diferentes tipos de materiales, a través de diversos procesos, las que, finalmente, son distribuidas o comunicadas a un determinado público'. La industria gráfica, abarca una gran diversidad de actividades. En primer lugar se deben realizar las tareas de comercialización propias de todo negocio, las que en este caso corresponden a actividades asociadas a la exportación de los productos impresos. Una vez que los productos han sido colocados en los mercados externos, se inicia la elaboración de los productos que serán exportados. Se comienza con actividades de diseño artístico (pre impresión o pre prensa), siguiendo con la impresión propiamente tal, la que utiliza diversas tecnologías y variados tipos de materiales, principalmente papel, cartón, plástico y aluminio. Finalmente se pasa a la encuadernación y armado de ciertos productos (postimpresión), tales como libros, revistas, diarios y periódicos, cajas y envases impresos, folletos, formularios continuos y guías de teléfono. Las empresas gráficas deben comercializar sus productos, lo que implica que ellas mismas deben buscar directamente a sus clientes en el extranjero. Además, las empresas gráficas exportadoras deben cumplir una labor de "mantención" de sus clientes, junto con hacer un seguimiento permanente a la competencia, en cada mercado donde venden sus productos. También hay labores de logística asociadas a las funciones de

comercialización. Entre ellas, la más importante es el despacho puntual del producto a las bodegas del cliente. En algunos casos, las labores de comercialización también implican la entrega de otros servicios adicionales tales como diseño gráfico, manejo de derechos de autor, distribución y el propio marketing del cliente. La etapa de pre impresión es aquella donde se diseñan, elaboran y luego transforman los originales y las fotografías por imprimir en películas y éstas en planchas, las que serán posteriormente utilizadas en las máquinas impresoras. Pese a constituir sólo una parte del proceso, las actividades de pre impresión son quizás las más determinantes en la calidad que tendrá el producto impreso lineal. Es así como en la actualidad la pre impresión incorpora avanzada tecnología computacional y sofisticado software, junto a diseñadores gráficos capacitados en el manejo de dichas tecnologías. Posteriormente, las planchas son montadas en las prensas y con ello se da inicio al proceso de impresión. Este se lleva a cabo en dos tipos de prensas: planas y rotativas. Las prensas planas son alimentadas con pliegos de papel u otro material imprimible y se utilizan en trabajos de menor tirada. Dado que este tipo de impresión involucra tecnología relativamente sencilla y de bajo costo, existe en este sector una gran cantidad de imprentas pequeñas y medianas (cerca de 2000 en todo Chile). Los productos más comúnmente elaborados en este tipo de prensas abarcan un espectro amplio de negocios. Entre las empresas más grandes dedicadas a estos productos se encuentran Envases Impresos por ejemplo, dedicada a la impresión de cajas de cartón y cartulina; Litografías Marinetti imprime etiquetas; Salesianos y O grama, en cambio, se dedican a la impresión de libros, revistas y memorias; Morgan Impresores y Cabo de Hornos también están en el negocio de la impresión de revistas, además de afiches, folletos, calendarios, cupones e insertos publicitarios, mientras que la Casa

de Moneda imprime letras de cambio, billetes, acciones y otros documentos financieros. Las prensas rotativas, en cambio, son alimentadas con bobinas de papel y están especialmente diseñadas para operar con altas tiradas (sobre 10.000 ejemplares). En este segmento de la industria se encuentran las grandes empresas impresoras, además de algunas de mediano tamaño como Morgan, debido al gran costo y sofisticación de la tecnología incorporada en este tipo de prensas. Así, Cochrane S.A. y Editorial Antártica se dedican a publicaciones de gran tirada como son cierto tipo de libros, revistas, fascículos, catálogos, guías telefónicas, inserciones publicitarias y folletos. A su vez, empresas como Copesa, El Mercurio y La Nación se orientan, principalmente, a la impresión de diarios y periódicos, mientras que Alusa se especializa en imprimir envases flexibles. Finalmente, compañías como A. Molina Flores (AMF) y Badal, son grandes impresores de formularios continuos. Luego de finalizada la impresión, en el caso de libros y revistas, comienzan las tareas de compaginación de pliegos, encuadernación, plegado, cosido (costura hilo, hot-melt o corchete), encolado, corte y ensamblaje, todas ellas incorporadas en el proceso de postimpresión.

2. LA EXPORTACION DE PRODUCTOS GRAFICOS ENTENDIDA COMO UN SERVICIO INTEGRAL:

Para comprender adecuadamente el éxito que han tenido los exportadores chilenos en la venta de productos gráficos, así como también para entender las oportunidades que existen a futuro, es importante hacer notar que los productos gráficos, más que productos son un servicio. La diferencia es importante, por cuanto, y como se verá más adelante, lo que interesa al cliente, en definitiva, no es sólo el impreso mismo, ya sean etiquetas, cajas, revistas, libros o cualquier otro producto gráfico, sino un

servicio integral óptimo. Este servicio se compone, en primer lugar, de un producto base, en este caso un folleto, revista o libro, el que incluye características tangibles como la calidad del mismo. Hasta aquí, sin embargo, no hay gran diferencia respecto a las características de otros bienes de exportación. Este servicio integral se compone, además, de los llamados elementos adicionales, entre los que se encuentran la entrega de un servicio completo desde pre impresión hasta distribución, el cumplimiento de los plazos de entrega y el respeto u las condiciones acordadas en los contratos entre proveedor y cliente. En este punto existen diferencias con otras industrias exportadoras, puesto que las empresas gráficas, para obtener la confianza del cliente y lograr establecer una relación comercial de largo plazo, deben incorporarle valor a los productos tangibles que fabrican. Esto significa que los exportadores deben insertarse en el proceso productivo de su cliente, agregándole valor por medio de actividades que la competencia no es capaz de realizar.

En el caso de las exportaciones gráficas, los elementos adicionales son muchas veces más importantes que el producto base, por lo que las empresas del sector han puesto especial énfasis en satisfacer en buena forma con dichos elementos. Los clientes no sólo necesitan el producto, sino que lo necesitan a tiempo. Los exportadores chilenos han desarrollado una logística muy eficiente para no fallar en los plazos de entrega. Incluso muchos de ellos sacrifican márgenes, contratando fletes aéreos extraordinarios, con tal que el producto sea entregado puntualmente. También, los exportadores gráficos se han preocupado de cumplir cuidadosamente con las condiciones establecidas en los contratos, particularmente en lo que se refiere a la calidad, lo que en el sector gráfico implica buenos colores, calidad en el papel o

cartulina de impresión y cumplimiento de las características solicitadas por los clientes en cada embarque. Además, los exportadores han enfatizado dentro de sus labores de comercialización, tales como hacerse cargo del marketing y publicidad de sus clientes, labores que evidentemente van más allá de las estrictamente establecidas en los contratos. En definitiva los exportadores han comprendido que sólo a través de un servicio integral y diferenciado, se logra satisfacer a los clientes en los mercados externos, en donde la competencia internacional es muy intensa. Finalmente, la suma del producto base más los elementos adicionales dará origen al producto aumentado.

II. EL MERCADO MUNDIAL DE PRODUCTOS GRAFICOS

Las exportaciones mundiales de productos gráficos alcanzaron a los US\$ 21.306 millones durante 1992, lo que refleja un crecimiento cercano al 48%, con relación a 1988, año en que se comercializaron US\$ 14.438 millones en impresos, luego de una caída a partir de 1991, la industria comenzó su recuperación y para 1995 en adelante se espera que las ventas de productos gráficos crezcan a tasas cercanas al 10% anual durante los siguientes cinco años (1996-2000). Las mayores regiones exportadoras tradicionalmente han sido Europa y América del Norte, las que en su conjunto generaron aproximadamente el 85% de todas las ventas mundiales (64,2% y 20,6% respectivamente) en 1992. Lo mismo ocurre con las importaciones, las que en 74,4% se originaron en esas mismas zonas; 57,1% la primera y 17,3% la segunda, durante ese mismo año. Prácticamente la mitad de las compras y ventas mundiales se generaron al interior de la Unión Europea. Más atrás le siguen América del Norte, Asia Pacífico y América del Sur, tanto en exportaciones como en importaciones, entre los años 1988 y 1992. A su vez, los principales países exportadores son los europeos, con la sola excepción de Estados Unidos, que ha desarrollado una fuerte

industria gráfica (US\$ 3.899 millones en exportaciones y US\$ 1.965 millones en importaciones durante 1992), contando con las más grandes empresas impresoras del mundo, como es el caso de la multinacional R.R. Donnelly & Sons (más de US\$ 4 mil millones de ventas al año a nivel mundial), que recientemente adquirió la participación mayoritaria de Cochrane S.A., el mayor grupo impresor en América Latina, Alemania también es un país líder en la industria mundial de impresos (US\$ 3.692 millones exportados y US\$ 1.758 millones importados en 1992), manteniendo una larga tradición que se remonta a la Edad Media, época en la cual los alemanes ya comenzaban a fabricar las primeras prensas, al igual que Estados Unidos y Alemania, países como Bélgica, Luxemburgo, Francia, Holanda, el Reino Unido, Italia y Suiza, los que históricamente desarrollaron en forma importante el sector gráfico. L~F cifras recién expuestas muestran claramente que se está en presencia de una industria mundial altamente concentrada, en la cual un pequeño grupo de países controla gran parte del comercio internacional de productos gráficos. A modo de ejemplo se puede señalar que Estados Unidos y Alemania concentran más de un tercio de las exportaciones mundiales. Por otra parte, el comercio mundial de impresos se desarrolla fundamentalmente entre países desarrollados, particularmente al interior de Europa y entre esta región y América del Norte (Estados Unidos y Canadá). Por su parte, América del Sur, si bien sólo produce alrededor del 4%, tanto de las exportaciones como de las importaciones mundiales, ha estado creciendo a tasas cercanas al 25% anual durante los últimos ocho años. Al igual que en Europa, el comercio se ha concentrado al interior de la región, debido al surgimiento de empresas con avanzada tecnología y gran capacidad de gestión en países como Colombia, México y Chile.

III. LA INDUSTRIA GRAFICA EXPORTADORA EN CHILE

1. SINTESIS HISTORICA:

La historia de la industria gráfica nacional comenzó prácticamente al mismo tiempo que Chile obtenía su independencia. Incluso antes, hacia fines del siglo XVII, ya se imprimían juegos de naipes con planchas de madera y bronce, lo que se reconoce como la primera forma de imprenta en Chile. También los jesuitas en la misma época, trajeron al país los primeros cajones para imprenta, junto con personas calificadas para tal oficio. Posteriormente, en 1812, se instaló en la Universidad de San Felipe la primera imprenta propiamente tal. Ella contaba con una prensa muy rudimentaria y su objetivo central fue lanzar el primer periódico nacional, La Aurora de Chile, cuyo fundador y principal redactor fue Fray Camilo Henríquez. A partir de allí, diversos periódicos comenzaron a surgir por todo el país, los cuales durante los años siguientes utilizaron prácticamente la misma tecnología. Paralelamente, entre 1820 y 1840, se desarrolló la litografía, una técnica muy utilizada por la prensa escrita y que, aunque utilizada en pequeña escala, en definitiva permitió que en Chile se imprimieran nuevos productos tales como acciones de pago, diplomas y etiquetas, aparte de los ya tradicionales diarios y algunas revistas. Hacia fines del siglo XIX, ya existían en Santiago, Valparaíso y Concepción, varias imprentas y un considerable número de pequeños talleres. En esos años, la tecnología era aún bastante rudimentaria, especialmente en las etapas de pre impresión. Lo corriente era la composición tipográfica manual, labor bastante difícil si se piensa en lo lento y tedioso que implicaba elaborar palabra por palabra, hasta completar el texto que sería impreso posteriormente. Afortunadamente, años después surgió la linotipia (o técnica de hueco grabado), un sistema tipográfico mecánico que aceleraba el trabajo de la

composición y entregaba líneas completas, lo que sin duda alivió notablemente el trabajo de pre prensa de quienes armaban las páginas para su posterior impresión. También durante el siglo XIX comenzó a importarse nueva tecnología y materiales, tales como máquinas de corchetes, prensas para satinar, dobladoras y cosedoras de hilo, especialmente desde Alemania, que permitieron darle un nuevo impulso al desarrollo de las artes gráficas en Chile. A partir de 1902 se instalaron en el país las grandes imprentas, como Universo, Zig-Zag, Marinetti y Badal, algunas de las cuales existen actualmente, mientras otras han desaparecido o diversificado su producción. Por esos años se contabilizaron 26 diarios, 284 periódicos y 104 revistas de literatura, artes e industria, los que se servían de imprentas propias o subcontrataban los servicios de impresión. Así, en 1920 existían aproximadamente 120 imprentas en todo Chile, las que daban empleo a más de 2.400 personas. Lo anterior, unido a las necesidades de una industria en crecimiento, llevó a la creación, durante los años treinta, de la Asociación Gremial de Impresores de Chile, ASIMPRES, la que a pesar de agrupar a un significativo número de empresas, no ejerció un papel demasiado trascendente. En la década de los sesenta se observaron importantes adelantos tecnológicos a nivel mundial, los que rápidamente fueron incorporados por las empresas chilenas, incluso antes que en el resto de América Latina. Las prensas aumentaron su eficacia y rapidez, se perfeccionaron los sistemas de composición e incluso, en las compañías más modernas, se reemplazó la antigua linotipia por la fotocomposición, lo que a su vez permitió la utilización de la computación y el sistema de impresión offset. El resultado de este cambio tecnológico fue una mayor seguridad, rapidez, limpieza, y por tanto calidad en la impresión, lo que posicionó a Chile como uno de los países de la región con mejor calidad y eficiencia en las tareas

de impresión. Durante los primeros años de la década de los setenta, y a raíz de la implementación de un modelo económico de carácter aperturista, junto a un tipo de cambio real bajo, ingresó una gran cantidad de productos importados, lo que afectó negativamente a amplios sectores de la economía chilena, incluido el sector gráfico, el que hasta esa fecha era considerado como no transable. Durante la segunda mitad de esa misma década, sin embargo, las condiciones del mercado van mejorando paulatinamente, lo que junto a una mayor disponibilidad de instrumentos de financiamiento para las empresas, que facilitó la importación de tecnología, provocó una lenta pero sostenida recuperación del sector gráfico chileno y la posibilidad de comenzar a competir con impresos importados, tales como libros, revistas, etiquetas y cajas. Así se llegó a comienzos de los ochenta, período particularmente crítico para gran parte de la industria nacional, pero no para el sector gráfico. En esos años algunas empresas del sector gráfico ofrecen a diarios y revistas la posibilidad de entregar a sus lectores junto a cada ejemplar, fascículos coleccionables. El lanzamiento de este nuevo producto permitió atenuar considerablemente la baja en las ventas que probablemente hubieran sufrido los periódicos y particularmente las revistas, y por ende las empresas impresoras, a no ser por esta muy bien concebida estrategia de marketing.

2. LA INTERNACIONALIZACION DE LOS IMPRESORES CHILENOS:

Fue justamente la demanda externa por ese producto, los fascículos, unido a la habilidad y al reconocimiento de seriedad en la gestión de negocios de los empresarios chilenos en el resto de los países de América Latina, lo que incentivó la salida de algunas empresas nacionales al extranjero. Hacia 1986- 1987, cuando el ciclo de las promociones de insertos y fascículos en diarios y revistas ya se agotaba

en Chile, comenzaron a llegar algunos pedidos por esos mismos productos desde países vecinos, particularmente Argentina y Brasil. Este hecho, aunque no significó grandes volúmenes, permitió a ciertas empresas hacerse conocidas fuera del país, lo que a la postre, y debido al éxito obtenido, les permitiría expandir su oferta exportadora a partir de 1988-1989. Los productos exportados actualmente pueden ser agrupados en tres grandes categorías. La primera corresponde a cajas' y etiquetas para productos alimenticios, bebidas y detergentes principalmente. Los principales clientes para esta clase de productos son empresas extranjeras que operan en el rubro de alimentos (Nestlé Argentina y McDonalds México por ejemplo) y detergentes (Lever y Procter & Gamble Argentina entre otras). Un segundo grupo son los libros, ya sean de carácter académico, de literatura en general, diccionarios e incluso libros impresos, sin encuadernar. Aquí los clientes son las propias editoriales o la mayoría de las veces los gobiernos de otros países que solicitan a editoriales chilenas la confección de libros destinados principalmente a la enseñanza.

En tercer lugar está la categoría que conforman las revistas y el material publicitario, la que incluye folletos, revistas, álbumes, postales, calendarios, catálogos, insertos publicitarios y otros elementos de publicidad gráfica. Los clientes son, en este caso, agencias de publicidad si se trata de material publicitario gráfico, quienes tienen a su cargo la elaboración de las campañas que sus clientes (las empresas) realizan utilizando material gráfico impreso. La demanda también puede provenir de editoriales de revistas y semanarios en el caso de publicaciones periódicas.

3. CONCENTRACION DE LA INDUSTRIA EXPORTADORA:

A pesar de los éxitos obtenidos en el proceso de internacionalización, éste no se ha producido en todas las compañías del sector gráfico. Si bien en la actualidad existen

cerca de 2.000 empresas impresoras (siendo muchas de ellas pequeñas imprentas) en el país, con una producción de aproximadamente 500.000 toneladas de impresos y ventas por USX 200 millones anuales, sólo un número muy reducido de ellas ha iniciado durante los últimos cinco años, un proceso decidido y estructurado de exportaciones. Como se aprecia en el Gráfico N° 6.6, cuatro empresas comprometen el 95% de las ventas al extranjero del sector. El líder indiscutido en la industria exportadora, y también nacional, es Editorial Cochrane, con 65% del total de exportaciones del sector durante el año 1993. Bastante más atrás le siguen Editorial Antártica con 22%, Morgan con 6% y Marinetti con 3%. El resto de las ventas internacionales se distribuyen entre un grupo que no sobrepasa las diez empresas, lo que indica que a pesar del amplio desarrollo que ha tenido la industria gráfica nacional, en términos del número de empresas participantes en ella, el proceso exportador no ha tenido el mismo alcance hasta ahora. La mayor parte de los impresores nacionales están dedicados exclusivamente al mercado doméstico. Lo anterior se explica en gran medida por las importantes diferencias en recursos y ventajas competitivas con que cuentan las distintas empresas del sector.

Al identificarse los tipos de empresas que están actualmente exportando, se puede comprender las sustanciales diferencias existentes entre ellas y pal tanto su importancia relativa en dicha actividad. Junto con lo anterior se puede entender por que: muchas empresas del sector, aun con potencial, no han comenzado a exportar. La primera categoría, o segmento que se identifica, corresponde a las empresas denominadas grandes imprentas/editoriales. Aquí podemos identificar a Editorial Cochrane y Editorial Antártica, las que están integradas verticalmente en ambos negocios. Producen grandes volúmenes de impresos de gran calidad, lo que les

permite comprar tecnología de punta, lograr costos competitivos y al mismo tiempo renovar esa tecnología en periodos cortos de tiempo. En segundo lugar, estas empresas poseen una muy bien definida estrategia internacional y pueden ser consideradas verdaderas multinacionales, ya que no sólo tienen oficinas comerciales propias en otros países, sino además poseen plantas impresoras para abastecer dichos mercados, además de lo que se envía desde Chile. Son compañías que por lo tanto poseen una clara orientación internacional. Además, la gestión de estas empresas es de gran calidad, lo que entre otras cosas permite dar una imagen de seriedad y cumplimiento a los clientes extranjeros. El segundo tipo de compañías la conforman las denominadas grandes imprentas. En este segmento encontramos a Morgan Impresores y Litografía Marinetti. La calidad, como ya se señaló no es una característica diferenciadora, sino un requisito que también cumplen estas empresas. Ellas producen volúmenes importantes, aunque menores que las imprentas/editoriales y para una línea de productos más reducida. Morgan se especializa en revistas y etiquetas, mientras que Marinetti lo hace en envases (estuches de cartulina) y etiquetas. Su escala de producción les permite acceder, de igual forma que el grupo anterior, a la mejor tecnología. En el área de la administración, hay una profesionalización más reciente de la gestión, lo que indica que en algunos casos como Marinetti, el compromiso y el diseño de una estrategia internacional esté en sus etapas iniciales. Morgan, en cambio, ha sido bastante más dinámica, contando ya con oficinas comerciales en varios países de América y estructurando una política de penetración de mercados más agresiva. El tercer grupo lo constituyen dos tipos de empresas. El primero son las editoriales, que no imprimen, sino que subcontratan a diferentes imprentas, pero que generan negocios a través de solicitudes provenientes

de otros países para la elaboración de libros, particularmente aquellos destinados a propósitos educativos. El segundo subgrupo está formado por las empresas denominadas imprentas medianas. Se ubican en esta categoría: Imprenta Cabo de Hornos y principalmente un grupo muy cohesionado de empresas que se encuentran a la cabeza de ASIMPRES, la Asociación de Impresores de Chile A.C. En esta categoría, imprentas como O grama por ejemplo, han tenido un papel muy activo en la difusión y promoción de las oportunidades de exportación, sin embargo, sin mucho éxito. Las actividades de exportación en este tercer grupo se han desarrollado fundamentalmente a través de órdenes puntuales (venta spot) desde el extranjero, sin existir una relación comercial estable con los clientes. Estas imprentas también han alcanzado los mercados externos en forma indirecta, a través de la subcontratación que realizan las imprentas/editoriales y grandes imprentas cuando su capacidad productiva está copada y deben necesariamente cumplir con determinados pedidos del extranjero. El sector de la mediana imprenta opera, por lo tanto, con menores volúmenes, tanto a nivel local como internacional, lo que no le permite muchas veces ser competitivo en costos y precios. Por esa misma razón, el poder adquirir tecnología de punta, no siempre es posible. Debido a lo anterior, sólo algunas de las compañías de este segmento han sido capaces de lograr estándares de calidad aceptados internacionalmente. Por otra parte, estas empresas gráficas no han desarrollado un esfuerzo comercial importante debido en parte a su forma de aproximación a las actividades de exportación (ocasional o indirecta), y también por su menor volumen. Ellas no cuentan generalmente con un equipo de profesionales en las áreas de administración, por lo que el diseñar e implementar una estrategia de internacionalización no ha sido parte de su gestión. Lo interesante es, sin embargo,

que en este segmento de la industria exportadora existe un número de empresas potencialmente exportadoras, pero que requieren, además de la profesionalización de su gestión, apoyo en la estructuración e implementación de una estrategia exportadora, que les permita tener una presencia más permanente en los mercados internacionales.

4. PRINCIPALES MERCADOS Y COMPETENCIA DE LOS EXPORTADORES CHILENOS:

Tal como se señaló, a partir de 1988-1989 las exportaciones chilenas del sector gráfico comenzaron a crecer significativamente, y desde 1990, los montos de venta involucrados, comienzan a ser importantes. El gran mercado de estos productos es, y probablemente seguirá siendo, América Latina. Dentro de esa región, y al contrario de lo que pudiera creerse, se ha producido una concentración de las ventas a un número reducido de mercados. Normalmente sucede justamente lo contrario, a medida que los volúmenes exportados crecen en una determinada industria, se tiende a la diversificación de los destinos. Este no es el caso de la industria gráfica chilena, lo que sin duda plantea desafíos hacia el futuro. Se observa que sólo dos países, Argentina y Brasil, absorben prácticamente el 85% de las exportaciones totales de la industria. Si bien es cierto que en América Latina, y particularmente en América del Sur, se encuentran los principales mercados de destino de los productos gráficos chilenos, esa región es también su principal competidora. En todos los países latinoamericanos existe una industria gráfica que aunque con distintos grados de desarrollo, compite con los exportadores chilenos. Lo anterior no ha sido obstáculo, sin embargo, para que los impresores chilenos vendan con éxito sus productos en la región, aun debiendo pagar aranceles y costos de transporte, lo que obviamente no

hacen las imprentas locales. Los factores sobre los que se sustenta esta competitividad serán analizados más adelante; sin embargo, en esta sección se mencionaran algunos de los más importantes, con el objeto de dar una idea de la situación relativa de las empresas exportadoras chilenas, frente a su competencia. En Argentina, la calidad y el servicio de los impresores locales es, en general, inferior al que ofrecen las empresas chilenas. Ello se debe en gran parte a que las primeras cuentan con un menor nivel tecnológico, junto con un servicio caracterizado por la impuntualidad en la entrega de las órdenes de trabajo y una calidad no siempre aceptada por los clientes. Como agravante para esa industria, se agrega un difícil acceso al crédito para la compra de maquinaria la que, como se señala más adelante, implica inversiones importantes y permanentes debido a los altos costos de la maquinaria y las cada vez mayores tasas de obsolescencia. Por otra parte, la fuerte competencia interna existente en el mercado argentino, debido a la enorme cantidad de imprentas en ese país, provocó una reducción fuerte en los márgenes lo que a su vez disminuyó las posibilidades de adquirir nueva tecnología. A lo anterior se agrega el creciente volumen de exportaciones provenientes desde Brasil. La situación económica en ese país, unida a los esfuerzos de integración de Mercosur, han provocado un importante aumento en el comercio de productos gráficos desde Brasil hacia Argentina, el que se explica principalmente por diferencias de calidad y precios de los impresos que entregan las empresas gráficas de ambos países. Al igual que en Argentina, en Brasil los principales competidores de las empresas chilenas son locales. Las empresas brasileñas son las grandes impresoras de America Latina y pese a situaciones económicas desfavorables, será un competidor importante a nivel interno en el futuro. Hasta ahora tienen tecnología más anticuada que los chilenos,

pero el sector gráfico está comenzando a recibir incentivos importantes como lo es la exención de impuestos a la importación de maquinaria. Esto sin duda que suple, al menos en parte, los altos costos financieros que tienen las empresas en Brasil. En otras palabras, la estabilización de la economía, sumado a una actualización tecnológica, debiera fortalecer al sector gráfico en Brasil. Sin embargo, no se debe olvidar que históricamente la industria gráfica brasileña jamás ha sido capaz de satisfacer su propia demanda, lo que ofrece mayores posibilidades a los exportadores chilenos. Actualmente sólo el 11,2% de las exportaciones del sector gráfico va a Brasil. Entre 1989 y 1990, en cambio, esa nación representaba cerca del 80% de las mismas, diferencia que se explica casi exclusivamente por la complicada situación que afectó a la economía brasileña desde 1990 hasta mediados de 1994. Lo anterior permite proyectar un aumento significativo de la venta de productos gráficos a ese país. La recuperación de la actividad en ese mercado debiera provocar un aumento de la demanda por importaciones desde Chile. Además, esa recuperación disminuirá en alguna medida el crecimiento que habían experimentado las ventas de empresas brasileñas en Argentina, las que durante la crisis en Brasil comenzaron a abastecer ese mercado. No obstante, esa tendencia debiera ir decreciendo por existir ahora mejores precios en Brasil. En ese escenario, Chile podrá retornar el mercado brasileño y aumentar su participación en Argentina.

A diferencia de Argentina y Brasil, Colombia no constituye un mercado importante para las exportaciones gráficas chilenas (1,0% en 1993). Las empresas de ese país, en cambio, son importantes competidores, no sólo a nivel local, sino también con exportaciones a otros países de la región, como por ejemplo Ecuador y Venezuela. Esto se debe a que los impresores colombianos han logrado un alto grado de

internacionalización a nivel regional. Empresas como el Grupo Carvajal son fuertes competidores y líderes en América Latina, particularmente en ciertos productos como la impresión de guías telefónicas. Chile tiene ciertas ventajas, sin embargo, frente a la industria gráfica colombiana. Quizás la más importante sea el hecho de que el cambio tecnológico se ha concentrado en muy pocas empresas en Colombia. Es decir, sólo un número reducido de empresas posee tecnología de punta, mientras que en Chile es la industria como un todo la que cuenta con máquinas de última generación. Si bien en el resto de los países de América del Sur, los mercados son menores en tamaño, en relación con Argentina y Brasil, ellos también presentan interesantes oportunidades para la industria gráfica exportadora chilena. En todos ellos existe un menor nivel tecnológico que en Chile y el servicio, entendido en términos integrales, es de menor calidad. Países como Perú, Ecuador y Bolivia por ejemplo, están teniendo una importante recuperación en su actividad económica, lo que a su vez genera un fuerte incremento por la adquisición de libros y revistas y también en las actividades de publicidad en las empresas. Esto último provoca un aumento considerable en la demanda por insertos publicitarios impresos, cajas y etiquetas.

Cervantes, (2010), en el planteamiento de su exposición denominada “Geografía de la imprenta”, nos dice:

Fraccionar la geografía de la imprenta en la Edad Moderna, abordándola de forma territorial, no se aviene con el propósito de *Fortuna de España*. El planteamiento de esta exposición requiere que esta sección dedicada a la geografía de la imprenta se aborde desde los factores que condicionaron y marcaron su desarrollo. En una

Europa donde, como punto de partida, las casas reinantes configuran la administración territorial, carece de sentido ofrecer una división geográfica coincidente con las fronteras actuales. Flandes e Italia son dos ejemplos elocuentes.

El desarrollo de la imprenta en Europa durante el siglo XVI está condicionado por varios factores que convierten sus diversas industrias tipográficas en interdependientes; exceptuando, con ciertas reservas, el caso de Inglaterra, es difícil considerar de manera independiente la producción y el comercio del libro.

De forma esquemática, estos factores, por ser los que más afectan a la selección de *Fortuna de España*, y los que mejor resumen las razones que determinaron que los textos españoles se imprimiesen en prensas extranjeras, se pueden agrupar en técnicos y culturales; política, economía, religión quedarían englobados en este último apartado. Cada uno de ellos traza un mapa geográfico diferente, aunque, a veces, las fronteras que dibujan se superponen o coinciden parcialmente.

Problemas técnicos:

Las dificultades técnicas, la falta de materias primas imprescindibles para la realización de matrices, punzones y tipos de imprenta unidas a la falta de mano de obra especializada —grabadores de punzones, fundidores de tipos y cajistas— o simplemente familiarizada con el trabajo del metal, son un primer determinante en la configuración de una geografía de la imprenta. Desde Alemania, país minero, con una sólida tradición en la fundición y el grabado de metales y una capacidad económica dispuesta a arriesgar capital en la creación de talleres de imprenta y en la organización de comercialización del libro, se difunde la imprenta por Europa.

España quedó rezagada dentro de la expansión de la imprenta; la comparación de cifras es elocuente: en 1480, ciento diez ciudades de la Europa occidental tenían imprenta: frente a las cincuenta italianas, se oponen ocho españolas.

El movimiento de impresores y de oficiales, la importación y circulación de tipos, la copia de grabados, deben considerarse vías de solución interna a los problemas técnicos de España. Otro de los remedios buscados al problema de una industria deficitaria fue la importación de libros y la exportación de textos.

Problemas ideológicos:

Política:

Holanda es un buen ejemplo de cómo los cambios políticos afectaron a la imprenta en la Edad Moderna. El fin del dominio español y la expansión colonial holandesa, impulsan la actividad de la imprenta y hacen que el libro holandés viva un momento de esplendor. Las conexiones internacionales de la elite intelectual y científica establecida en el país, posibilitan que una industria, ya muy potente, se afiance aún más. Amsterdam se especializa en la producción de cartografía y los Blaeu pasan a ser los mejores impresores de mapas y atlas. Leiden, constituida en ciudad universitaria por Guillermo de Orange, en 1576, se transforma en un activo polo impresor capitaneado por la familia Elzevier. Además, una medida política sobre materia religiosa, la revocación del Edicto de Nantes, bajo el reinado de Luis XIV, hace que Holanda, y especialmente La Haya, se convierta en sede de refugiados políticos y religiosos. Libreros protestantes con comercio de exportación establecido en sus países emigran a Holanda: Mortier, Desbordes, Huguetan. Los escritores

también consideran este país una nueva patria y el mercado de textos adquiere un gran dinamismo. Holanda, junto con Bélgica y Suiza, se convierte en este periodo en un centro capital para textos franceses y en un formidable punto editorial de falsificaciones y libros prohibidos.

Inglaterra, igualmente, ofreció sus prensas a los perseguidos políticos y religiosos, hugonotes o protestantes, que huían del continente. Durante el reinado de Isabel I, la heterodoxia española tuvo una favorable acogida en la imprenta inglesa.

Las campañas de propaganda política fueron trazando asimismo una geografía de la imprenta configurada por los libros de aparato —entradas triunfales, pompas fúnebres, fiestas reales—, los panfletos de movilización, pasando por los tratados teóricos y la emblemática. El desarrollo artístico de Amberes aseguró a la ciudad un lugar preeminente en relación a España, esta vez como centro productor del libro ilustrado al servicio del poder.

Las grandes guerras europeas modifican la cartografía de la imprenta durante la Edad Moderna. La de los Treinta Años fue determinante para la industria editorial alemana, que perdió toda su preponderancia en el siglo XVII ante el pujante predominio holandés.

Religión:

Los problemas religiosos de la Europa del siglo XVI configuran, sin duda, una geografía de la imprenta y crean un mapa propio y perfectamente diferenciable. Evidentemente, el mapa político y la distribución de las casas reinantes unen sus trazos para crear las fronteras de los credos religiosos. Ciudades e impresores han

llegado a quedar identificados con cada una de las creencias que dibujaron el turbulento fraccionamiento religioso europeo.

La Reforma luterana impulsó el desarrollo de los talleres tipográficos en Alemania del norte. Numerosos centros comenzaron a desarrollarse en vida de Lutero; la expansión continuó a lo largo de la segunda mitad del siglo XVI. A partir de 1520, Leipzig destaca como ciudad impresora luterana. Como en el caso de Francfort, su importante feria del libro la potencia como uno de los centros neurálgicos del libro europeo. Wittenberg, ciudad universitaria desde 1502, es un centro emblemático de la imprenta luterana donde se publicaron los textos fundamentales de esta doctrina, como son las tesis sobre las indulgencias o la Biblia en alemán. Lotter, Dtringing junto con otros impresores multiplicaron los escritos propagandísticos y lograron que con los textos luteranos la distancia productiva entre el norte y el sur de Alemania se equilibrase en este periodo. En Francia, La Rochelle y Saumur fueron los grandes centros de la imprenta protestante, esta última reforzada por su condición de ciudad universitaria. Basilea y Ginebra fueron sedes de la imprenta reformista y puntos fundamentales de distribución. Otras ciudades no definieron con tanta claridad su adscripción religiosa, Lyon y Amberes, por ejemplo. Esta última, donde se concentró la edición de libros religiosos, sirvió los intereses del luteranismo y del catolicismo simultáneamente. Traducciones integrales o parciales de la Biblia al flamenco y a otras lenguas vulgares le aseguraron una posición inmejorable en el mercado. Cuando, en 1546, la cuarta sesión del Concilio de Trento declara la Vulgata la única edición autorizada de la Biblia se desencadenó la represión sobre los impresores luteranos antuerpienses. Como las ciudades, también los impresores mantuvieron posiciones ambivalentes, incluso en el caso de nombres tan ligados a la reforma

católica como el de Christophe Plantin, trabajar para las dos causas no fue excepcional.

El catolicismo tuvo también sus ciudades: en Alemania, Colonia —donde Quentell aparece como el gran impresor dedicado a la producción de textos teológicos— es uno de los centros editoriales más potentes. En Francia, París. Amberes, en los Países Bajos españoles. En la segunda mitad del siglo XVI, alrededor de los años setenta, el renacimiento católico modifica el mapa de la imprenta europea. La decisión del Concilio de Trento sobre los libros litúrgicos es determinante porque obliga a conformar los textos con el uso romano. El catolicismo abre automáticamente un precioso mercado comercial y los talleres tipográficos compiten por conseguir una buena parte de este negocio. El origen de señeras fortunas, la de los Plantin-Moretus por ejemplo, debe buscarse ahí. Por otra parte, el despliegue de la Compañía de Jesús y la proliferación de colegios en toda Europa, fomenta la apertura de imprentas que trabajan para estas instituciones docentes. La Contrarreforma se traduce, también, en una producción de literatura religiosa adquirida por particulares y bibliotecas conventuales de gran atractivo editorial. La geografía de la imprenta coincide con la de los centros desde los que se impulsa este renacimiento religioso. Al igual que las ciudades pueden identificarse con el catolicismo, también es posible adscribir a los impresores a esta religión: los Cramoisy (París) y los Anisson (Lyon) fueron los tipógrafos de la Francia católica como los Moretus y Verdussen lo fueron de Amberes o Paolo Manucio de Roma y de la poderosa imprenta de la Santa Sede. La Tipografía Camerale, activa a partir de 1559, se encargaba de las publicaciones oficiales del papado, mientras que la Imprenta Vaticana, creada en 1587, se ocupó de la edición de los «clásicos de la Iglesia», Santos Padres e historia eclesiástica.

Uno de los centros de la imprenta calvinista es el mediodía francés, aunque la ciudad por excelencia de esta doctrina es Ginebra, lugar donde se refugian muchos de los impresores y libreros lioneses para escapar de la persecución católica. La falsificación de los pies de imprenta fue un recurso habitual de los impresores ginebrinos que, tras nombres falsos de ciudades o de tipógrafos, intentaban desviar la atención de la censura y abastecer el mercado en la geografía católica.

Las ciudades fronterizas, por su enclave estratégico, desempeñaron un papel fundamental en la difusión de las ideas y de la propaganda política y religiosa, materias indesligables en la Edad Moderna. Estrasburgo es el centro más importante de los que jalonaron la demarcación entre el catolicismo y otras confesionalidades en Francia, Alemania y Suiza.

Humanismo:

En la primera mitad del siglo XVI, el movimiento humanista favoreció el desarrollo de la imprenta que vive en este periodo una edad de oro: nuevos textos, prosperidad económica, la consideración del libro como un bien cultural y el crédito que el impreso había ganado como industria floreciente explican este auge. Aparecen los grandes talleres y libreros ligados a esta corriente de pensamiento. Froben, Koberger, Birckmann, Aldo, Petit, Bade, Amerbach, Eguía y Brocar, en España, son hombres implantados en el medio intelectual y académico en los que se mueven autores y comentaristas y se producen los textos; tienen, además, sólidas redes comerciales de importación y exportación. Un mercado tan amplio como el que abrían estas publicaciones no escapó de las redes comerciales de grandes familias como las de los Giunta, Portonariis y otros tantos, implantadas en núcleos urbanos

estratégicos de varios países. Lógicamente, la tipología urbana favorece el despliegue de estos talleres y tiendas especializadas en humanismo: las ciudades universitarias y las comerciales son polos donde se concentran los intelectuales y se mueve el mundo de las letras.

La recuperación de autores y textos clásicos, consustancial al movimiento humanista, es global y el arco de materias que se editan de forma crítica es completo. Muchas de estas materias —religión, ciencia, música, por ejemplo— exigían una gran capacidad técnica y unas disponibilidades tipográficas especiales. La edición de textos en alfabetos no latinos (griego, hebreo, árabe), el empleo de tipos especiales, como era el caso de la edición musical y el requerimiento de un aparato ilustrativo, colocaba en una situación privilegiada a los grandes talleres europeos; los tipógrafos venecianos, antuerpienses, lioneses o parisinos, impusieron su superioridad técnica y artística. Además, estas ciudades comerciales y universitarias que monopolizaron las ediciones, tenían la ventaja de ser punto de encuentro de la intelectualidad y de la erudición internacional lo que aseguraba el rigor crítico textual, requisito indispensable en la lectura humanista de los clásicos. La política territorial española y la debilidad de su industria editorial y librera hicieron que, en el libro humanista, España fuese subsidiaria de la imprenta europea.

Tipología urbana:

Ciudades comerciales:

El desarrollo de una burguesía productiva y acomodada, así como la existencia de unas redes comerciales y financieras, facilitan la implantación de la imprenta en unos

núcleos urbanos en los que el mercado estaba asegurado y los libros eran una mercancía más en circuitos de exportación bien implantados. Estos dos factores alentaban la inversión de capital en la industria y el comercio libreros. La circulación de textos era también fluida: escritores, editores literarios, eruditos, frecuentaban estas ciudades prósperas y se integraban con facilidad en un tejido social abierto y cosmopolita. Generalmente se trataba de ciudades portuarias, fluviales o marítimas, o de puntos nodales de grandes vías terrestres. El Rhin, el Elba, el Ródano, el Sena, el Loira, el Danubio, el Támesis y el Guadalquivir, son, de esta manera, los ríos de la imprenta y del libro. La expedición de mercancías, interior o exterior, estaba asegurada por estas redes; mover las mercancías por mares y ríos contaba, además, con ventajas económicas porque era un transporte más barato. En Francia, Rouen, Lyon y Burdeos; en Flandes, Amberes; Amsterdam y La Haya en los Países Bajos; Sevilla en España; Venecia en Italia; Londres en Inglaterra deben citarse como señeras representaciones de este tipo de ciudades. Amberes y su puerto desempeñaron un papel determinante para la historia del libro español. La ciudad era heredera del esplendor comercial de Brujas, con la que Castilla mantenía fluidas relaciones comerciales. Más del cincuenta por ciento de los impresores que trabajaban en los Países Bajos en la primera mitad del siglo XVI estaban establecidos allí. Las posibilidades económicas, intelectuales y artísticas de Amberes fueron rentabilizadas al máximo por las «gentes del libro» con magníficos resultados. Las imprentas de estas ciudades se volcaron en el mercado de la exportación y supieron sacar ventaja de países con poca capacidad industrial, convirtiéndolos en subsidiarios de su pujante manufactura libraria.

España estableció relaciones con los mercados del Norte y de Levante a través de los puertos de Santander y Bilbao, Barcelona, Valencia y Alicante, Sevilla y Cádiz. Encabezando las que convirtieron a España en subsidiaria de sus talleres están Amberes, Venecia y Lyon.

A éstas se añaden Florencia, Roma, Bruselas, Amsterdam, Londres y Colonia.

Ciudades universitarias:

Las universidades y centros de estudio son inseparables del libro. Imprentas y libreros las eligen como sedes preferentes de su actividad ya que tanto la producción de originales como el mercado de textos estaban garantizados. Junto con la Iglesia, la universidad es un motor de la imprenta. El libro universitario, el libro de estudio, tiene la ventaja de encuadrarse en un ámbito internacional gracias al empleo del latín y facilitar así su comercialización en un amplio mercado. Los grandes impresores europeos, Plantin por ejemplo, envían sus agentes a las ciudades universitarias españolas; Salamanca se ofrece a Europa, a lo largo del siglo XVI, como una apetecible cabeza de puente. La preponderancia de determinados estudios superiores, como los de la Sorbonne donde la imprenta de la universidad había empezado a funcionar en 1472, hace que esas ciudades produzcan textos de y para otros países. Colonia, que debía a Heinrich Quentell la bibliografía teológica fundamental para la causa católica, aunque desarrolla una imprenta ligada a la poderosa universidad, tiene una demanda tan alta que algunos editores o impresores-editores tienen que utilizar talleres en París o en Amberes, además de mantener una red comercial y sucursal en toda Europa. Leiden, donde el yerno de Plantin, Raphaelengius, ejerció como impresor universitario, está asociada con la arrolladora actividad de la saga de

libreros-impresores Elzevier, cuyo nombre que ha pasado a denominar un inconfundible tipo de libro asociado con sus ediciones en pequeño formato, (dieciseisavo). Saumur, la otra gran universidad protestante, asocia su imprenta con otra gran familia de impresores, los Desbordes.

Las imprentas ligadas a la universidad derivaban, con frecuencia, en negocios de librería; Oxford, sede editorial de disidentes españoles y franceses en el periodo isabelino, también participó de esta práctica habitual y en ella fue frecuente que impresores ya rodados abriesen su propia tienda para la venta de su producción. La tipología de la ciudad determina también una geografía ideológica de la imprenta: el humanismo y las diversas confesionalidades se desarrollan en estos ámbitos de estudio y hacen que impresores y sedes queden vinculadas a corrientes de pensamiento o religiosas específicas: en el caso de la Sorbonne al catolicismo, en el de Leiden u Oxford a la Iglesia Protestante.

La frontera entre tipologías ciudadanas e imprenta no es tampoco nítida. Las ciudades comerciales funcionaron muchas veces como ciudades del libro universitario: Basilea, Venecia y Nuremberg fueron estratégicos puntos de producción y comercialización de los textos de estudio porque su industria tipográfica y su consolidada red de distribución garantizaban, en ocasiones, un movimiento de fondos muy superior al de las ciudades universitarias más restringidas a la clientela local.

Frank y Jair (2011), en su investigación denominada “El surgimiento de la imprenta”, dice que; Los nuevos sistemas y estructuras nunca borran por completos los anteriores sino que se superponen, Así las nuevas tácticas de almacenamiento y

recuperación de información han necesitado de los medios de impresión en este campo para encontrar y reagrupar nuevas colocaciones, a menudo de carácter especializado.

La imprenta digital:

Nuevos horizontes se desplegaron con la llegada de la impresión digital, el ahorro de tiempo y los costos ofrecidos por las nuevas técnicas digitales valen también para la industria editorial que se beneficia de la rapidez y amplias posibilidades de la impresión digital que ofrece:

Inversión optimizada: uno de los mayores problemas de la industria editorial es que si el volumen de tirada de un libro no es rentable, ese libro nunca será publicado.

Reimpresión: esto significa que no solo será posible obtener un costo en las nuevas impresiones, sino también para reimpresiones de bajo costo. Además de las ventajas directas, la impresión digital nos abre un nuevo mundo, gracias a ella es posible enviar pedidos por correo electrónico, imprimir online, copiar textos en cuestión de segundos, hacer comunicaciones rápidas y utilizar formatos universales como el PDF.

Existe en la actualidad cinco procedimientos mayoritario de impresión que se reparte el mercado de industrias gráficas:

Tipografía: utiliza caracteres tipográficos para el texto y clichés para las ilustraciones.

Litografía: basada en el principio físico-químico de la repulsión existente entre el agua y las materias grasas contenidas en las tintas está en el origen del *offset*.

Huecograbado: utiliza un sistema cuyas formas impresoras son cilindros cubiertos por una película de cobre tratada mediante procedimientos electrónicos en la que se han grabado en hueco los elementos impresores.

Flexografía: utiliza formas impresoras en relieve, constituidas por clichés ligeros, normalmente de caucho o de plástico.

Serigrafía: es un procedimiento de impresión que explota el principio de la plantilla y se emplean también para estampar tejidos y todo tipo de objetos fabricados con todo tipo de objetos.

Hacia 1800 la imprenta era una industria importante en muchas ciudades de Europa y Norteamérica. A pesar de ello su tecnología no había cambiado desde la época de Gutenberg, los impresores se habían dedicado más al aspecto artístico que al técnico. El primer avance llegó con la sustitución del tornillo de la prensa que presionaba la plancha de madera hacia abajo, contra el papel, fue constituida por el conde Stanhope. Frederick Koenig el siguiente nombre importante en la historia de la imprenta, nació en 1744 en Leipzig (Alemania), la prensa de Koenig era una máquina de impresión a vapor. la máquina solo necesitaba dos hombres para funcionar: uno para alimentar el papel blanco y otro para retirarlo.

La prensa rotativa, así se llamaba, llegaría a convertirse en la máquina utilizada por los periódicos durante más de 100 años. El único cambio importante fue la sustitución del vapor por la electricidad.

El adelanto se produjo en 1886, esta vez en Estados Unidos de America fue Ottmar Mergenthaler el operador pulsaba las teclas y las matices se iban colocando hasta llenar el componedor, luego la maquina inyectaba el metal fundido en las matrices produciendo una línea de plomo, las matices volvían automáticamente a su almacén, donde ocupaban sus espacios correspondientes y podían volver a ser utilizadas.

El saber escrito dejó de ser patrimonio de una élite y se extendió a amplias capas de la población. La escritura fue sustituyendo a la tradición oral como forma privilegiada para transmitir conocimientos, a la par de las comunicaciones impresas, como libros o periódicos, se generalizaron. A principios del siglo XX la escritura ya era el medio predominante en Occidente para la difusión del saber. Además de su enorme significado para la religión, política, y las artes en general fue este un avance tecnológico.

En 1454 se publicaron las bulas de indulgencia encargadas pro el papa Nicolás V para allegar fondos destinados a sufragar los gastos que ocasionaban las cruzadas para liberar la denominación turca los Santos Lugares, de estas bulas se conserva un solo ejemplar en la biblioteca de Munich. Existen también dos ediciones de la Biblia: la primera llamada "de 42 líneas", que se empieza a componer en el taller de Gutenberg en 1452 y es la única obra que se le atribuye con seguridad, y la segunda "de 36 líneas" del año de 1459, y hay opiniones de que con anterioridad a ellas se imprimió el Misal de Constanza, catalogado como "el libro tipográfico mas antiguo que se conoce", que parece ser de 1450, o incluso antes.

La rapidez con la que se difundió la imprenta se puede comparar con la de los ordenadores en la segunda mitad de siglo XX, y tuvo un impacto igual de drástico en

la historia de esa época. De repente la gente se preguntaba como se las había podido arreglar sin ella. Esta difusión de la imprenta trajo consigo una serie de consecuencias en el mercado laboral, al igual que a ocurrido con la difusión de la informática.

En Europa se estaba trabajando y buscando una técnica que hiciera posible la producción de libros a partir de un molde constituido por letras sueltas, en lugar de manuscibirlo o estamparlo en un bloque de madera grabada. Parece ser que fueron naipes las primeras obras que se produjeron, a la vez que imágenes de santos, ya que en el Museo de Bruselas se conserva una xilografía de 1418, que representa a la virgen rodeada de cuatro santos que es la más antigua que se conoce.

La cuestión de quién lo consiguió primero fue en su día un asunto muy debatido entre los estudiosos de la historia de la imprenta. Para algunos Laurens Coster, holandés de Haarlem, fue el primero en utilizar caracteres móviles, en el año de 1423, otros decían que Pampilo Castaldi. Italiano, fue el precursor, aunque también se habla de un checo que vivía en Avignon (Francia) llamado Procopius Waldfoghel, que estaba trabajando en la escritura artificial. Pero ahora, en general, todos están de acuerdo en atribuir a Johann Gutenberg, de Maguncia, la invención de la imprenta. Gutenberg fue un impresor alemán que nació en Maguncia (1397) y falleció en 1468. Su verdadero nombre era Johannes Gensfleisch.

En vista de lo poco que se sabe acerca de Gutenberg, que sea aceptado ahora como inventor de la imprenta o, más exactamente, el inventor de la imprenta a partir de caracteres móviles. El impacto de la invención de la imprenta fue tremendo. La producción de libros durante los primeros cincuenta años después de la decisiva

aportación de Gutenberg fue, casi con toda seguridad, mayor que en los mil años precedentes. La imprenta de Gutenberg provocó una verdadera revolución en la cultura.

La invención de la imprenta, que no es europea, si no china, se remonta al año 960, durante el periodo de los Song (960-1279). En definitiva, los auténticos inventores de la imprenta fueron los chinos, ya que en el siglo IX ya estaban grabado planchas de madera con páginas enteras de texto y realizando con ellas estampaciones xilográficas. Después grabaron las letras del alfabeto chino en bloques móviles independientes que podían utilizarse una y otra vez.

La imprenta es un método industrial de reproducción de textos e imágenes sobre papel o materiales similares, que consiste en aplicar una tinta, generalmente oleosa, sobre unas piezas metálicas, llamadas tipos, para transferirla al papel por presión. Aunque comenzó como un método artesanal, era un proceso muy veloz para sus tiempos.

La imprenta comporta dos procesos fundamentales:

Colocar los caracteres, es decir, disponer las letras en orden para formar las palabras, y las palabras en líneas, y luego darle forma de página.

Hacer copias presionando el papel contra los caracteres entintados.

Este segundo proceso no presentaba problemas, incluso en el siglo XV.

2.1.2 Nacionales

En esta investigación se entiende por antecedentes nacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del Perú, menos en la ciudad de Piura; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

Antonio Ricardo o Ricardini, (1681), en su investigación titulada “La imprenta en el Perú”, precisa que:

Si recorremos los pasajes más importantes de nuestra historia encontramos que la imprenta tuvo un gran aporte en el ámbito económico, cultural y social en el Perú.

Desde su invención en Occidente en 1450, la primera imprenta llegó a Lima, Perú, en 1581, entró en funcionamiento en Agosto de ese año, siendo la segunda imprenta del Nuevo Mundo, y la trajo desde México el italiano Antonio Ricardo, natural Turín, y se dio al tener el permiso real.

En el Perú, una de las labores de la colonización, fue a través de los curas españoles, que vinieron a América a aprender las lenguas nativas como una forma de entender la cultura y tradiciones de los incas, todo esto con la intención de integrarlos a la doctrina católica.

Fue entonces que la iglesia, promovió la introducción de la imprenta en el Nuevo Mundo y la edición de libros, manuales y catecismos orientados a catequizar a los pueblos, siendo estos los primeros productos que se necesitaron y para los que se empleo el uso de la primera imprenta en el País.

A pesar de ello, predominaba el dominio Español y con ello impuso una serie de restricciones para la publicación de materiales que podían atentar contra las doctrinas y la fe al trono, tres años después de que llego la primera imprenta en el Perú se

restringió su uso, quedando esta en custodia de los jesuitas. A estas necesidades sociales, se le sumaba las culturales, con la creación de la primera universidad fundada por los dominicos, la universidad Mayor de San Marcos, la impresión de textos para los alumnos era una necesidad perentoria. Se sabe que la iglesia introdujo la imprenta en América. Fue el Obispo Franciscano Juana de Zumárraga quien llevo la primera prensa a México en 1533. Por esos años varias imprentas se instalaron en la capital Mexicana saturando el exiguuo mercado de entonces. El impresor italiano Ricardo o (Riccardi) se instalo en México y las primeras referencias de su trabajo datan de 1577 cuando trabajaba en el colegio de San Pablo, de los padres Jesuitas. Se mencionan muchas razones del viaje al Perú del impresor Italiano, entre ellas, que el País estaba posicionado en este entonces como una País de oportunidades, donde cualquiera se enriquecía en poco tiempo, otra razón que le atribuyen a su llegada, es la del interés de los Jesuitas instalados en el Perú desde 1568, por instalar una imprenta local, teniendo en cuenta lo engorroso y costoso del traslado de libros religiosos desde España. Por presión de los Jesuitas la audiencia de Lima se adelanto a las ordenes del Rey y dieron licencia a Ricardo el 13 de febrero de 1584 para que imprima catecismos, pues no se contaba con la licencia necesaria para iniciar sus operaciones, y en ese entonces se padecía de dificultades para los tramites lentos de la época, como solicitudes al Rey, pedido de informes al Virrey de turno, respuesta local, licencia real, esto quizá explica la gran tardanza, o mejor, el tiempo que media entre su llegada y su primera producción tipográfica.

La primera producción de la imprenta del Turinés fue la pragmática sobre los diez días del año. Unas semanas más tarde apareció el primer libro, la citada Doctrina Cristina.

Fernández (2014). En su trabajo de investigación, denominado: “El Control Interno y su Influencia en la Gestión de las Empresas Privadas de Latino América, Perú y Chimbote, 2013”.

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar y describir el control interno y su influencia en la gestión de las empresas privadas de Latinoamérica, Perú y Chimbote, 2013. La investigación fue cualitativa-descriptiva, para el recojo de la información se utilizó el método de revisión bibliográfica-documental, encontrando los siguientes resultados: la mayoría de los autores señalan que el control interno es considerado como una herramienta de gestión, con aplicación en el ámbito de las finanzas y la administración; es decir, el control interno es un medio para alcanzar un fin y no un fin en sí mismo; por lo tanto, no se trata solamente de manuales de organización y procedimientos, se trata de una herramienta práctica para prevenir y detectar malos manejos, fraudes y robos en las diferentes áreas de las empresas, así como el uso eficiente y eficaz de los insumos y recursos productivos, y la minimización de los riesgos; lo que a su vez permite una mejora en la productividad, rentabilidad y competitividad de las mismas. Finalmente, la principal conclusión del trabajo es que no se han encontrado evidencia empírica (estudios de investigación) que hayan determinado la influencia (relación) del control interno en la gestión de las empresas privadas, tanto en América Latina, Perú y Chimbote. Así mismo, sólo un trabajo de investigación

establece que en Latinoamérica el 60% de las empresas privadas tiene implementado un sistema de control interno.

Arellano (2015). En su trabajo de investigación, denominado: “Implementación del Sistema de Control Interno COSO en el Área de Almacén y su Incidencia en la Situación Económica en la Empresa Consorcio D&E SAC de la Ciudad de Trujillo en el año 2015”.

Según el propósito de la investigación es aplicada porque se propone la búsqueda y consolidación del saber así como la aplicación de los conocimientos que se adquirieron en el curso, consiste en ampliar y profundizar cada vez nuestros saberes de la realidad; la investigación es no experimental porque se realizará sin manipular deliberadamente variables. Es decir, solo se observarán situaciones tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos; la empresa está localizada en la Región de La libertad, Distrito y Provincia de Trujillo.

El alcance del presente trabajo de investigación no experimental se propone estudiar a la empresa Consorcio D&E SAC., identificada con RUC 20481477710. Con la finalidad de generar valor a todas las empresas industriales haciendo uso del sistema de control interno coso para mejorar en control en el área de almacén.

En el plan de la investigación, en la realidad de la problemática. La dinámica del mundo globalizado con características de un entorno en acelerado cambio, ha generado escenarios en los que los actores países, instituciones, empresas, naciones y personas compiten por el derecho de permanecer, desarrollarse, crear y trascender. La empresa Consorcio D&E que es un grupo profesional comprometido con su negocio.

Desarrolla años e implementaos proyectos como: Restaurantes, hoteles, comedores, centros comerciales, supermercados, jugueterías, panaderías, farmacias, retilers en general, clínicas, hospitales, colegios, entidades financieras y otros negocios.

Aun con la experiencia de 30 años fabricando calidad, no cuenta con un sistema de control interno del almacén y menos con un sistema que haga estas actividades evaluadoras de verificación y de control. Paralelo a ello ha presentado una serie de irregularidades o problemas asociados a las operaciones de entrada de productos que se compra y salidas de productos para la implementación de tiendas. Teniendo un impacto en la gestión comercial, administrativa y contable de la empresa.

En la formulación del problema, de que manera la implementación del sistema de control interno COSO en el área de almacén incide en la situación económica de la empresa CONSORCIO D&E SAC, en la ciudad de Trujillo en el año 2015. Podremos dar justificación al problema: primero, el presente trabajo de investigación busca demostrar que la auditoria permite la mejora en el área de almacén con la implementación de sistema de control interno; por lo tanto, este trabajo puede ser utilizado como base para las empresas que se dediquen al rubro de industrias de tal manera que puedan implementar el sistema de control interno. Así mismo, el beneficio académico del presente trabajo de investigación es que servirá de referencia para otros estudiantes que realicen proyectos con variables similares.

El tiempo limitado de los empresarios para realizar un diagnóstico preciso el desarrollo de la empresa, la información es limitada debido a que restringen su información interna dada por el nivel confidencial con el que la guardan, se tendrá

que pedir información general en tal medida que no afecte la privacidad de su información.

El objetivo general es determinar de qué manera es sistema de control interno COSO en el área de almacén incide en la situación económica en la empresa Consorcio D&E SAC de la ciudad de Trujillo en al año 2015. Siendo sus objetivos específicos, el diagnóstico de control interno COSO al área de almacén de la empresa Consorcio D&E SAC; elaborar el plan de trabajo para la implementación del control interno al área de almacén de la presente empresa, implementar el control interno a nivel de matriz de riesgos en el área de almacén de la empresa, comprobar mediante indicadores la incidencia en la rentabilidad de la empresa.

En los antecedentes tenemos a Acosta Ibañez y Ariza Burgos (2007), en su tesis denominada Diagnóstico para el mejoramiento del sistema de control interno de la empresa Anipack Ltda realizó un estudio sobre cómo implementar el sistema de control interno para el mejoramiento de la empresa; llegando a la conclusión que en una empresa se requiere realizar el sistema de control interno para llevar los procesos de la mejor forma posible.

Celfa Mónica Samaniego Montoya (2013), en su tesis incidencias del control interno en la optimización de la gestión de las micro empresas en el distrito de Chaclacayo, Perú. Realizó un estudio sobre alcanzar un mejor desarrollo económico, si supieran utilizar las herramientas necesarias para optimizar su gestión. En sus bases teóricas las operaciones, la información, el cumplimiento en el entorno de control, con una evaluación de riesgos, con actividades de control , con una adecuada información y

comunicación y constante supervisión, todo ello a nivel de entidad, división, unidad operativa y por último la función.

En el planteamiento de la hipótesis, la implementación del sistema de control interno COSO en el área de almacén incide favorablemente en la situación económica de la empresa, ya que tenemos en las variables, como variable independiente: diagnóstico de sistema de control interno COSO, y como variable dependiente: la situación económica rentabilidad. Los sujetos de la investigación es la población que estuvo conformada por el área del consorcio, con una muestra, Empresa Representaciones Consorcio D&E SAC. Su diseño pre-experimental, el tipo de investigación que se desarrolló es pre-experimental, dado que en el presente estudio se hace una comparación entre la situación actual del proceso logístico y la situación anterior a la implementación de la guía de control interno.

En sus conclusiones pueden decir que con la implementación del sistema de control interno COSO en el proceso logística, la rentabilidad se ha podido mejorar en la empresa. En el diagnóstico de la situación actual de la empresa se determinó que el proceso de almacén no tenía procedimientos establecidos y debido a eso existía pérdidas. Según las encuestas hechas a los diferentes representantes y trabajadores de la empresa en el área se detectó debilidades de las cuales se ha podido obtener factores importantes a implementar, se ha diseñado y propuesto un plan de trabajo para mejorar la gestión de la empresa, donde se establece políticas en los procesos internos, identificando y respondiendo a los riesgos, brindando información y supervisando; para que la empresa mejore su gestión contribuyendo al logro de las metas planteadas.

La implementación del sistema de control interno COSO ayuda a mejorar los procesos del área de almacén de manera eficiente, los riesgos fueron planteados en una matriz de riesgos donde se cuantificó las pérdidas monetarias y se calificó de acuerdo a la probabilidad e impacto que tenga sobre la empresa.

Se pudo comprobar a través de los indicadores de rentabilidad “RATIOS” que la implementación del sistema de control interno COSO, mejorando la rentabilidad de la empresa a la que en su momento evaluamos.

En sus recomendaciones, que la empresa implemente el sistema de control interno COSO debido a su incidencia positiva en los resultados económicos de la empresa; debe ejecutar ampliamente el sistema de control interno para disminuir o extinguir la posibilidad de riesgos y hacer frente a estos, determinar y actualizar la matriz de riesgo para disminuir el impacto que este pueda tener en los resultados económicos, realizar auditorías constantemente con la finalidad de evaluar si se cumplen las recomendaciones establecidas para la mejora de la empresa, actualizar periódicamente el manual de organización y funciones con la finalidad de administrar correctamente la entidad y transformar las debilidades en fortalezas.

Diario El Comercio (2014), en su noticia titulada “Las imprentas y los problemas generados en el Centro Histórico de Lima. En las últimas décadas”, precisa que el Centro Histórico de Lima se convirtió en la sede de numerosas imprentas que ofrecían como atractivo principal la realización de trabajos rápidos y a muy bajo costo.

Sin embargo, este auge inicial fue seguido tiempo después por una sobre oferta que aceleró la precarización de las condiciones del servicio y generó una serie de

inconvenientes adicionales en materia de infraestructura y tugurización urbana en esta parte de la ciudad. Por tal razón, en el año 2012 la Municipalidad de Lima emitió una Ordenanza que prohibió definitivamente la instalación de imprentas en el Centro Histórico de la ciudad.

En un revelador reportaje gráfico que publica el Diario El Comercio, se aprecia que pese a la existencia de dicha Ordenanza Municipal, las imprentas aún siguen operando masivamente en el Centro Histórico. Frente a ello, se estima que sólo 400 de estas empresas ya se han mudado hacia otros distritos de la ciudad.

2.1.3 Locales

En esta investigación se entiende por antecedentes locales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en la región y ciudad de Piura; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

Saromo (2014). En su trabajo de investigación denominado: “La importancia del control interno en la Mypes-Piura”.

El control interno en las Pymes tiene la misma importancia que en las grandes empresas, en el país 97% de empresas son pequeñas y medianas, las cuales proporcionan el 64% de las fuentes de trabajo del país, la mayoría de las pequeñas medianas empresas no cuentan con un sistema de administración claro, no existen objetivos y planes por escrito para toda la empresa, trabajan de manera reactiva solucionando problemas conforme se presentan, no se planean las inversiones, se van creando departamentos de manera improvisada, la dirección se lleva acabo de

manera empírica, no hay un adecuado mando, motivación, comunicación y supervisión.

El control es escaso, no se cuenta ni con normas de hecho, no se lleva a cabo de resultados para planear acciones. Por consiguiente no se lleva un control interno en la entidad económica, que le permita al director o dueño de la empresa a evaluar cada una de las áreas que conforman la empresa y por consiguiente llevarlo a tomar decisiones que le ayuden a la toma de decisiones al respecto. Todo esto se debe que por no llevar un proceso de control en la organización, por considerarlo que no es necesario las pequeñas empresas no saben en realidad cuales son las áreas de oportunidad y mejora en las que se debe trabajar.

Sin embargo aun sabiendo que el control interno es de suma importancia en las empresas sin importar el giro o tamaño de estas, no se les da la debida importancia en las pequeñas empresas debido a que estas son propiamente familiares y no consideran que tenga que llevar a cabo como tal. Sin darse cuenta que el llevar un control interno adecuado a cada empresa permite maximizar la utilización de recursos son calidad para alcanzar una adecuada gestión financiera y administrativa, para obtener mejores niveles de productividad; también ayudara a contar con personal más capacitado, motivado y comprometido con la organización y dispuestos a brindar al cliente servicios de calidad. Por lo mismo de tener un control actualizado en las áreas básicas de la empresa permitirá alimentar el sistema de información y ayudar a la adecuada toma de decisiones.

Espinoza (2015). En su obra denominada: “Control, Herramienta importante”. Es importante mencionar que el control interno, es una herramienta que ayudara al

dueño o director de la empresa a conocer en que parte de los procesos se está fallando y que medidas debe tomar. Cabe mencionar que la mayoría de las empresas no cuenta con ningún tipo de sistema de control interno debido a que no lo consideran necesario y que además esto les genera un costo. Sin tomar en cuenta que el sistema de control interno en las organizaciones se ha venido incrementando con el paso del tiempo, por ser de gran utilidad que comprende el plan de organización en todos los métodos y procedimientos que en forma coordinada se adoptan en un negocio, para proteger y resguardar los activos, verificar la exactitud y confiabilidad de los datos contables, así como también llevar la eficiencia, productividad y custodia en las operaciones y las exigencias ordenadas por la administración.

Cabe mencionar que el control interno siempre será una parte fundamental dentro de toda organización, mismo que tiene como objetivo proteger los recursos de la empresa o negocio evitando pérdidas por fraudes o negligencias, así como el de detectar las desviaciones que se presenten en la organización y estas afecten al cumplimiento de los objetivos de la empresa.

2. 2 Bases Teóricas.

Blanca Salas, (2011), CONTROL INTERNO: Es un sistema que incluye todas las medidas adoptadas por una organización con el fin de:

Proteger los recursos contra despilfarros, fraudes e ineficiencia.

Asegurar la exactitud y confiabilidad de los datos contables y operacionales.

Asegurar el estricto cumplimiento de las políticas trazadas por la empresa.

Evaluar el rendimiento en los diferentes departamentos o divisiones de la empresa.

Control Interno es aquel sistema de control que comprende el plan de la organización y todos los métodos y medidas coordinadas, adoptadas por la empresa para salvaguardar sus activos, comprobar la exactitud y confiabilidad de sus datos contables, promover la eficiencia operativa y fomentar la adhesión a las políticas administrativas prescritas.

CONTROL INTERNO CONTABLE

Son aquellas medidas que se relacionan con la protección de los activos y la confiabilidad de la información contable y financiera, ejemplo: los comprobantes contables prenumerados.

CONTROL INTERNO ADMINISTRATIVO

Son aquellas medidas que se relacionan principalmente con la eficiencia operacional y la observación de las políticas establecidas en el área de la organización, ejemplo: las medidas de seguridad, los accesos restringidos.

Una debilidad de control interno no implica necesariamente que los registros sean erróneos pero si existe la posibilidad que los estados financieros puedan contener errores.

ELEMENTOS DE CONTROL:

PLAN DE LA ORGANIZACIÓN: Debe indicar claramente los departamentos o personas responsables de las diferentes funciones (compras, recepción de mercaderías, aprobación de créditos para clientes), las cuales deben costar por escrito, la asignación de cada función implica la facultad de tomar decisiones y además se debe velar por una adecuada separación de funciones.

TRANSACCIONES: Se deben realizar con el cumplimiento de las siguientes etapas:

Autorización

Aprobación

Ejecución

Registro

CUENTAS POR COBRAR VENTAS

Para que cada departamento pueda dar cumplimiento requiere tener la totalidad de la documentación que corresponda.

Separación de funciones contables y custodia de los activos crea un fuerte control interno.

Separación de responsabilidades para funciones afines.

Ejemplo en la venta de mercadería se da las siguientes funciones afines sobre las cuales se debe efectuar una separación de funciones:

Entrega de mercadería

Registro de Cuentas por Cobrar

Recaudación de la deuda

Cuando se permite a un empleado manejar todos los aspectos de una transacción aumentan el peligro de fraude. (robo, retención de pagos a proveedores, pagos por mayor valor a los proveedores, fijar precios más bajos a ciertos clientes)

La rotación de empleados, fortalece el control interno ya que cuando las personas saben que otro trabajador va a tomar sus funciones, manejaran los registros con mayor cuidado ciñéndose a los procedimientos establecidos. Exigir a los empleados a hacer uso de sus vacaciones y que otra persona continúe con las funciones asignadas.

Documentación Pre numerada para órdenes de compra, facturas de venta, cheques, comprobantes de Ingreso, Egreso y Traspaso.

Personal competente. El mejor sistema de control interno no funcionará si el personal no tiene el suficiente nivel de competencia.

Pronósticos Financieros. Si la empresa ha fijado metas para sus áreas estas pueden compararse mes a mes con lo real e identificar e investigarse de inmediato si existe alguna divergencia.

Auditoría Interna. El auditor interno tiene la responsabilidad de investigar la eficiencia de las operaciones de cada departamento.

CONSIDERACIONES

El control interno debe revisarse continuamente (actualización).

Limitación del control interno. Dos o más empleados que trabajen coludidos pueden burlar el sistema.

El control interno en pequeños negocios es más difícil de crear que en una empresa grande.

El control interno no se debe plantear solo en términos de prevención de fraudes sino como un medio para aumentar la eficiencia operacional.

Al establecer el control interno no se debe perder de vista el costo los que no deben ser mayores que los beneficios.

Clases de control interno: Cualquiera que sea el tipo de auditoría, la secuencia de pasos que implica llevarla a cabo no es única y puede variar según diferentes circunstancias.

Etapa de planificación: Es un proceso mediante el cual se toma decisiones sobre los objetivos y metas que se debe alcanzar en una determinada actividad y en un determinado tiempo.

Etapa de ejecución:

Planeamiento y Supervisión

Estudio y evaluación del control interno

Evidencia suficiente y competente

Informe de auditoría:

Aplicación de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados

Consistencia

Revelación Suficiente

Opinión del Auditor

CLASIFICACIÓN DEL CONTROL INTERNO: La clasificación entre controles contables y controles administrativos variaría de acuerdo con las circunstancias individuales.

CONTROL ADMINISTRATIVO: Comprenden el plan de organización y todos los métodos y procedimientos relacionados principalmente con eficiencia en operaciones y adhesión a las políticas de la empresa y por lo general solamente tienen relación indirecta con los registros financieros. Incluyen más que todos controles tales como análisis estadísticos, estudios de moción y tiempo, reportes de operaciones, programas de entrenamientos de personal y controles de calidad.

En el Control Administrativo se involucran el plan de organización y los procedimientos y registros relativos a los procedimientos decisorios que orientan la autorización de transacciones por parte de la gerencia. Implica todas aquellas

medidas relacionadas con la eficiencia operacional y la observación de políticas establecidas en todas las áreas de la organización.

CONTROL CONTABLE: Los controles contables comprenden el plan de organización y todos los métodos y procedimientos relacionados principal y directamente a la salvaguardia de los activos de la empresa y a la confiabilidad de los registros financieros. Generalmente incluyen controles tales como el sistema de autorizaciones y aprobaciones con registros y reportes contables de los deberes de operación y custodia de activos y auditoría interna.

Ejemplo: La exigencia de una persona cuyas funciones envuelven el manejo de dinero no deba manejar también los registros contables. Otro caso, el requisito de que los cheques, órdenes de compra y demás documentos estén prenumerados.

Elizalde E. (2012). En su Tesis denominada: “Control Interno de Cuentas Por Cobrar” – Universidad Tecnológica de Aguascalientes.

CONTROL INTERNO

Plan de organización entre la contabilidad, funciones de empleador y procedimientos coordinados que adopta una empresa pública, privada o mixta, para obtener información contable, salvaguardar sus bienes, promover la eficiencia de sus operaciones y adhesión a su política administrativa.

Análisis:

Plan de organización: el control interno es un programa que precisa el desarrollo de actividades y establecimiento de relaciones de conducta entre personas. Políticas:

Son las normas internas de cada entidad es el Que puede hacer y el que se debe

hacer. Procedimientos: Son los pasos consecutivos, cronológicos y coordinados de

cada transacción; es el cómo se hace Planeación: Se refiere a la plantación estratégica

de la compañía. Presupuesto: Es el plan detallado y proyectado de las operaciones del siguiente año en base a los registros históricos de la empresa.

Contabilidad: Con el objeto de mantener información confiable y oportuna para la toma de decisiones.

Objetivos del control interno:

“El Control Interno descansa sobre tres objetivos fundamentales. Si se logra identificar perfectamente cada uno de estos objetivos, se puede afirmar que se conoce el significado de Control Interno. En otras palabras toda acción, medida, plan o sistema que emprenda la empresa y que tienda a cumplir cualquiera de estos objetivos, es una fortaleza de Control Interno.”

Asimismo, toda acción, medida, plan o sistema que no tenga en cuenta estos objetivos o los descuide, es una debilidad de Control Interno. Los objetivos de Control Interno son los siguientes:

Suficiencia y confiabilidad de la información financiera:

La contabilidad capta las operaciones, las procesa y produce información financiera necesaria para que los usuarios tomen decisiones. Esta información tendrá utilidad si su contenido es confiable y si es presentada a los usuarios con la debida oportunidad. Será confiable si la organización cuenta con un sistema que permita su estabilidad, objetividad y verificabilidad. Si se cuenta con un apropiado sistema de información financiera se ofrecerá mayor protección a los recursos de la empresa a fin de evitar sustracciones y demás peligros que puedan amenazarlos.

Efectividad y eficiencia de las operaciones Se debe tener la seguridad de que las actividades se cumplan cabalmente con un mínimo de esfuerzo y utilización de

recursos y un máximo de utilidad de acuerdo con las autorizaciones generales especificadas por la administración.

Cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables Toda acción que se emprenda por parte de la dirección de la organización, debe estar enmarcada dentro las disposiciones legales del país y debe obedecer al cumplimiento de toda la normatividad que le sea aplicable al ente. Este objetivo incluye las políticas que emita la alta administración, las cuales deben ser suficientemente conocidas por todos los integrantes de la organización para que puedan adherirse a ellas como propias y así lograr el éxito de la misión que ésta se propone. El sistema de control interno o de gestión es un conjunto de áreas funcionales en una empresa y de acciones especializadas en la comunicación y control al interior de la empresa. El sistema de gestión por intermedio de las actividades, afecta a todas las partes de la empresa a través del flujo de efectivo. La efectividad de una empresa se establece en la relación entre la salida de los productos o servicios y la entrada de los recursos necesarios para su producción. Entre las responsabilidades de la gerencia están: Controlar la efectividad de las funciones administrativas. Regular el equilibrio entre la eficacia y la eficiencia en la empresa. Otros aspectos del desarrollo de la empresa, como crecimiento, rentabilidad y liquidez.

ANÁLISIS

Plan de organización. Precisa el desarrollo de actividades y el establecimiento de las relaciones de conducta entre personas y lugares.

Contabilidad. Registra técnicamente todas las operaciones u presenta periódicamente información verídica y confiable.

Funciones de los empleados. Distribución en forma debida de las labores que realizan los funcionarios y empleados.

Procedimientos coordinados. Procedimientos contables, estadísticos, físicos, administrativos, etc.

Empresa pública, privada o mixta. Empresa pública u organismo social integrado por elementos humanos, técnicos, materiales, inmateriales, etc., (prestación de servicios a la colectividad). Empresa privada, Obtener utilidades. Empresa Mixta., Prestar servicios a la colectividad y obtener utilidades.

Obtener información confiable.

Salvaguardar sus bienes.

Promover la eficiencia de las operaciones.

Adhesión a su política administrativa.

OBJETIVOS

Prevenir fraudes. Descubrir robos y malversaciones. Obtener información administrativa, contable y financiera confiable y oportuna. Localizar errores administrativos, contables y financieros. Proteger y salvaguardar los bienes, valores, propiedades y demás activos de la empresa en cuestión.

ELEMENTOS

Organización.

Catálogo de cuentas.

Sistema de contabilidad.

Estados financieros.

Presupuestos y pronósticos.

Entrenamiento, eficiencia y modalidad del personal.

Supervisión. Posteriormente se estudiara cada elemento.

PRINCIPIOS

Separación de funciones de operación, custodia y registro.

Dualidad o plurilateralidad de personas en cada operación; es decir, en cada operación de la empresa, cuando menos deben intervenir dos personas.

Ninguna persona debe tener acceso a los registros contables que controlan su actividad.

El trabajo de los empleados será de complemento y no de revisión.

La función de registros de las operaciones será exclusiva del departamento de contabilidad.

VIGILANCIA Y SUPERVISIÓN

Para la obtención de la máxima eficiencia del sistema de control interno, es necesaria su vigilancia periódica y metódica, por parte de:

Gerente general.

Contralor.

Comisarios o consejo de vigilancia.

Audidores internos.

Audidores externos.

CLASIFICACIÓN El control interno se clasifica en: Control interno administrativo.

Cuando los objetivos fundamentales son:

Promoción de la eficiencia en la operación de la empresa.

Que la ejecución de las operaciones se adhiera a las políticas establecidas por la administración de la empresa. Control interno contable. Cuando los objetivos fundamentales son:

Protección de los activos de la empresa.

Obtención de información financiera, veraz confiable y oportuna. El control interno contable comprende el plan de organización y los procedimientos y registros que se refiere a la protección de los activos de la empresa y consecuentemente a la confiabilidad de los registros financieros que están diseñados para suministrar seguridad razonable de que:

Las operaciones se realizan de acuerdo con autorizaciones generales o específicas de la administración.

Las operaciones se registran:

Para permitir la preparación de estados financieros de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados, o cualquier otro criterio aplicable.

Para mantener datos relativos a la custodia de los activos.

El acceso a los activos solo se permitirá con autorización de la administración de la empresa.

Los datos registrados relativos a la custodia de los activos son comparados con los activos existentes durante intervalos razonables, tomándose las medidas pertinentes y apropiadas con respecto a cualquier diferencia.

ESTRUCTURA

Las áreas de gestión incluyen actividades o grupos de actividades que contribuyen al logro de los objetivos empresariales. Tales áreas son:

Directiva

Producción

Mercadeo

Investigación y desarrollo

Personal

Finanzas

El sistema de control interno está íntimamente ligado al sistema decisorio, de tal manera que el gerente recibe datos de sus directivos que gestionan y del sistema financiero. Se encuentran criterios de efectividad en la estrategia de la empresa y las ventas como el coeficiente egreso/ingreso.

ACTIVIDADES

Las acciones efectivas son aquellas que mantienen un equilibrio entre la eficacia y la eficiencia, entre la producción de los resultados deseados y los medios que se utilizan para lograrlos. Todas las actividades de una compañía se traducen en dinero en efectivo en algún momento.

Hacen parte de los procesos en la empresa.

Se traducen en dinero en efectivo en algún momento.

Afectan otras áreas de la empresa que pueden encontrarse lejos del punto de origen de la actividad.

Su efecto es directamente proporcional a su eficacia.

Independientemente de la eficiencia con que se usen los recursos, requieren de adecuada eficacia de las personas, para ejercer su efecto.

Regulan el funcionamiento de la empresa

INDICADORES

Los indicadores son los patrones de medida de las acciones efectivas para una empresa, se obtienen por la relación entre variables cuantitativas o cualitativas que permiten observar la situación y las tendencias generadas en los procesos de la empresa. Todo cambio en el monto del inventario de una compañía y el crédito

otorgado de los clientes o tomado de los proveedores tiene un impacto tanto en la utilidad declarada como en el flujo de efectivo, de manera que lo aumenta o lo reduce. Son indicadores de efectividad, en cuanto al uso de los recursos:

La rotación de inventarios.

La rotación de activos totales.

La rotación de activos fijos.

La rotación de cuentas.

El periodo promedio de cobro.

Áreas de trabajo.

COMPONENTES DE CONTROL INTERNO

El adoptar sistemas más avanzados y rigurosos, asimilables por la economía de las entidades, influirá también en el estilo de dirección, teniendo en cuenta que nuestras entidades no se supeditan a un único propietario o a un pequeño grupo de ellos y que, por ende se obliga a una necesaria retroalimentación de los sistemas de control interno de las disposiciones y regulaciones establecidas por los órganos y organismos del Estado competentes. Los elementos del control son:

Ambiente de Control.

Evaluación de Riesgos.

Actividades de Control.

Información y Comunicación.

Supervisión. Estas definiciones de los componentes del Control Interno, con

Un enfoque estratégico en el desarrollo de las entidades, deben incluir normas o procedimientos de carácter general para ser considerados en el diseño de los

Sistemas de Control Interno en cada entidad, acompañados de criterios de control y de evaluación en algunas áreas de la organización.

AMBIENTE DE CONTROL

El ambiente o entorno de control constituye el punto fundamental para el desarrollo de las acciones y refleja la actitud asumida por la alta dirección en relación con la importancia del control interno y su incidencia sobre las actividades de la entidad y resultados, por lo que debe tener presente todas las disposiciones, políticas y regulaciones que se consideren necesarias para su implantación y desarrollo exitoso. El Ambiente de Control fija el tono de la organización al influir en la conciencia del personal. Este puede considerarse como la base de los demás componentes del control interno. La dirección de la entidad y el auditor interno, son los encargados de crear un ambiente adecuado mediante una estructura organizativa efectiva, de sanas políticas de administración y así se logra que las leyes y políticas sean asimiladas de mejor forma por el trabajador. El Ambiente de Control es, la base para el desarrollo del resto de los elementos, sus fundamentos claves son:

La integridad, los valores éticos, la competencia profesional y el compromiso de todos los componentes de la organización, así como su adhesión a las políticas y objetivos establecidos.

La filosofía y estilo de dirección.

La estructura, el plan de organización, los reglamentos y los manuales de procedimientos.

Las formas de asignación de responsabilidades y de administración y desarrollo del personal.

El grado de documentación de políticas y decisiones, y de formulación de programas que contengan metas, objetivos e indicadores de rendimiento.

En las organizaciones que lo justifiquen, la existencia de Unidades de Auditoría Interna con suficiente grado de independencia y calificación profesional.

LIMITACIONES DEL CONTROL INTERNO

El concepto seguridad razonable está relacionado con el reconocimiento explícito de la existencia de limitaciones inherentes del Control Interno.

En el desempeño de los controles pueden cometerse errores como resultado de interpretaciones erróneas de instrucciones, errores de juicio, descuido, distracción fatiga.

Las actividades de control dependientes de la separación de funciones, pueden ser burladas por colusión entre empleados, es decir, ponerse de acuerdo para dañar a terceros.

La extensión de los controles adoptados en una organización también está limitada por consideraciones de costo, por lo tanto, no es factible establecer controles que proporcionan protección absoluta del fraude y del desperdicio, sino establecer los controles que garanticen una seguridad razonable desde el punto de vista de los costos que son inherentes a todos los sistemas de control interno, como por ejemplo: las opiniones en que se basan las decisiones pueden ser erróneas, los encargados de establecer controles tienen que analizar su relación costo/beneficio, etc. Además los controles pueden evadirse si dos o más trabajadores se lo proponen. También la Administración podría hacer caso omiso del sistema de control interno.

CONTABILIDAD

CONCEPTO

Conjunto de mecanismos técnicos aplicables para registrar, clasificar, resumir, y presentar sistemática y estructuralmente, información cuantitativa expresada en unidades monetarias.

CARACTERISTICAS

Conjunto de principios generalmente aceptados de observancia universal.

Registra todas las operaciones en forma cronológica en libros de primera anotación.

Clasifica las operaciones por concepto en libros de segunda anotación.

Proporciona una imagen clara de la situación de la empresa y otros aspectos financieros.

OBJETIVOS

Para conocerla situación financiera de la empresa, lo que le permitirá prever, analizar, planear y controlar hechos futuros que en una u otra forma le puedan afectar.

Para controlar los bienes, recursos, obligaciones, deudas y demás aspectos monetarios de la empresa de una manera eficiente.

Para tomar decisiones acertadas y alcanzar las metas preestablecidas por la empresa.

Para administrar eficiente y oportuna de la empresa.

Para el desarrollo integral de la empresa.

CLASIFICACIÓN

Contabilidad financiera. Es el conjunto de principios y mecanismos técnicos aplicables para registrar, clasificar, resumir y presentar sistemática y estructuralmente información cuantitativa expresada en unidades monetarias, de las operaciones que realiza una empresa, orientando a terceros relacionada con la misma. Contabilidad de costos. Es la rama de la contabilidad que tiene por objeto registrar, clasificar,

resumir, y presentar operaciones que realiza una empresa, para conocer lo que cuesta producir y distribuir un producto o servicio, a fin de facilitar a usuarios internos la toma acertada de decisiones. Contabilidad fiscal. Tiene por objeto presentar información orientada a dar cumplimiento a las obligaciones tributarias de la empresa.

Contabilidad administrativa. Sistema de información para usuarios internos, destinada a la toma acertada de decisiones.

SISTEMA DE LA CONTABILIDAD

Sistema por partida simple. Sistema de contabilidad basado en operaciones matemáticas de suma y resta, es decir, todas las operaciones de cualquier empresa se registra en simples listas de acumulación, tal es el caso, de anotaciones de ingresos y egresos. Sistema por partida doble. Sistema basado en el principio de dualidad económica (antes denominado principio de la partida doble) que tiene el antecedente científico del principio de la causalidad (causa y efecto; acción y reacción).

SISTEMA DE REGISTRO

La contabilidad registra las operaciones en libros u de primera anotación denominados diario; ahora bien, el diario general tradicional a través del tiempo y del espacio, ha sufrido evoluciones, modificaciones y variaciones. □

Aumentando columnas (sistemas tabulares).

Aumentando o dividiéndose en varios diarios (sistema centralizador).

Registrándose las operaciones en tarjetas perforadas, cintas, y discos magnéticos (sistemas mecánicos y electromagnéticos, por computadoras).

CONTROL INTERNO DE CUENTAS POR COBRAR

CLIENTES:

Designa a aquellas personas físicas o jurídicas que compran bienes y servicios que habitualmente son objeto de venta o prestación por parte de la empresa.

CUENTAS POR COBRAR: Son derechos legítimamente adquiridos por la empresa que, llegado el momento de ejecutar o ejercer ese derecho, recibirá a cambio efectivo o cualquier otra clase de bienes y servicios. Atendiendo a su origen, las cuentas por cobrar pueden ser clasificadas en: Provenientes de ventas de bienes o servicios y No provenientes de venta de bienes o servicios Control Interno:

Separación de Funciones

Depuración de Clientes

Control sobre Cobros Para fines de control interno deben separarse cuatro funciones:

Aprobación del Crédito

Ventas

Contabilización

Cobro

Las cuentas por cobrar sirven como cuenta control en el libro Mayor. Tiene las sub cuentas que son cada cuenta individual de los clientes. Otras Cuentas por Cobrar están formadas por cuentas por cobrar empleados y funcionarios. También se pueden incluir los intereses acumulados por cobrar, impuestos por cobrar. Por lo general, estas son a largo plazo, pues su vencimiento es mayor a un año. No obstante tienen una parte circulante, que vence cada año.

En las empresas que venden a crédito se corre el riesgo de contraer partidas de dudoso cobro o cuentas incobrables. Estas cuentas constituyen una pérdida o un gasto para las empresas.

Clasificación de las cuentas por cobrar:

Las cuentas por cobrar pueden clasificarse como de exigencia inmediata: Corto plazo y a largo plazo.

Corto plazo: Aquellas cuya disponibilidad es inmediata dentro de un plazo no mayor de un año. Largo plazo: Su disponibilidad es a más de un año. Las cuentas por cobrar a corto plazo, deben presentarse en el Estado de Situación Financiera como activo corriente y las cuentas por cobrar a largo plazo deben presentarse fuera del activo corriente.

Auditoría de las cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar representan los activos adquiridos por la empresa proveniente de las operaciones comerciales de ventas de bienes o servicios. Por lo tanto, la empresa debe registrar de una manera adecuada todos los movimientos referidos a estas cuentas, ya que constituyen parte de su activo, y sobre todo debe controlar que éstos no pierdan su formalidad para convertirse en dinero. De ahí la importancia de controlar y de auditar las “Cuentas por Cobrar” el auditor establece los objetivos y procedimientos para realizar el

Examen previsto en la planeación de la auditoría a estas cuentas. Las Cuentas por Cobrar constituyen una función dentro del ciclo de ingresos que se encarga de llevar el control de las deudas de clientes y deudores para reportarlas al departamento que corresponda.

Objetivos de la auditoría de cuentas por cobrar

Comprobar si las cuentas por cobrar son auténticas y si tienen origen en operaciones de ventas.

Comprobar si los valores registrados son realizables en forma efectiva (cobrables en pesos).

Comprobar si estos valores corresponden a transacciones y si no existen devoluciones descuentos o cualquier otro elemento que deba considerarse.

Comprobar si hay una valuación permanente

Respecto de intereses y reajustes- del monto de las cuentas por cobrar para efectos del balance.

Verificar la existencia de deudores incobrables y su método de cálculo contable.

Procedimientos de la auditoría de cuentas por cobrar

Respecto al Control Interno

El análisis de crédito se dedica a la recopilación y evaluación de información de crédito de los solicitantes para determinar si estos están a la altura de los estándares de crédito de la empresa.

Verificar la existencia y aplicación de una política para el manejo de las cuentas por cobrar.

Determinar la eficiencia de la política para el manejo de las cuentas por cobrar.

Verificar que los soportes de las cuentas por cobrar se encuentren en orden y de acuerdo a las disposiciones legales.

Observar si los movimientos en las cuentas por cobrar se registran adecuadamente.

Procedimientos:

Verificar físicamente junto con la persona responsable de las cuentas por cobrar los documentos que respalden los documentos por cobrar.

Comprobar físicamente la existencia de títulos, cheques, letras y documentos por cobrar e investigar cualquier irregularidad

Comparar el resultado de la comprobación física con el mayor de Inversiones en Empresas Relacionadas.

Verificar que los datos de los deudores sean correctos, nombre, RUC, domicilio particular y laboral, etc.

Comprobar la validez de los documentos, es decir, que los documentos estén legalizados con firma, timbre y estampillas, ante Notario.

Examinar las facturas de clientes, así como otros documentos justificativos de las cuentas por cobrar.

Analizar esta partida y conciliar su saldo con el mayor de Clientes, Documentos por Cobrar, Deudores Varios y Documentos y Cuentas por cobrar a empresas relacionadas.

DOCUMENTOS POR COBRAR

Los documentos por cobrar son cuentas por cobrar documentadas a través de letras, pagarés u otros documentos, proveniente exclusivamente de las operaciones comerciales. Esta cuenta debe mostrarse rebajada de las estimaciones de deudores incobrables por este concepto y por los intereses no devengados por la sociedad Los Documentos por Cobrar son cantidades que adeudan los clientes y para las cuales se generó por escrito un instrumento de crédito formal. Al firmar un documento, el deudor reconoce la deuda y acepta pagarla en las condiciones especificadas. Por lo que un documento tiene mayor fuerza legal.

Control Interno: Separación de Funciones

Depuración de Clientes

Control sobre Cobros Para fines de control interno deben separarse cuatro funciones:

Aprobación del Crédito

Ventas

Contabilización

Cobro

DEUDORES DIVERSOS

Corresponde a todas aquellas cuentas por cobrar que no provengan de las operaciones comerciales de la empresa, tales como cuentas corrientes del personal o deudores de ventas de activos fijos. La estimación de deudores varios incobrables debe ser rebajada para su presentación en el balance.

En auditoría se manejan boletines los cuales indican los objetivos que se deben aplicar en cada uno de los rubros o cuentas para llevar un buen manejo y control, también estos sirven para realizar una buena revisión y obtener un diagnóstico y en base a eso tomar la decisión indicada para la entidad.

Boletín 5110 Ingresos y cuentas por cobrar

Generalidades

Las cuentas por cobrar se constituyen por todos los derechos exigibles de cobro originados por ventas, servicios prestados, otorgamiento de préstamos o cualquier otro concepto análogo. Los ingresos, se definen como el incremento bruto de activos o disminución de pasivos experimentado por una entidad, con efecto en su utilidad neta, durante un periodo contable, como resultado de las operaciones que constituyen sus actividades primarias o normales.

Alcance y limitaciones

Los aspectos fundamentales, se refieren básicamente a empresas industriales y comerciales, y no contemplan aquellos procedimientos de auditoría particulares que podrían ser requeridos, en ciertos casos, en empresas con características peculiares, tales como ciertas entidades de servicios, constructoras, extractivas, instituciones de crédito de seguros, etcétera.

Objetivo

Es establecer los procedimientos de auditoría recomendados para el examen de los rubros de ingresos y cuentas por cobrar, en forma específica en cuanto a su naturaleza, oportunidad y alcance, tomando en cuenta las condiciones y características de cada empresa.

Objetivos de auditoría

Los objetivos de los procedimientos de auditoría relativos a ingresos y cuentas por cobrar, son los siguientes:

Comprobar la autenticidad de los ingresos y cuentas por cobrar, así como de los descuentos y devoluciones.

Comprobar la evaluación de las cuentas por cobrar incluyendo el registro de las para cuentas de dudosa recuperación, descuentos y devoluciones, reclamaciones por productos defectuosos, etcétera.

Determinar los gravámenes y contingencias que pudieran existir, considerando que las empresas realicen operaciones financieras en las que se involucren las cuentas por cobrar, de las que se derivan obligaciones contingentes para la propia empresa y/o que limitan la disposición de las mismas, como es el caso del descuento de documentos, la cesión de adeudos, la obtención de préstamos con garantía de las cuentas por cobrar, etcétera

Verificar que estén registrados en la contabilidad, comprobando que éstos correspondan a transacciones y eventos efectivamente realizados durante el periodo, y que se hayan determinado en forma razonable y consistente

Comprobar la adecuada presentación y revelación en los estados financieros.

RUBRO DE DEUDORES DIVERSOS

Los deudores diversos son parte de las cuentas por cobrar, es decir, son los créditos a favor de la empresa, documentados o en cuenta corriente, provenientes de ventas de mercancías o servicios (clientes), de préstamos a empleados o pagos por cuenta de terceros (deudores diversos), anticipos a proveedores y otros; representa derechos recuperables en efectivo. Cuando se tengan elementos para reconocer que una cuenta de deudores diversos no podrá ser cobrada, parcial o totalmente, debe admitirse este hecho y proceder a su castigo, utilizando una cuenta de "estimación para castigos de cuentas por cobrar" que se presenta en el balance general disminuyendo, precisamente, el saldo de las cuentas por cobrar.

OBJETIVOS DE AUDITORIA

Verificar su existencia. Es decir, la materialidad del documento que ampare el derecho de cobro.

Verificar la autenticidad del derecho de cobro. Esto es, verificar que el adeudo es un derecho real a favor de la empresa.

Verificar su valuación y probabilidad de cobro. Determinar que las cifras que se muestran como deudores diversos, además de representar un derecho real, son recuperables en ese importe o, en su caso, si debiera registrarse una estimación para castigo por incobrabilidad.

Determinar limitaciones del derecho de cobro. Es decir, definir la probable existencia de algún compromiso por el cual la empresa no pueda exigir ampliamente el cobro del derecho que representa.

Cuidar su presentación adecuada en los estados financieros. Examinar si la cuenta deudores diversos está correctamente clasificado en atención al origen y en atención al plazo.

Examinar los riesgos inherentes, entre ellos los de fraude.

Determinar si el deudor tiene derecho sobre las cuentas por cobrar registradas.

Verificar la veracidad administrativa de los registros y cédulas de reporte de la cuenta de deudores diversos.

OBJETIVO DEL CONTROL INTERNO PARA DEUDORES DIVERSOS

Separación de labores de las personas que afectan los auxiliares, de quienes reciben cobros y/o realizan ventas.

Establecimiento de límites de crédito y designación de funcionarios autorizados para otorgarlos.

Existencia de políticas para el otorgamiento de bonificaciones y descuentos.

Requerimiento de autorización especial para la cancelación de cuentas incobrables.

Conexión periódica de los saldos individuales contra el Mayor.

Envíos regulares de estados de cuenta y existencia de un departamento de aclaración de diferencias.

Formulación de relaciones de las cuentas por cobrar clasificadas por antigüedad y estudios periódicos de la recuperabilidad de los saldos vencidos.

Investigación periódica de saldos rojos (aparentes cobros en exceso).

Arqueos periódicos de facturas, contra recibos y documentos pendientes de cobro.

2.3 Marco conceptual

El Control Interno

Definiciones

La Contraloría de la República, precisa que; El Control Interno es un proceso integral efectuado por el titular, funcionario y servidores de una entidad, diseñado para enfrentar los riesgos y para dar seguridad razonable de que, en la consecución de la misión de la entidad, se alcanzaran los objetivos de la misma, es decir, es la gestión misma orientada a minimizar los riesgos.

El Diccionario de la Real Academia define el control como la acción y efecto de comprobar, inspeccionar, fiscalizar o intervenir. Por su parte, WordReference, establece que el control implica comprobar e inspeccionar una cosa (ejem. control de calidad, sanidad, etc.), tener dominio o autoridad sobre alguna cosa (ejem. perder el control del coche) o limitar o verificar una cosa (ejem. control de gastos, control de velocidad, etc.). A nivel académico, respecto de los estudios del ciclo gerencial y sus funciones, el control se define como “la medición y corrección del desempeño a fin de garantizar que se han cumplido los objetivos de la entidad y los planes ideados para alcanzarlos” 1. En la misma línea, el control como actividad de la administración “es el proceso que consiste en supervisar las actividades para garantizar que se realicen según lo planeado y corregir cualquier desviación significativa”.

Tipos de Control:

Existen dos tipos de control: el externo y el interno.

a. Control Externo es el conjunto de políticas, normas, métodos y procedimientos técnicos; y es aplicado por la Contraloría General de la República u otro órgano del Sistema Nacional de Control.

b. El Control Interno es un proceso integral de gestión efectuado por el titular, funcionarios y servidores de una entidad, diseñado para enfrentar los riesgos en las operaciones de la gestión y para dar seguridad razonable de que, en la consecución de la misión de la entidad, se alcanzaran los objetivos de la misma, es decir, es la gestión misma orientada a minimizar los riesgos.

Términos relacionados a Control Interno:

ACCIÓN CORRECTIVA: Las acciones implementadas por la administración de una organización para eliminar o disminuir la probabilidad de ocurrencia de un riesgo potencial, basadas en las recomendaciones de una auditoría o acción de control.

ACTIVIDAD DE AUDITORÍA INTERNA Y DE GESTIÓN: Un departamento, división, equipo de consultores, u otro/s practicante/s que proporciona/n servicios independientes y objetivos de aseguramiento y consulta, concebidos para agregar valor y mejorar las operaciones de una organización. La actividad de auditoría interna ayuda a una organización a cumplir sus objetivos, aportando un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar y mejorar la eficacia de los procesos de gestión de riesgos, control y gobierno corporativo.

AUTOEVALUACIÓN DE CONTROLES (CONTROL SELF-ASSESSMENT): Una metodología de control moderno, mediante la cual los individuos asumen un compromiso basado en su iniciativa sistemática para lograr los resultados esperados de su propia gestión y sirve para evaluar la fuerza y la debilidad de los riesgos y los

controles versus una Estructura de Control. La "auto evaluación" se refiere a la participación de la dirección y el personal en el proceso de la evaluación, muchas veces ayudados por los auditores internos. Los métodos CSA pueden incluir talleres, seminarios, grupos de enfoque, entrevistas estructuradas y cuestionarios de encuesta.

CONTROL: Función del sistema de dirección por medio del cual una entidad busca mantener su funcionamiento dentro de ciertos límites mitigando los riesgos. La dirección planifica, organiza y dirige la realización de las acciones suficientes para proporcionar una seguridad razonable de que se alcanzarán los objetivos y metas establecidas.

CONTROL ADECUADO: Es el que está presente si la dirección ha planificado y organizado (diseñado) las operaciones de manera tal que proporcionen un aseguramiento razonable de que los objetivos y metas de la organización serán alcanzados de forma eficiente y económica.

CONTROL CLAVE EXISTENTE: Todas las medidas claves que toma la administración con la finalidad de evitar la ocurrencia de un riesgo potencial, es decir, mitigar la ocurrencia del riesgo y aumentar la probabilidad de alcanzar los objetivos y metas establecidos. La dirección debe diseñar controles gerenciales, que le permitan monitorear los diversos procesos, para asegurar el logro de objetivos y metas.

CONTROL INTERNO: El conjunto del sistema de controles financieros y de otro tipo, incluidos la estructura organizativa, los métodos, procedimientos y la auditoría interna establecidos por la dirección, en el marco de sus objetivos organizacionales a fin de dirigir la actividad de la entidad de manera eficaz, eficiente y económica, garantizando así el cumplimiento de las políticas de la dirección, salvaguardando los

diversos recursos, propiciando una seguridad razonable de la exactitud e integridad de los registros contables y elaborando información financiera y de gestión oportuna y fiable.

COSO: Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (Comité de Organizaciones Patrocinadores de la Comisión Treadway). Organización que formuló un sistema de controles internos o estructura de control denominado Marco Integrado de Control Interno, COSO I.

Definición de control interno, según COSO: El control interno es un proceso efectuado por la dirección y el resto del personal de una entidad, diseñado con el objeto de proporcionar un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de objetivos dentro de las siguientes categorías: Eficacia y eficiencia de las operaciones. Confiabilidad de la información financiera. Cumplimiento de las leyes, reglamentos y normas que sean aplicables.

CRITERIOS DE RIESGO: Son reglas de decisión mediante las cuales se evalúa la gravedad de los riesgos para determinar si se recomiendan acciones de tratamiento para ellos. Los criterios de riesgos pueden incluir costos y beneficios asociados, requerimientos legales y estatutarios, aspectos socioeconómicos y ambientales, prioridades y otros aspectos para la evaluación.

CUMPLIMIENTO: Conformidad y adhesión a las políticas, planes, procedimientos, leyes, regulaciones, contratos y otros requerimientos.

III.- METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la investigación

La investigación utilizó el diseño No experimental transeccional descriptivo, bibliográfico y documental.

a) No experimental

Es también conocida como investigación Ex Post Facto, término que proviene del latín y significa después de ocurridos los hechos. De acuerdo con Kerlinger (1983) la investigación Ex Post Facto es un tipo de “investigación sistemática en la que el investigador no tiene control sobre las variables independientes porque ya ocurrieron los hechos o porque son intrínsecamente manipulables. En la investigación Ex Post Facto los cambios en la variable independiente ya ocurrieron y el investigador tiene que limitarse a la observación de situaciones ya existentes dada la incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos (Hernández, Fernández & Baptista (1991).

b) Transeccional

"Los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado...pueden abarcar varios grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores" (*Hernández, R. 1998 pags 186-187*). En otros términos "en los estudios transversales se estudian en un mismo momento distintos individuos, los cuales representan distintas etapas de desarrollo" (*Bisquerra, R. 1989 pag 125*).

"En un diseño transversal se plantea, como mínimo, establecer diferencias entre los distintos grupos que componen la población y relaciones entre las variables más importantes" (*León, O. 1997 pag 93*).

Este tipo de diseño es uno de los más utilizados en la investigación por encuesta. "El término transversal más que definir un diseño concreto define una estrategia que está implicada en una gran variedad de diseños, sin embargo, a pesar de esta posible diversidad, su carácter transversal les lleva a compartir ciertos supuestos, objetivos y aspectos metodológicos, que hace pertinente su tratamiento unificado (al menos dentro de la investigación por encuesta)" (*Buendía, L. 1998 pag 134*). La selección específica de los grupos de sujetos a incorporar en el estudio es otro de los elementos bajo el control del investigador que contribuye a determinar la estructura básica de estos diseños. Por medio de estos se pueden hacer estudios comparativos clasificables en dos categorías generales: " Los estudios de grupos naturales pertenecientes a un mismo entorno cultural (diseño intracultural y los estudios de comparación entre diferentes culturas o naciones (diseño transcultural)" (*op. de sit.*), a su vez, los diseños transaccionales pueden dividirse en dos: Descriptivos y correlacionales/causales. Los primeros "tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables" (*Hernández, R. 1998 pag 187*), mientras que los segundos "describen relaciones entre dos o más variables en un momento determinado. Se trata también de descripciones, pero no de variables individuales sino de sus relaciones, sean éstas puramente correlacionales o relacionales causales".

c) Descriptivo

Tipo de investigación que describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés.

Aquí los investigadores recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

d) Bibliográfico

La investigación bibliográfica constituye una excelente introducción a todos los otros tipos de investigación, además de que constituye una necesaria primera etapa de todas ellas, puesto que ésta proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes teorías, hipótesis, experimentos, resultados, instrumentos y técnicas usadas acerca del tema o problema que el investigador se propone investigar o resolver.

Para algunos autores, la investigación bibliográfica es una amplia búsqueda de información sobre una cuestión determinada, que debe realizarse de un modo sistemático, pero no analiza los problemas que esto implica.

e) Documental.

El avance de la sociedad del conocimiento está directamente relacionado con los avances científicos y tecnológicos y que solo a través del proceso de investigación documental se puede hacer un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posiciones o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudios. , esta se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos como fuentes de información. Generalmente se le identifica con el manejo de mensajes registrados en

la forma de manuscritos e impresos, por lo que se le asocia normalmente con la investigación archivística y bibliográfica.

El objetivo de la investigación documental es elaborar un marco teórico conceptual para formar un cuerpo de ideas sobre el objeto de estudio y descubrir respuestas a determinados interrogantes a través de la aplicación de procedimientos documentales. Estos procedimientos han sido desarrollados con el objeto de aumentar el grado de certeza de que la información reunida será de enteros para los integrantes que estudia y que, además, reúne las condiciones de fiabilidad y objetividad documental. Técnica documental que permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. Incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente documental a que hacen referencia.

3.2 Población y muestra:

3.2.1 Población:

La Población considerada correspondió a 10 empresas del sector imprentas.

Criterios de inclusión:

- a) Empresas formalmente constituidas
- b) Empresas ubicadas en la ciudad de Piura
- c) Empresas con actividad en el rubro.

3.2.2 Muestra

La muestra representativa correspondió a 10 empresas del sector imprentas pertenecientes a la población del sector en estudio.

Muestra representativa

N°	Razón Social
1	Grafica Norpiura E. I. R.L.
2	Gráfica Piura E.I.R.L.
3	Grafimaster E.I.R.L.
4	Impresos Gráficos Torres E.I.R.L.
5	Impresiones Multicopias E.I.R.L.
6	D.B Impresiones E.I.R.L.
7	Grafica Unión E.I.R.L
8	Camigraf del Perú E.I.R.L.
9	Impresos Gráficos Montalban
10	Imprenta Carmelita

Fuente: Imprentas de Piura

3.3 Técnicas e instrumentos

3.3.1 Técnica

Para el recojo de la información se utilizó la técnica de la revisión bibliográfica y documental.

3.3.2 Instrumento:

Para el recojo de la información se utilizó la entrevista, la encuesta y el cuestionario, el cual estuvo compuesto por 30 preguntas de tipo cerrada.

Las respuestas estuvieron condicionadas a un SI o a un NO, y redactadas de manera sencilla para fácil comprensión de los encuestados.

3.4 Operacionalización de las variables

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
<p>De los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las MYPE</p>	<p>El representante legal de una empresa es una persona que actúa en nombre de esa empresa para realizar diversos trámites. Puede asumir compromisos y tomar decisiones que serán atribuidas a la empresa como persona jurídica.</p>	<p>Edad del propietario, gerente y/o representante legal.</p>	<p>Especificar</p>
		<p>Sexo de los propietarios, gerentes y/o representante legal.</p>	<p>Especificar Masculino femenino</p>
	<p>La representación legal otorga a quien la ejerce la facultad de ocuparse de negocios, obligaciones y hasta derechos de su representado, de acuerdo con las condiciones acordadas en el momento de crearse la representación (Sunarp).</p>	<p>Grado de instrucción del propietario, gerente y/o representante legal.</p>	<p>Especificar</p>
	<p>¿Cuál es el cargo que ocupa Ud., en la empresa?</p>	<p>Especificar</p>	

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
<p align="center">De las empresas de Imprentas</p>	<p>DEFINA QUE ES UNA IMPRENTA</p> <p>Según la RAE, es el arte de imprimir, taller o lugar donde se imprime; impresión (calidad o forma de letra con que está impresa una obra).</p> <p>Es la técnica industrial que permite reproducir, en papel o materiales similares, textos y figuras mediante tipos, planchas u otros procedimientos. El proceso de impresión consiste en aplicar tinta sobre los tipos y transferirla al papel por presión.</p>	<p>Tiempo de la empresa en la actividad de impresión.</p>	<p>Especifique</p>
		<p>¿Cuenta la empresa con Licencia de funcionamiento para el servicio?</p>	<p>Nominal Sí No</p>
		<p>¿La imprenta cuenta con seguro contra accidentes, vigente?</p>	<p>Nominal : Sí No</p>
		<p>¿Cuenta la empresa con local propio?</p>	<p>Nominal : Sí No</p>
		<p>¿Cuenta la empresa con personal experimentado para el trabajo?</p>	<p>Nominal : Sí No</p>

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Control interno	El Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados – AICPA en 1949, dá la primera definición formal de Control Interno: El Control Interno incluye el plan de organización de todos los métodos y medidas de coordinación acordado dentro de una empresa para salvaguardar sus activos, verificar la corrección y confiabilidad de sus datos contables, promover la eficiencia operacional y la adhesión a las políticas gerenciales establecidas...un “sistema” de Control Interno se extiende más allá de aquellos asuntos que se relacionan directamente con las funciones de los departamentos de contabilidad y finanzas”.	¿Cuenta el personal operador de impresos con las medidas de seguridad?	Nominal: Sí No
		¿Conocen los operadores de la imprenta de los riesgos a los que están expuestos?	Nominal Sí No
		¿La empresa supervisa frecuentemente y verifica si los operadores se encuentren en óptimas condiciones para realizar su trabajo?	Nominal : Sí No
		¿Cuenta la empresa con una estructura organizacional actualizada?	Nominal : Sí No
		¿Se cancela a tiempo las remuneraciones al personal?	Nominal : Sí No

3.5 Matriz de consistencia lógica

Enunciado del Problema	Objetivo general	Objetivos específicos	Variable	Metodología
¿Cuáles son los mecanismos de control interno en las empresas del sector servicios _rubro imprentas en la Ciudad de Piura y su impacto en los resultados de gestión en el período 2016?.	Determinar los mecanismos de control interno en las empresas del sector servicios _rubro imprentas de la Ciudad de Piura y su impacto en los resultados de gestión en el período 2016.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del sector servicios _rubro imprentas en la Ciudad de Piura en el período 2016. 2. Describir las principales características en las empresas del sector servicios _rubro imprentas en la Ciudad de Piura en el período 2016. 3. Describir los mecanismos de control interno en las empresas del sector _rubro imprentas en la Ciudad de Piura en el período 2016. 4. Describir el impacto de los mecanismos de control interno en los resultados de gestión de las empresas del sector servicios _rubro imprentas en la Ciudad de Piura en el período 2016. 	Control Interno	<p>Diseño: No experimental transeccional descriptivo, bibliográfico y documental.</p> <p>Técnica. Revisión bibliográfica y documental.</p> <p>Instrumento: Encuesta y cuestionario,</p>

3.6 Plan de análisis

Los datos recolectados en la investigación se analizaron haciendo uso de la estadística descriptiva. Para la tabulación y gráfica de los resultados se utilizó los programas de Word y Excel.

3.7 Principios Éticos

Segun Cuadros (2004) los tres puntos acotados pueden percibirse, también, en la evaluación de los modos cómo se orientan las investigaciones. En el caso de los proyectos con seres humanos, debemos diferenciar las distinciones conceptuales y prácticas que se pueden presentar, en función del énfasis puesto sobre el grado de colaboración y el desarrollo de la autonomía que manifiestan las personas participantes.

Investigación en sujetos humanos: Donde lo más importante es la promoción del conocimiento y las personas son solamente medios para alcanzar este objetivo. Esto se presenta, por ejemplo, en las investigaciones farmacológicas, en las cuales los beneficios directos a las personas están asegurando la calidad y eficacia de los productos. La participación de las personas es pasiva y por lo general, se remite a informar síntomas y aceptar evaluaciones cuantitativas.

Investigación con sujetos humanos: Donde la meta del estudio es el beneficio directo, centrado en la preferencia de las personas que participan. Esto es, en el caso de la investigación diagnóstica de una nueva enfermedad o de los aspectos específicos que condicionan a una población en riesgo. También se pueden incluir en este grupo, aquellas investigaciones acerca de medios y técnicas terapéuticas.

La participación de las es activa, se valoran aspectos subjetivos de los procesos en juego.

Investigación a través de sujetos humanos: Donde el interés esta centrado en la dinámica social, los efectos socioeconómicos y en los intereses comunitarios. Los proyectos diseñadas como formas de investigaciones sociales, usan a las personas como "informantes". No hay beneficios personales acumulados por la investigación, tampoco los productos son las metas, sí los principios y estructuras sociales hacia donde se dirigen. Se requiere de participantes activos e integrados al equipo de investigación.

Un análisis interesante, que surge en torno al tema de la investigación donde participan seres humanos, es el de las relaciones entre los administradores de la investigación y los sujetos en ella involucrados. Las relaciones interpersonales pueden ser trabajadas fuera de las variables consideradas contextuales, como circunstancias, lugar, país e institución, entre muchas otras. A pesar de las pautas y declaraciones, establecidas para regular éticamente los estudios, la confianza (de la cual no se habla en las normativas) continúa siendo el principal valor de esta relación.

En la investigación de las ciencias sociales, donde el encuentro cara a cara es vital, alcanza el lugar de una variable preponderante, Participar de las expectativas y valores puede ser más relevante que la propia investigación completa. De esto, puede depender la hipótesis, los hechos y el análisis de los datos. Por ello, es necesario dar también una reflexión en torno a la calidad de la relación sujetos - equipo investigador para favorecer el éxito de los estudios. El resguardo de los aspectos

éticos en la investigación biomédica, previene al operador de la investigación, empezando por el contacto personal adecuado con los sujetos, donde se genera la confianza. En algunos casos, la confianza es desplazada hacia la institución de la ciencia o depositada en las personas en contacto más directo con los sujetos de investigación.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

4.1.1 Respecto al objetivo específico 1.

Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del sector servicios _rubro imprentas en la Ciudad de Piura en el período 2016.

TABLA 1

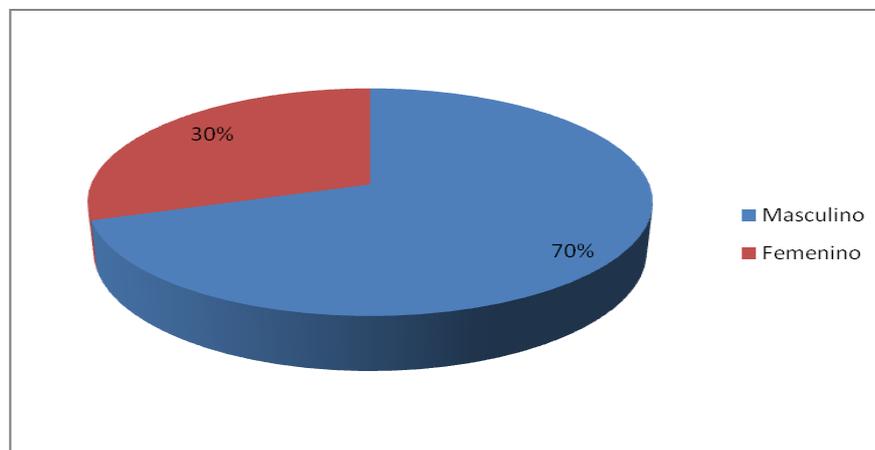
1. Del Sexo de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Masculino	7	70%
Femenino	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 1: El 70% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, son de sexo masculino y el 30% son de sexo femenino.

GRÁFICO 1



Distribución porcentual del Sexo de los encuestados.

Fuente: Tabla 1.

TABLA 2

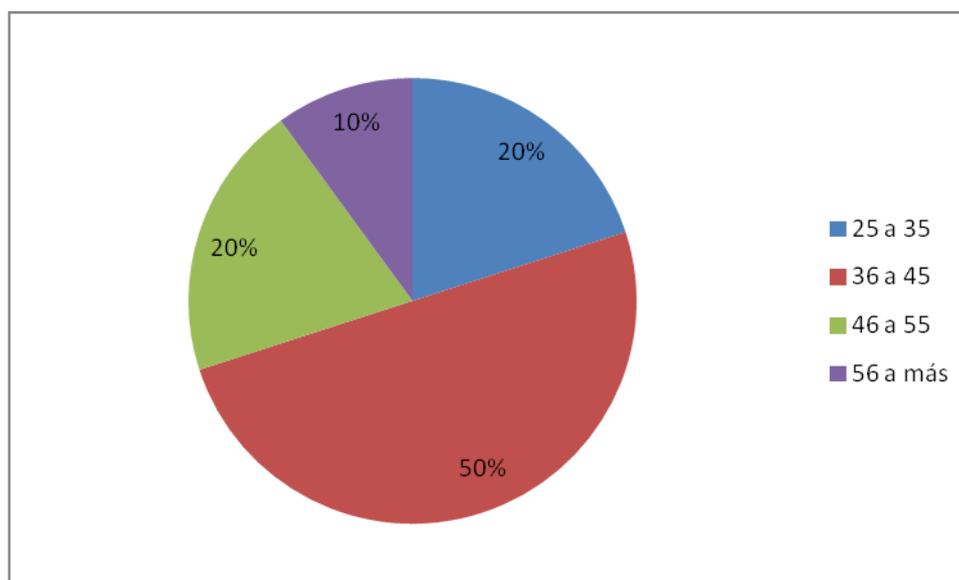
2. Edad de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
De 25 a 35 años	2	20%
De 36 a 45 años	5	50%
De 46 a 55 años	2	20%
De 56 a más	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 2: El 20% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, tienen entre 25 a 35 años, el 50% tienen entre 36 a 45 años, el 20% tienen entre 46 a 55 años y el 10% tienen de 56 años a más.

GRÁFICO 2



Distribución porcentual de la edad de los encuestados.

Fuente: Tabla 2

TABLA 3

3. Grado de instrucción del propietario, gerente y/o representante legal.

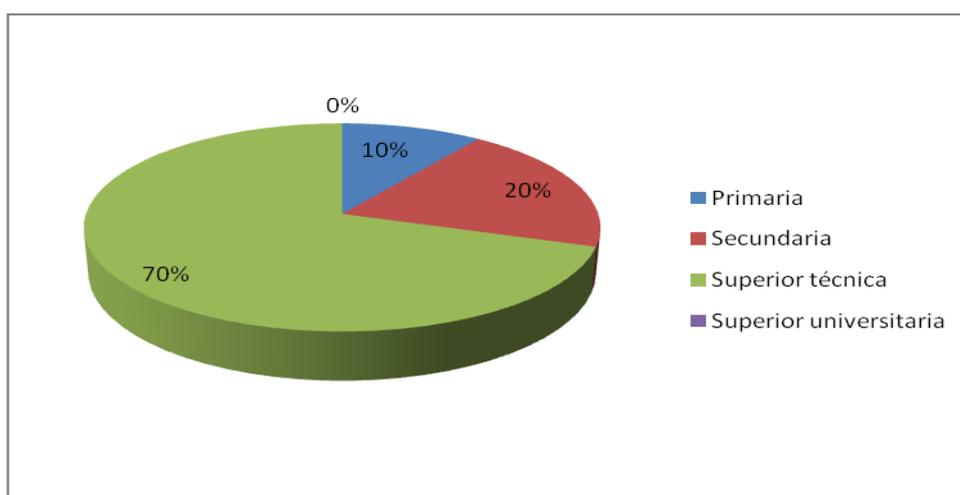
Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Primaria	1	10%
Secundaria	2	20%
Superior técnica	7	70%
Superior universitaria	0	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Fuente: Tabla 3

Según los resultados tabulados 3: El 10% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, tienen primaria completa, el 20% tienen secundaria completa y el 70% tienen superior técnica.

GRÁFICO 3



Distribución porcentual del grado de instrucción de los encuestados.

Fuente: Tabla 3

TABLA 4

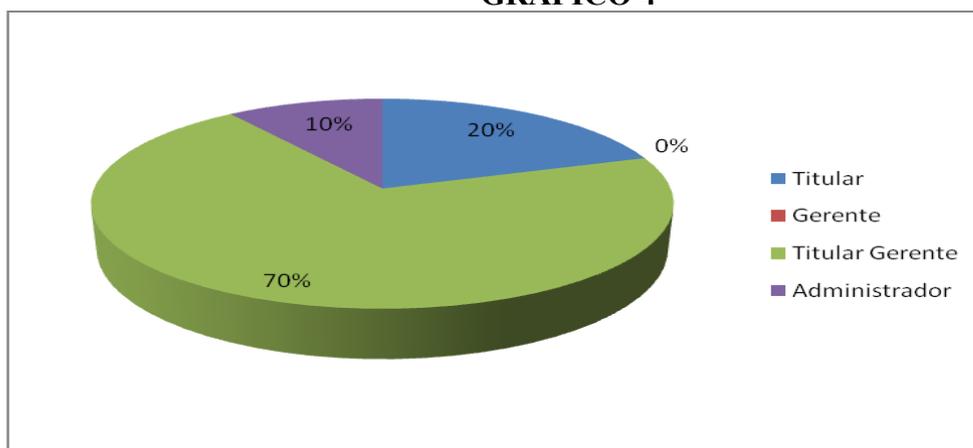
4 ¿Cuál es el cargo que ocupa Ud., en la empresa?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Titular	2	20%
Gerente	0	00%
Titular Gerente	7	70%
Administrador	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 4: El 20% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, ocupan el cargo de titulares, el 70% ocupan el cargo de titular gerente y el 10% ocupa el cargo de administrador.

GRÁFICO 4



Distribución porcentual del cargo que ocupa los encuestados.

Fuente: Tabla 4

4.1.2 Respecto al objetivo específico 2.

TABLA 5

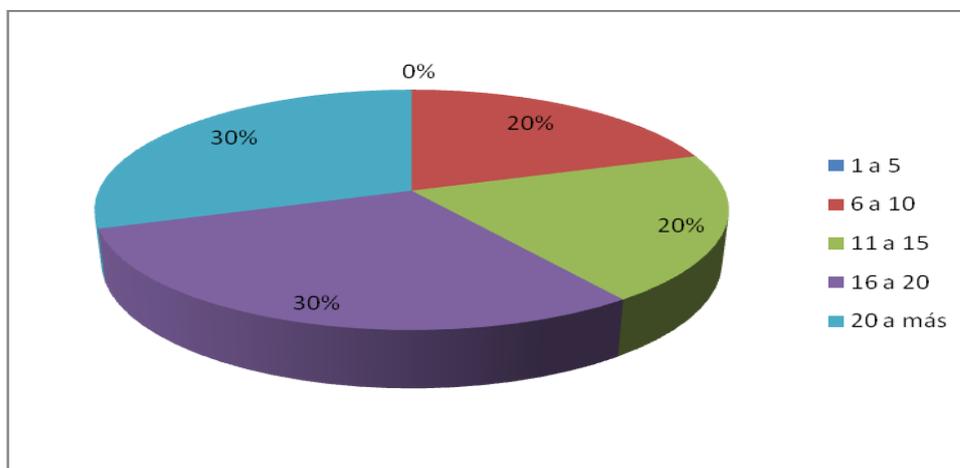
5. Tiempo de la empresa en la actividad de imprenta.

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
De 1 a 5 años	0	00%
De 6 a 10 años	2	20%
De 11 a 15 años	2	20%
De 16 a 20 años	3	30%
De 20 a más	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 5: El 20% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, tienen entre 6 a 10 años en la actividad, el 20% tiene de 11 a 15 años, el 30% tiene entre 16 a 20 años y el 30% tiene más de 20 años.

GRÁFICO 5



Distribución porcentual del tiempo que tiene en actividad la empresa a los encuestados.

Fuente: Tabla 5

TABLA 6

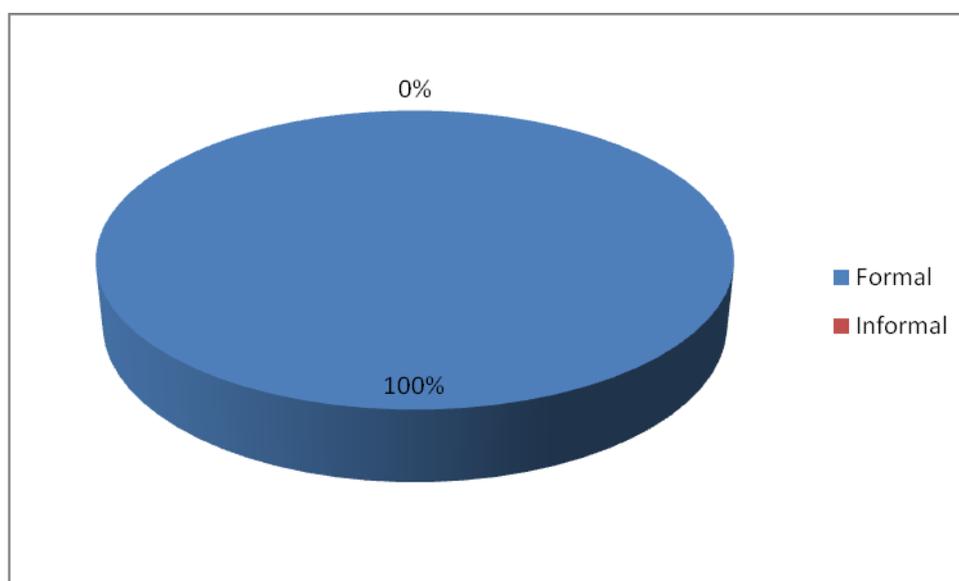
6. Su empresa es Formal o Informal

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Formal	10	100%
Informal	0	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 6: El 100% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, responde que su empresa si es formal.

GRÁFICO 6



Distribución porcentual de las empresas que son formales.

Fuente: Tabla 6

TABLA 7

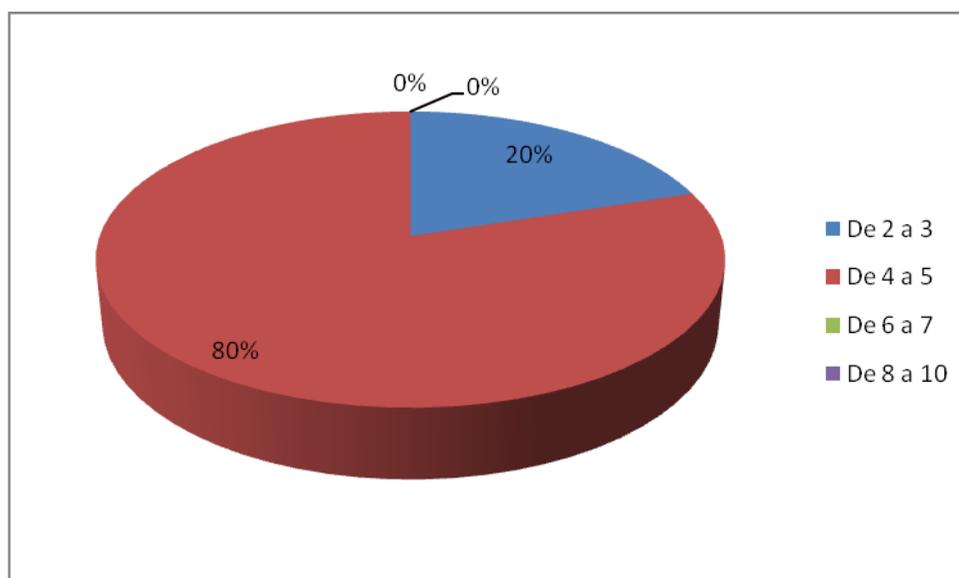
7. ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
De 2 a 3	2	20%
De 4 a 5	8	80%
De 6 a 7	0	00%
De 8 a 10	0	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 7: El 20% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, cuentan de 2 a 3 trabajadores, y el 80% cuenta de 4 a 5 trabajadores.

GRÁFICO 7



Distribución porcentual de la cantidad de trabajadores de la empresa, a los encuestados.

Fuente: Tabla 7

4.1.3 Respecto al objetivo específico 3.

TABLA 8

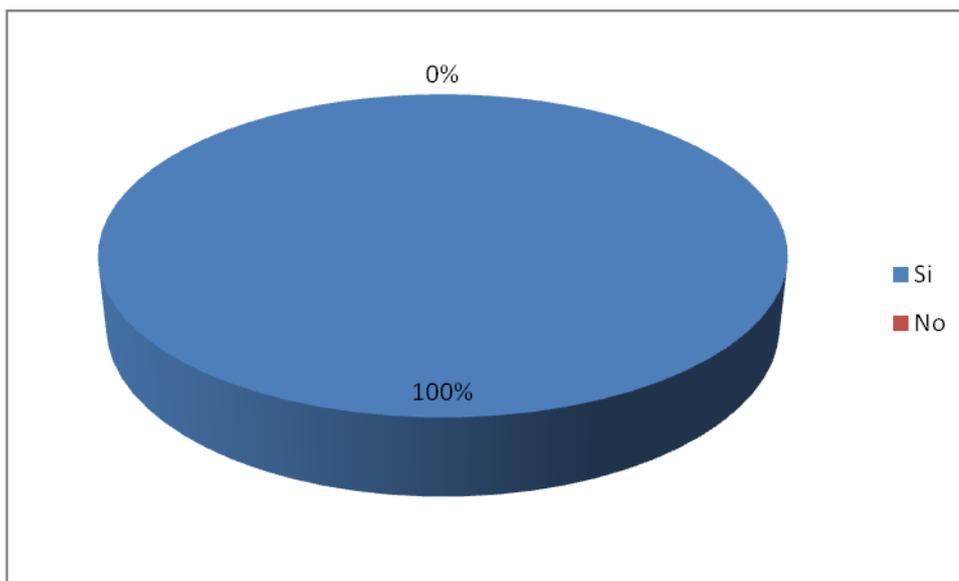
8. ¿Cuenta la empresa con Licencia de funcionamiento?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	10	100%
No	0	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 8: El 100% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, si cuentan con licencia de funcionamiento.

GRÁFICO 8



Distribución porcentual de las empresas que cuentan con lic. de funcionamiento a los encuestados.

Fuente: Tabla 8

TABLA 9

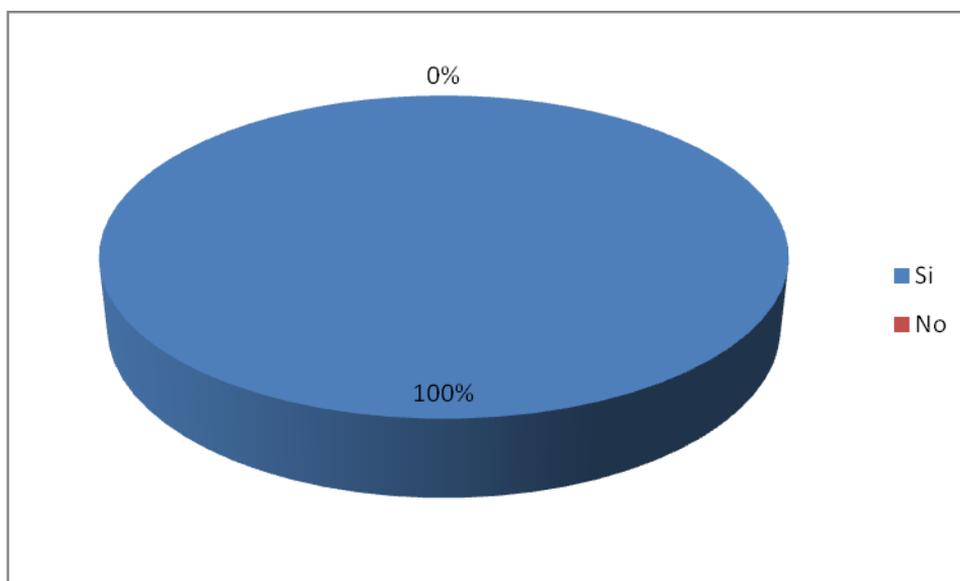
9. ¿Se cancela a tiempo las remuneraciones al personal?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	10	100%
No	0	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 9: El 100% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, si cancela a tiempo la remuneración a su personal.

GRÁFICO 9



Distribución porcentual de las empresas que pagan a tiempo la remuneración a su personal a los encuestados.

Fuente: Tabla 9

TABLA 10

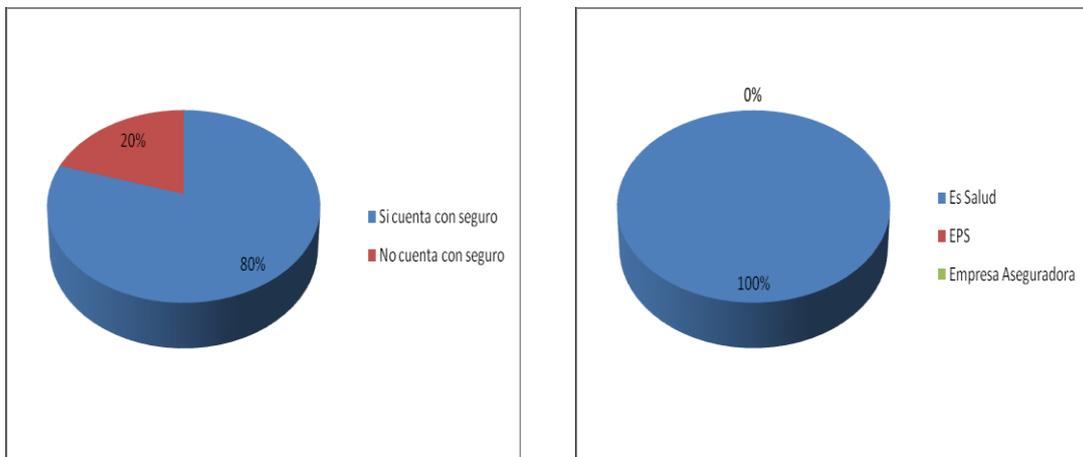
10. ¿El personal de su empresa cuenta con seguro, por posibles perjuicios ocasionados por el desempeño de su actividad?. ¿Qué tipo de seguro?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si cuenta con seguro	8	80%
No cuenta con seguro	2	20%
Total	10	100%
Tipo de Seguro:		
Es Salud	10	100%
EPS	00	00%
Empresa Aseguradora	00	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 10: El 80% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, si cuentan con seguro, el 20% no cuenta con seguro. El 100% de sus trabajadores cuenta con seguro de Es salud.

GRÁFICO 10



Distribución porcentual de las empresas que cuentan con seguro para sus trabajadores, a los encuestados.

Fuente: Tabla 10

TABLA 11

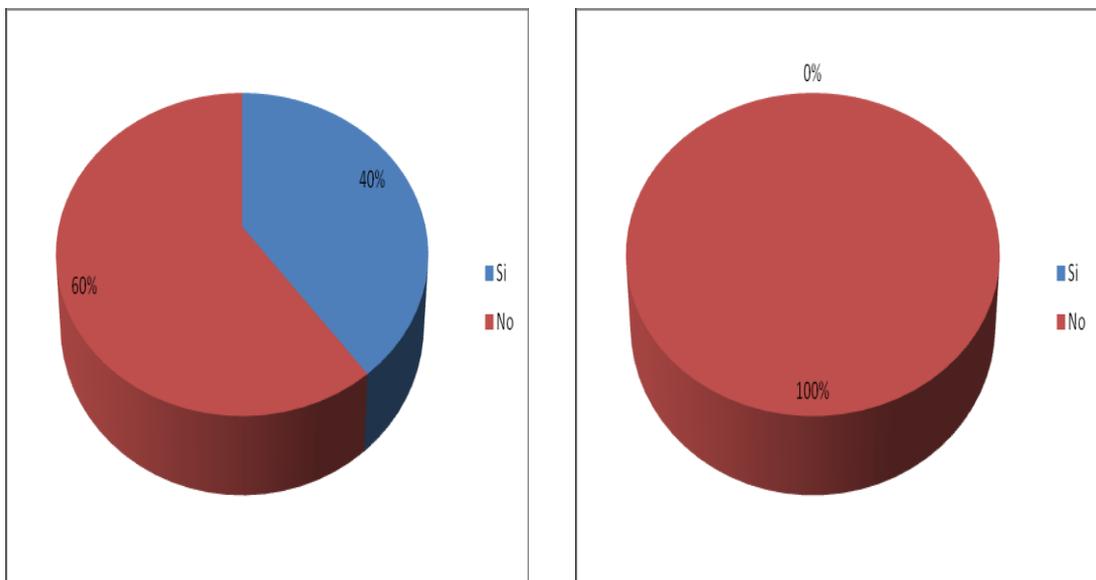
11. ¿Cuenta la empresa con local propio. Se encuentra este asegurado en caso de siniestro?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	4	40%
No	6	60%
Total	10	100%
Se encuentra asegurado en caso de siniestro:		
Si	0	00%
No	10	100%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 11: El 40% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, cuentan con local propio y el otro 60% no cuenta con local propio. El 100% no paga seguro en caso de ocurrir algún siniestro en su empresa.

GRÁFICO 11



Distribución porcentual de las empresas que cuentan con local propio a los encuestados.

.Fuente: Tabla 11

TABLA 12

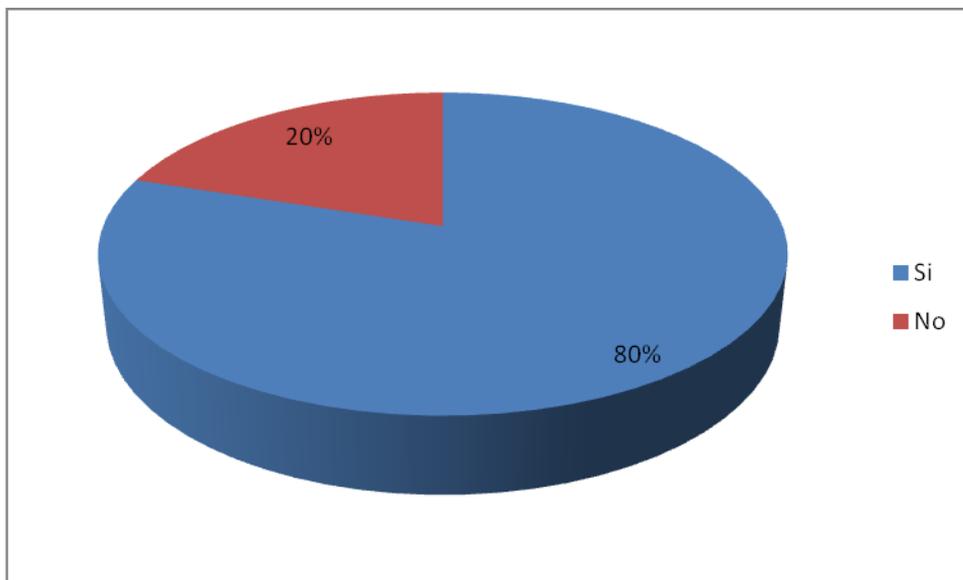
12. ¿El personal que labora en su empresa, cuenta con un contrato de trabajo escrito o verbal, en la cual se informe de sus funciones dentro de él?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	80	80%
No	20	20%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 12: El 80% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, sus trabajadores si cuentan con un contrato de trabajo escrito, el 20% no cuenta.

GRÁFICO 12



Distribución porcentual de las empresas que cuentan con personal experimentado a los encuestados.

Fuente: Tabla 12

TABLA 13

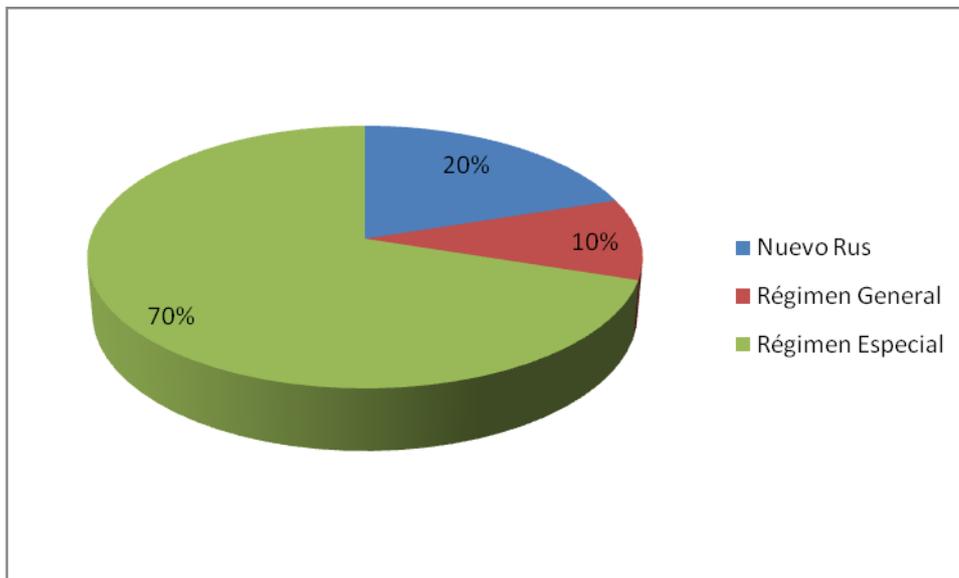
13. En que Régimen tributario se encuentra su empresa.

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Nuevo Rus	2	20%
Régimen General	1	70%
Régimen Especial	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 13: El 20% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, se encuentran en el régimen tributario del nuevo rus; el 10% se encuentran en el régimen tributario general y el 70% se encuentra en el régimen especial.

GRÁFICO 13



Distribución porcentual de las empresas que se encuentran en un régimen tributario a los encuestados.

Fuente: Tabla 13

TABLA 14

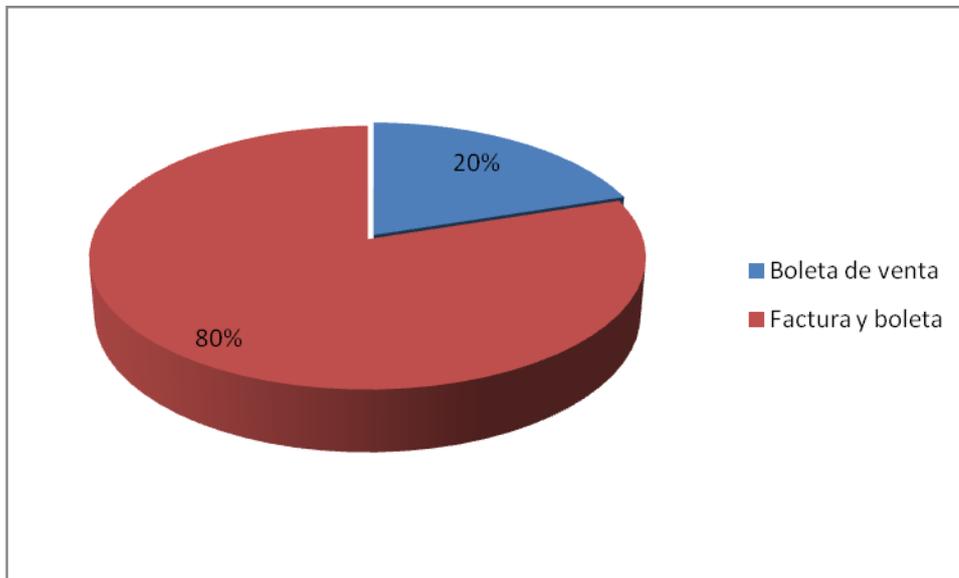
14. Qué tipo de comprobante emite su empresa.

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Boleta de venta	2	20%
Factura y boleta	8	80%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 14: El 20% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, entregan boleta de venta y el 80% puede entregar boleta o factura.

GRÁFICO 14



Distribución porcentual de las empresas que si emiten comprobante de pago a los encuestados.

Fuente: Tabla 14

TABLA 15

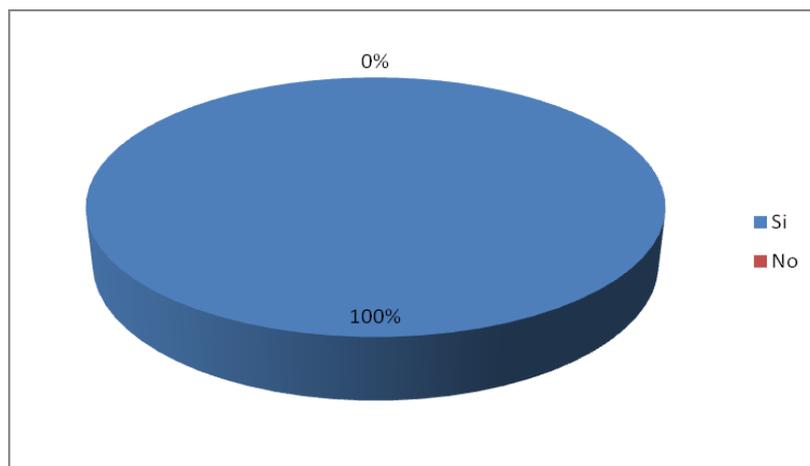
15. Su empresa se encuentra al día con sus pagos de los tributos: contribución, impuestos, tasas y/o servicios de necesidad básica.

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	10	100%
No	0	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 15: El 100% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, se encuentran al día con sus pagos de tributos: contribución, impuestos, tasas y/o servicios de necesidad básica.

GRÁFICO 15



Distribución porcentual de las empresas que si están al día en sus pagos de tributos a los encuestados.
Fuente: Tabla 15

TABLA 16

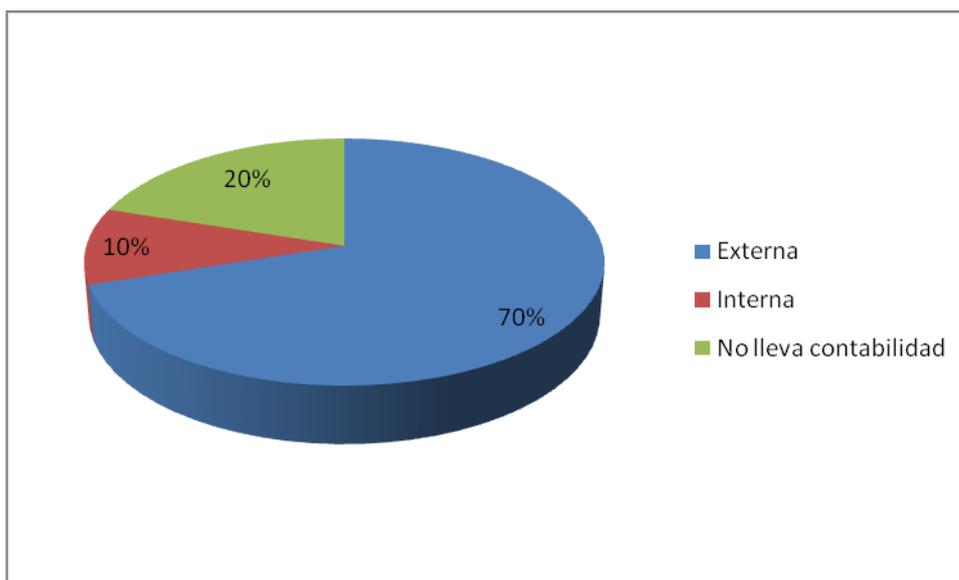
16. ¿La contabilidad de su empresa la llevan de manera externa o cuenta con un contador dentro de ella?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Externa	7	70%
Interna	1	10%
No lleva contabilidad	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 16: El 70% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, dice que su contabilidad la llevan de manera externa, el 10% cuenta con un contador dentro de la misma y el 20% no lleva contabilidad.

GRÁFICO 16



Distribución porcentual de que si la empresa cuenta con un área de contabilidad a los encuestados.

Fuente: Tabla 16

TABLA 17

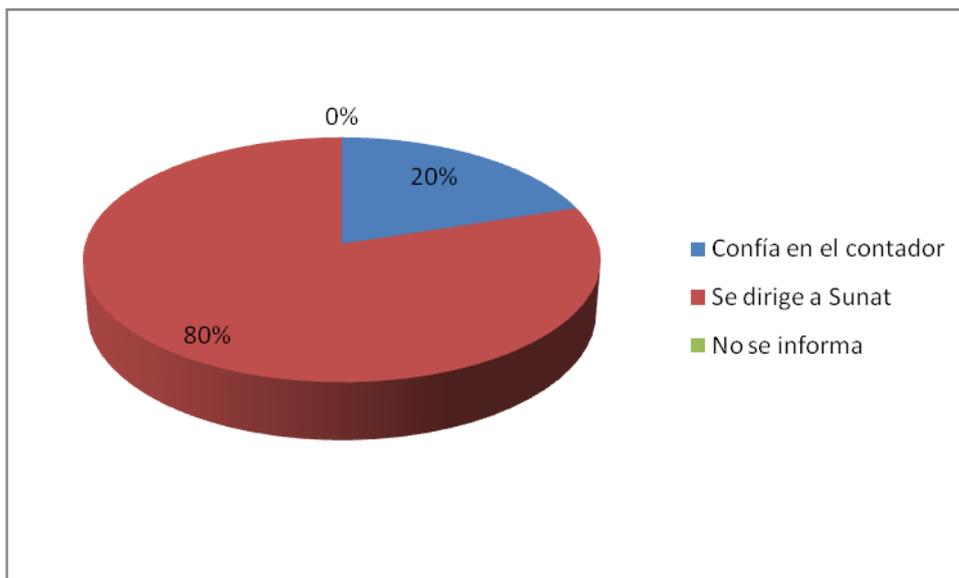
17. ¿Usted como propietario, que medidas toma para tener conocimiento si la contabilidad llevada en su empresa se hace de manera correcta?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Confía en el contador	20	20%
Se dirige a Sunat	80	80%
No se informa	00	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 17: El 20% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, dice que confía en su contador de llevar su contabilidad de manera correcta y el 80% se dirige a Sunat para informarse sobre su contabilidad.

GRÁFICO 17



Distribución porcentual de las empresas que si cuentan con medidas de seguridad a los encuestados.

Fuente: Tabla 17

TABLA 18

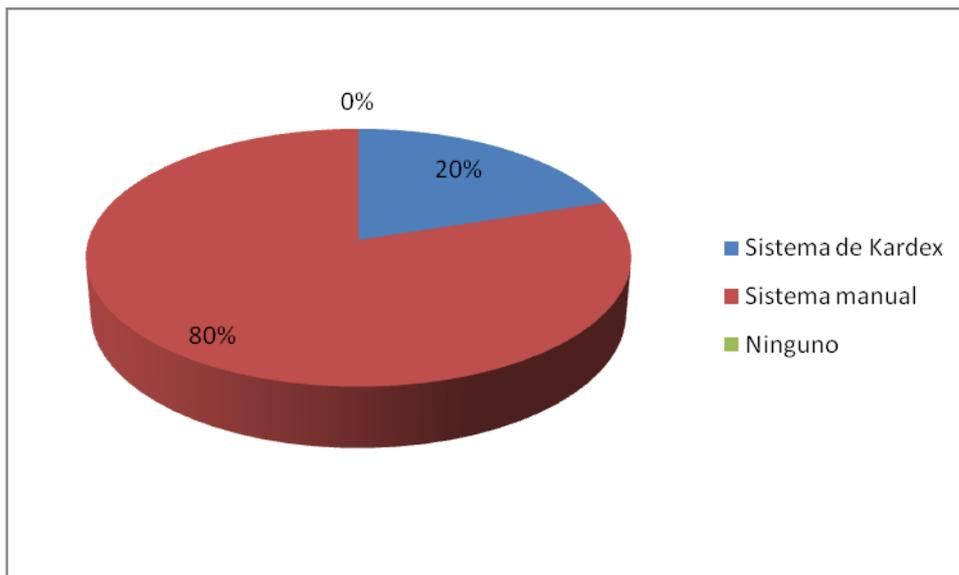
18. ¿La empresa utiliza algún sistema de control para llevar al día los registros tanto de los ingresos como los ya existentes en bodega?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Sistema de Kardex	2	20%
Sistema manual	8	80%
Ninguno	0	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 18: El 20% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, lleva un control de su inventario con un sistema de kardex y el 80% lo hace de manera manual.

GRÁFICO 18



Distribución porcentual de los operadores que conocen los riesgos a los que están expuestos a los encuestados.

Fuente: Tabla 18

TABLA 19

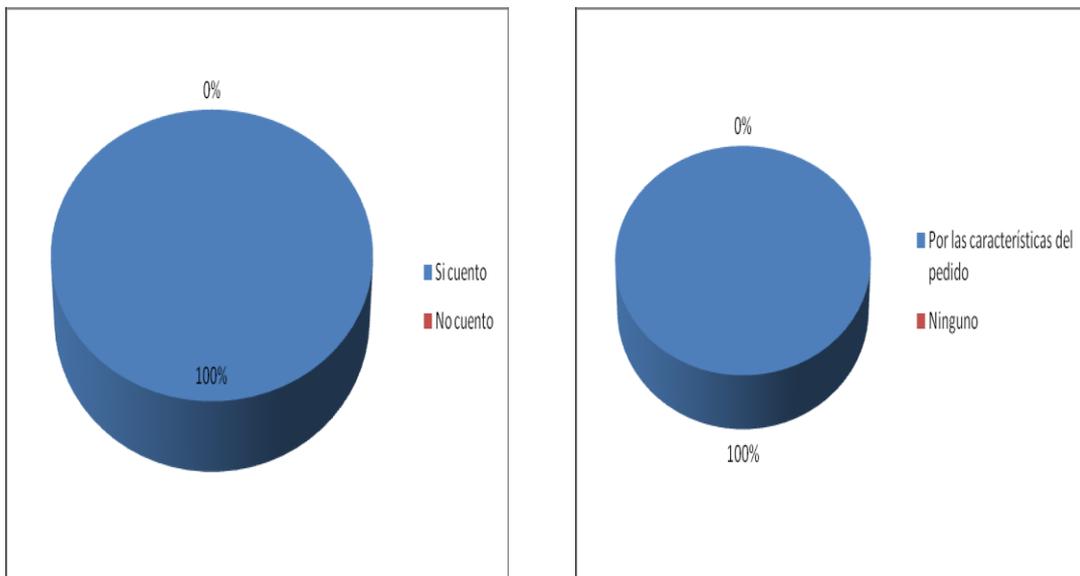
19. ¿Cuenta con un sistema de control de suministros, como es que lo controla?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si cuento	10	100%
No cuento	0	00%
Total	10	100%
Como lo controla:		
Por las características del pedido	10	100%
Ninguno	0	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 19: El 100% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, la empresa si cuenta con un sistema de control de suministros y lo hace de acuerdo a las características del pedido.

GRÁFICO 19



Distribución porcentual de las empresas que cuentan con un control de suministros a los encuestados.

Fuente: Tabla 19

TABLA 20

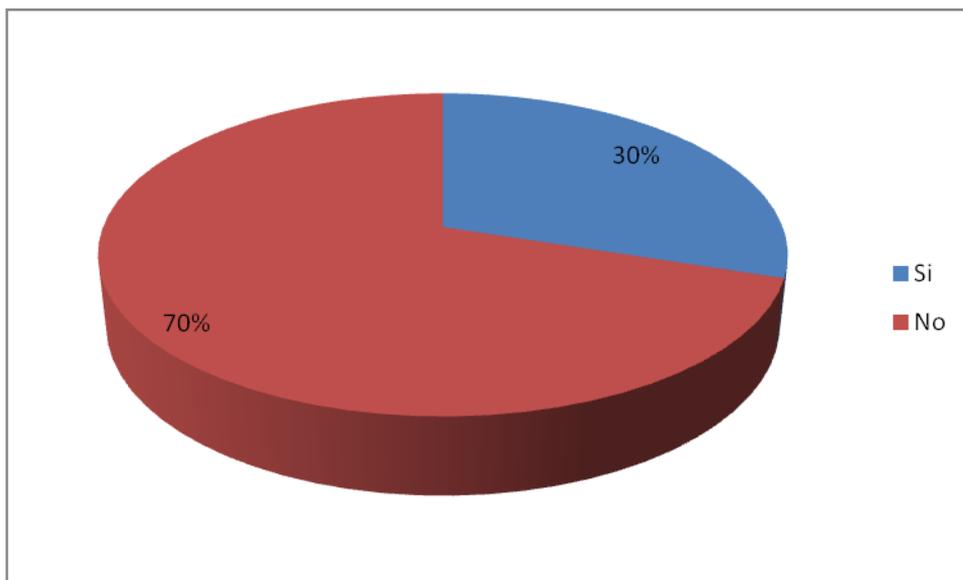
20. ¿Cuenta la empresa con una estructura organizacional actualizada?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	3	30%
No	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 20: El 30% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, si cuenta con una estructura organizacional actualizada y el 70% no cuenta con una estructura organizacional actualizada.

GRÁFICO 20



Distribución porcentual de las empresas que cuentan con una estructura organizacional actualizada a los encuestados.

Fuente: Tabla 20

4.1.4 Respecto al objetivo específico 4.

TABLA 21

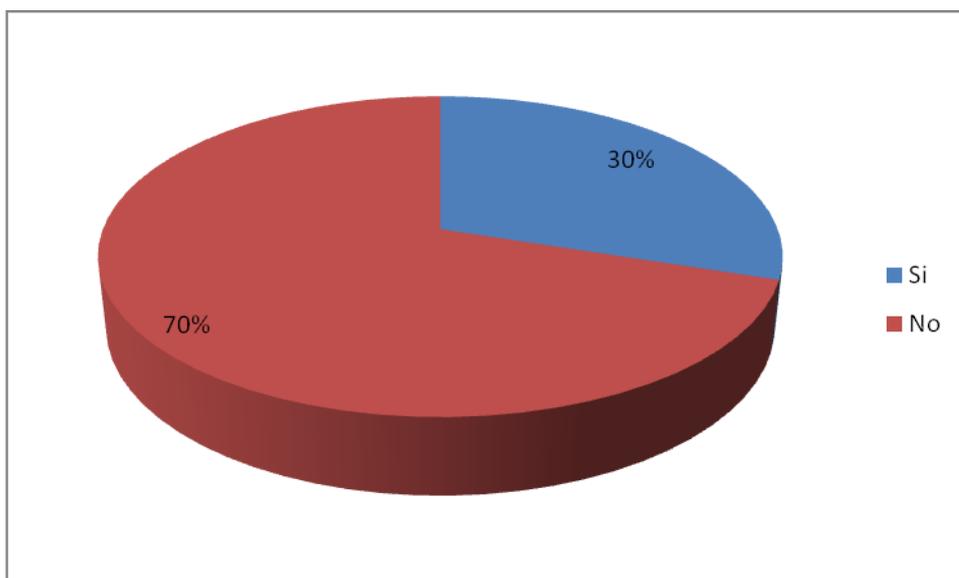
21. Su empresa cuenta con un reglamento interno de trabajo.

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	3	30%
No	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 18: El 30% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, si cuentan con un reglamento interno de trabajo y el 70% no cuenta con un reglamento interno de trabajo.

GRÁFICO 21



Distribución porcentual de las empresas que cuentan con reglamento interno a los encuestados.

Fuente: Tabla 21

TABLA 22

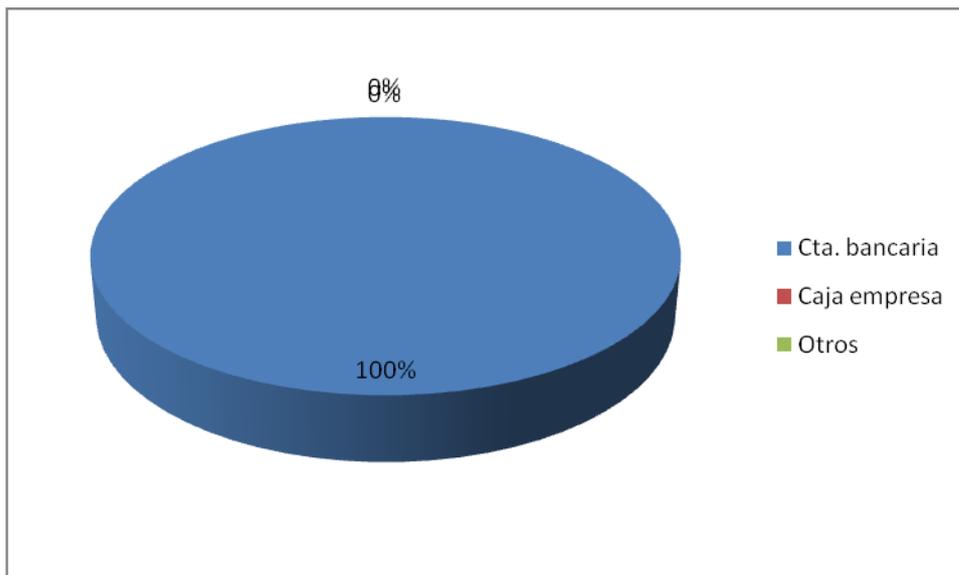
22. ¿Las cobranzas realizadas en el día se depositan a una cuenta bancaria, se guarda en caja de la misma empresa o en otro lugar?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Cta. bancaria	10	100%
Caja empresa	0	00%
Otros	0	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 22: El 100% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, el dinero recaudado en el día se depositan en ctas bancarias.

GRÁFICO 22



Distribución porcentual del dinero recaudado a diario, a los encuestados.

Fuente: Tabla 22

TABLA 23

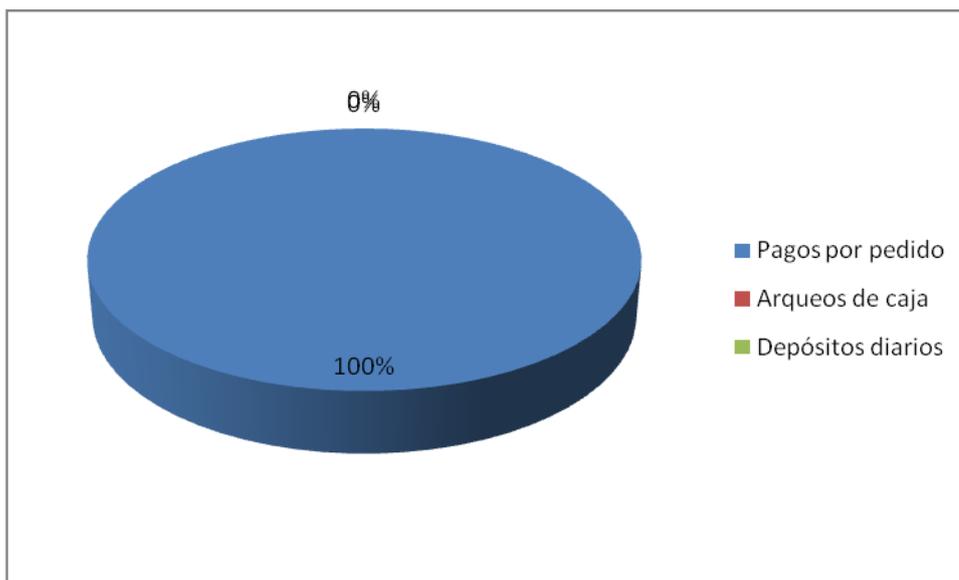
23. ¿Cómo controla la empresa a la persona que labora en caja?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Pagos por pedido	10	100%
Arqueos de caja	00	00%
Depósitos diarios	00	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 23: El 100% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, si controla a la persona que labora en caja y lo hace a través del pago de los pedidos que se requieren.

GRÁFICO 23



Distribución porcentual de las empresas que tienen control en el tipo de materia prima empleada en el proceso de impresión a los encuestados.

Fuente: Tabla 23

TABLA 24

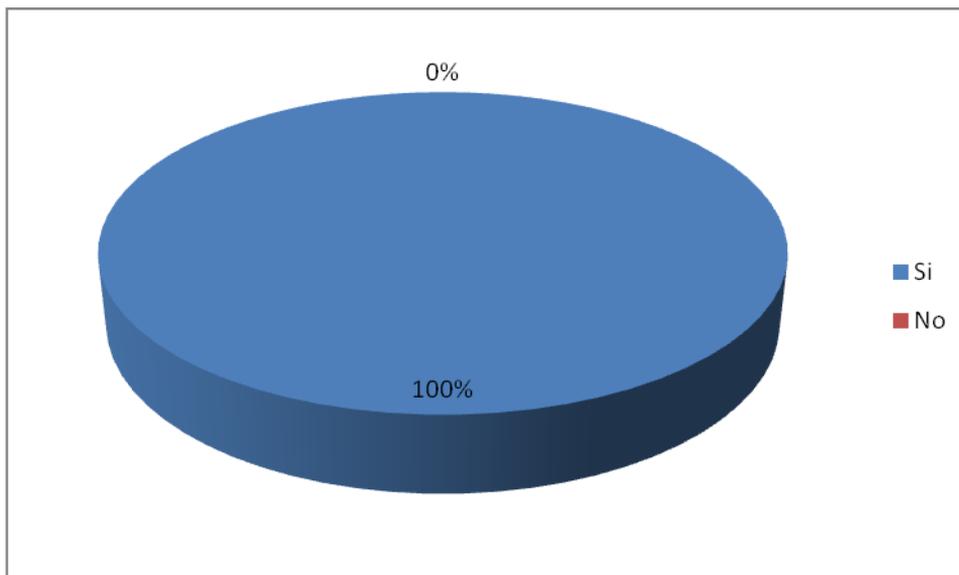
24. ¿Lleva un control de las cuentas por cobrar del porcentaje adeudado del pedido del servicio?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Contrato firmado	00	00%
Entrega del producto	2	20%
Contrato y entrega	8	80%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 24: El 20% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, dice que sus cuenta por cobrar las controlan a la entrega del producto y el 80% lo controla mediante la entrega o por el contrato firmado.

GRÁFICO 24



Distribución porcentual de las empresas que dicen que si son dignas las condiciones laborales de las personas trabajadoras que participan en las diferentes partes del proceso a los encuestados.

Fuente: Tabla 24

TABLA 25

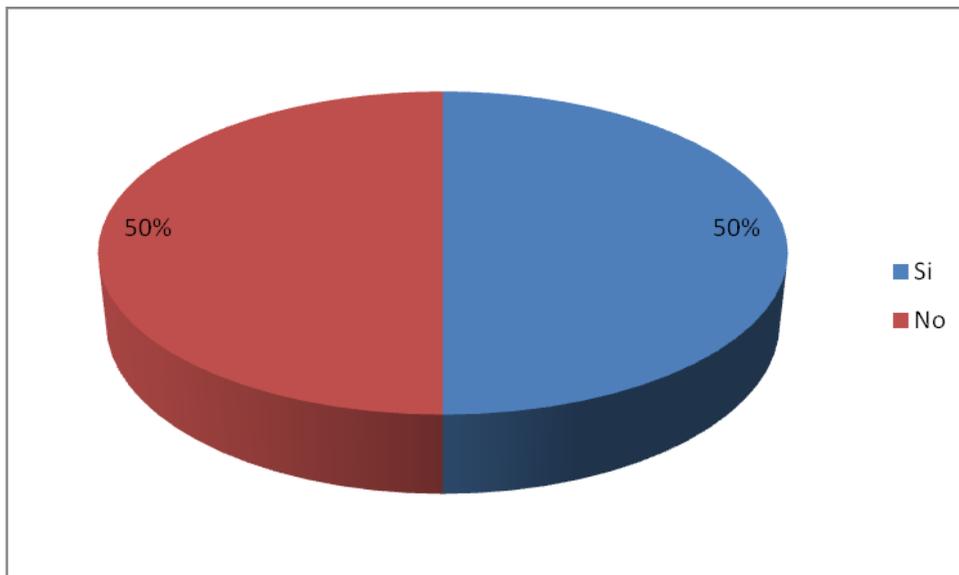
25. ¿Se capacita y se evalúa el desempeño al operador de la imprenta?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	5	50%
No	5	50%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 22: El 50% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, dice que si capacita y evalúa a sus operadores el 50% dice que no.

GRÁFICO 25



Distribución porcentual de las empresas que dicen que si capacitan y evalúan el desempeño de sus operadores a los encuestados.

Fuente: Tabla 25

TABLA 26

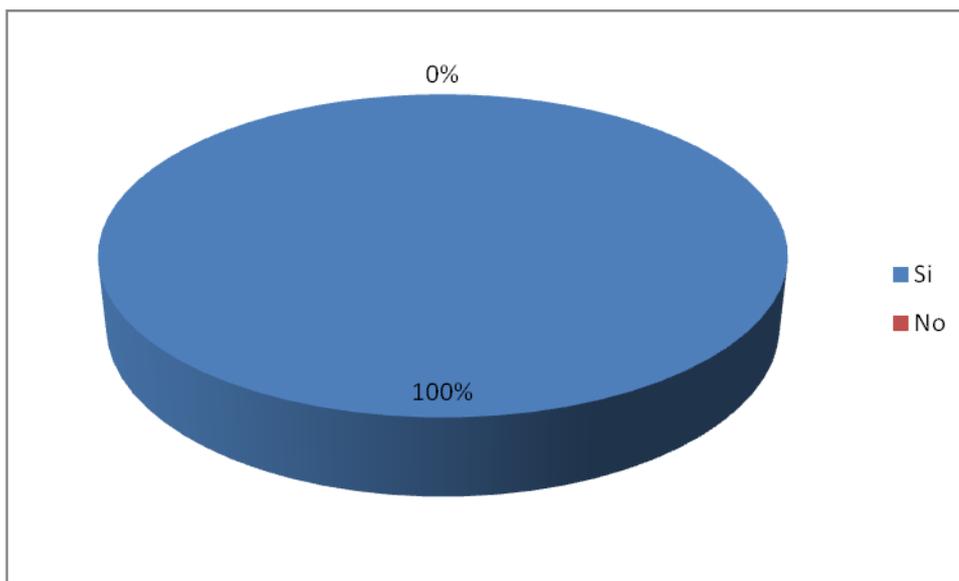
26. ¿Se supervisa el trato adecuado en la atención a los usuarios que requieren del servicio?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	10	100%
No	0	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 26: El 100% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, dice que si supervisa el trato adecuado en la atención brindada a los usuarios que requieren del servicio.

GRÁFICO 26



Distribución porcentual de las empresas que supervisan el trato adecuado en la atención brindada a los usuarios que requieren del servicio a los encuestados.

Fuente: Tabla 26

TABLA 27

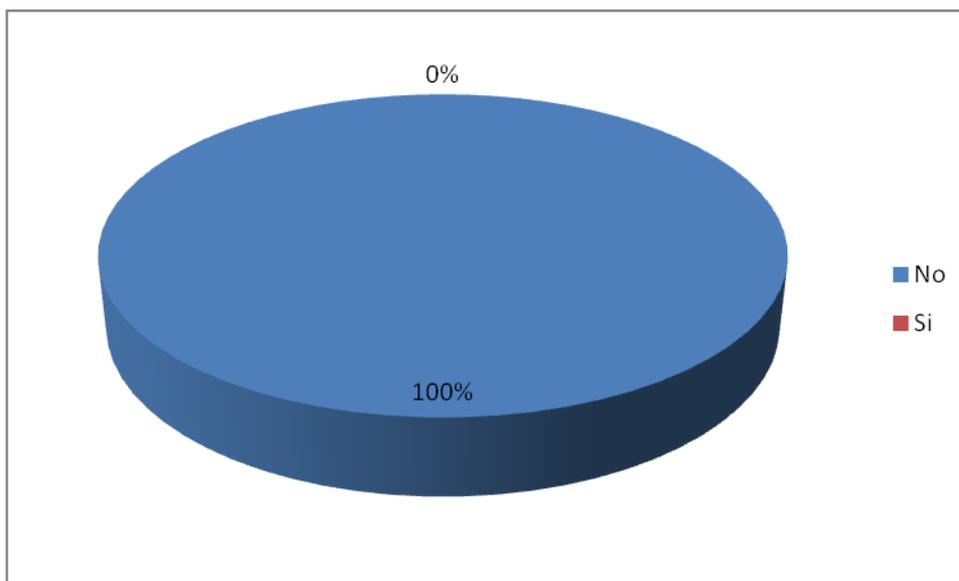
27. ¿La empresa realiza evaluaciones correspondientes al control de calidad de los servicios?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	0	00%
No	10	100%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 27: El 100% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, dice que la empresa no realiza evaluaciones correspondientes al control de calidad de los servicios.

GRÁFICO 27



Distribución porcentual de las empresas que realizan evaluaciones correspondientes al control de calidad de los servicios a los encuestados.

Fuente: Tabla 27

TABLA 28

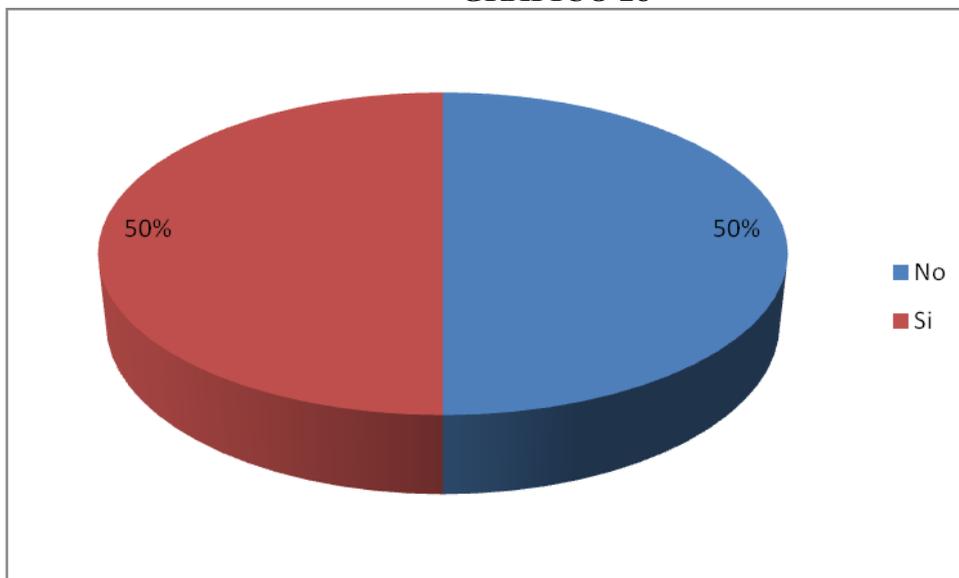
28. ¿Cuenta la empresa con un manual de procedimientos administrativos?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	5	50%
No	5	50%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 28: El 50% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, dice que la si cuenta con un manual de procedimientos administrativos y el otro 50% no.

GRÁFICO 28



Distribución porcentual de las empresas que cuentan con un manual de procedimientos administrativos a los encuestados.

Fuente: Tabla 28

TABLA 29

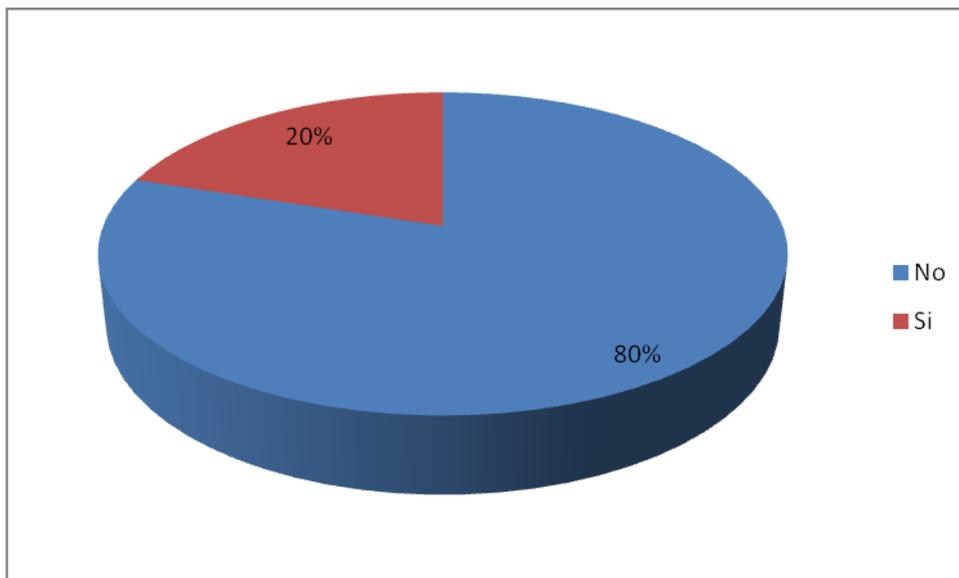
29. ¿Cuenta la empresa con un plan de contingencias para afrontar los riesgos?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	2	20%
No	8	80%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 26: El 20% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, dice que si cuenta la empresa con un plan de contingencia y el 80% dice que no.

GRÁFICO 29



Distribución porcentual de las empresas que cuentan con un plan de contingencias para afrontar los riesgos a los encuestados.

Fuente: Tabla 29

TABLA 30

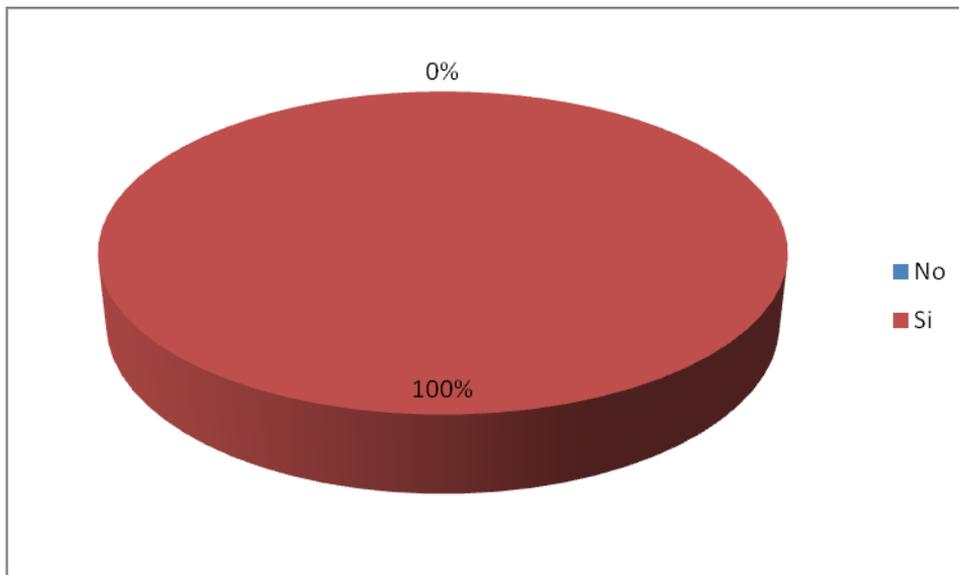
30. ¿Son resueltos los problemas suscitados ante algún imprevisto?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	10	100%
No	0	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

Según los resultados tabulados 27: El 100% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas de imprentas en la ciudad de Piura, año 2016, dice que si son resueltos los problemas suscitados ante algún imprevisto.

GRÁFICO 30



Distribución porcentual de cómo resolver los problemas suscitados ante un imprevisto a los encuestados.

Fuente: Tabla 30

4.2 Análisis de los Resultados

4.2.1 Respecto al Objetivo específico 1

Tabla 1: El 70% de los representantes de las MYPES, son de género masculino, y 30% son de género femenino,

Tabla 2: El 50 % de empresarios encuestados de las MYPES, tienen edad de 36 – 45 años; el 20% tienen edad de 46 – 55; el 20% tienen edad de 25 – 35 y el 10% tiene de 56 años a más,

Tabla 3: El 70 % de empresarios encuestados de las MYPES, tienen grado de instrucción superior técnica; el 20% tienen secundaria completa y el 10% tiene primaria completa.

Tabla 4: El 70 % de empresarios encuestados de las MYPES, ocupan el cargo de titular gerente; el 20% ocupan el cargo de titulares y el 10% ocupa el cargo de administrador.

4.2.2 Respecto al Objetivo específico 2

Tabla 5: El 30 % de empresarios encuestados de las MYPES, el tiempo que tiene la empresa en actividad de impresión es de 20 años a más; el otro 30% tiene de 16 – 20; el 20% tiene de 11 – 15 y el otro 20% tiene de 6 – 10 años.

Tabla 6: El 100 % de empresarios encuestados de las MYPES, sus empresas si son formales.

Tabla 7: El 80 % de empresarios encuestados de las MYPES, cuentan entre 4 a 5 trabajadores y el otro 20% cuenta entre 2 a 3 trabajadores.

4.2.3 Respecto al Objetivo específico 3

Tabla 8: El 100 % de empresarios encuestados de las MYPES, si cuentan licencia de funcionamiento.

Tabla 9: El 100 % de empresarios encuestados de las MYPES, si cancela a tiempo la remuneración mensual a su personal.

Tabla 10: El 80 % de empresarios encuestados de las MYPES, si cuentan con seguro, el 20% no cuenta. El 100% de sus trabajadores cuenta con seguro de Es salud.

Tabla 11: El 60 % de empresarios encuestados de las MYPES, no cuenta con local propio, el 40% si cuenta. El 100% no paga seguro en caso de ocurrir algún siniestro en su empresa

Tabla 12: El 80 % de empresarios encuestados de las MYPES, si cuentan sus trabajadores con un contrato escrito y el 20% no cuenta.

Tabla 13: El 70 % de empresarios encuestados de las MYPES, se encuentra en el régimen especial, el 20% en el nuevo rus y el 10% en el régimen general.

Tabla 14: El 80 % de empresarios encuestados de las MYPES, entrega factura o boleta y el otro 20% solo emite boleta.

Tabla 15: El 100 % de empresarios encuestados de las MYPES, se encuentra al día con sus pagos de tributos: contribuciones, impuestos, tasas y/o servicios de necesidad básica.

Tabla 16: El 70 % de empresarios encuestados de las MYPES, dice que su contabilidad la llevan de manera externa, el 20% no lleva contabilidad y el 10% cuenta con un contador dentro de la misma.

Tabla 17: El 80 % de empresarios encuestados de las MYPES, dice que si se dirige a Sunat para informarse sobre su contabilidad y el 20% confía en su contador.

Tabla 18: El 80 % de empresarios encuestados de las MYPES, lleva su control de inventario con un sistema manual y el 20% lo hace con un sistema de kardex.

Tabla 19: El 100 % de empresarios encuestados de las MYPES, si cuenta con un sistema de control de suministros y lo hace de acuerdo a las características del pedido.

Tabla 20: El 70 % de empresarios encuestados de las MYPES, no cuenta con una estructura organizacional actualizada y el 30% si.

4.2.4 Respecto al Objetivo específico 4

Tabla 21: El 70 % de empresarios encuestados de las MYPES, dice que no cuenta con un reglamento interno de trabajo el 30% dice que sí.

Tabla 22: El 100 % de empresarios encuestados de las MYPES, dice que el dinero recaudado en el día se deposita en cta. bancaria.

Tabla 23: El 100 % de empresarios encuestados de las MYPES, dice que si controla a la persona que labora en caja y lo hace a través de los pedidos que se requieren.

Tabla 24: El 80 % de empresarios encuestados de las MYPES, dice que si controla las cuentas por cobrar mediante la entrega del servicio o por el contrato firmado y el 20% solo por la entrega del producto.

Tabla 25: El 50 % de empresarios encuestados de las MYPES, dice que la empresa si capacita y evalúa a sus operadores el 50% dice que no.

Tabla 26: El 80 % de empresarios encuestados de las MYPES, dice que la empresa no cuenta con un plan de contingencias y el 20% si.

Tabla 27: El 100 % de empresarios encuestados de las MYPES, dice que no realiza evaluaciones correspondientes al control de calidad de los servicios.

Tabla 28: El 50 % de empresarios encuestados de las MYPES, dice que si cuenta con un manual de procedimientos administrativos y el otro 50% no

Tabla 29: El 80 % de empresarios encuestados de las MYPES, dice que no cuenta con un plan de contingencias y el 20% dice que si.

Tabla 30: El 100 % de empresarios encuestados de las MYPES, dice que si son resueltos los problemas suscitados ante algún imprevisto.

V. CONCLUSIONES

5.1 Respecto al Objetivo específico 1

Se concluye que las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del sector servicios _rubro imprentas de la ciudad de Piura en el periodo 2016.

- 1).- El 50% tiene en edad de 36 – 45 años.
- 2).- El 70% del sexo de los propietarios es masculino.
- 3).- El 70% su grado de instrucción es superior técnica completa; y el 70% son ellos mismos los titulares gerentes de sus propias empresas.

5.2 Respecto al Objetivo específico 2

Se concluye que las principales características de las empresas del sector servicios _rubro imprentas de la ciudad de Piura en el periodo 2016.

- 4).- Un 30% tiene en actividad su empresa entre 16 – 20 años y el otro 30% de 20 años a más.
- 5).- El 100% indica que su empresa es formal y el 80% cuenta entre 4 a 5 trabajadores.

5.3 Respecto al Objetivo específico 3

Se concluye que la descripción de los mecanismos de control interno en las empresas del sector servicios _rubro imprentas de la ciudad de Piura en el periodo 2016.

- 6).- En la actualidad de acuerdo a lo investigado, la actividad de imprenta es desarrollada por personas naturales de manera independiente y por empresas

legalmente constituidas tales como E.I.R.L, quienes prestan estos servicios en todos los campos de su especialización pero sin el conocimiento suficiente de las responsabilidades y obligaciones que deben cumplir ante la administración.

Como se muestra en la tabla N° 11, el 100% de los propietarios no paga un seguro en caso de ocurrir algún siniestro en su empresa, ya que el 60% no cuenta con local propio pero el otro 40% si, a pesar que sus herramientas de trabajo como es la maquinaria que está constantemente conectada a la electricidad y trabajar con material inflamable, no consideran pagar este tipo de seguro.

7).- Como se muestra en la tabla N° 8, el 100% si cuenta con licencia de funcionamiento para así evitar multas o que su local sea clausurado.

8).- Este sector de servicios de imprenta ha mejorado en los últimos años como consecuencia que la administración tributaria estableció un registro de imprentas autorizadas, para imprimir facturas, boletas de venta, recibos por honorarios profesionales, liquidaciones de compra y guías de remisión entre otros documentos que les son solicitados.

Como se muestra en la tabla N°17, el 80% de los gerentes propietarios indican que de manera constante van a Sunat a informarse si todo está correcto y si se ha declarado de manera oportuna, ya que ellos son centros autorizados para la impresión de comprobantes de pago y así evitar contratiempos, el otro 20% dicen confiar en su contador.

9).- Lo que se pudo encontrar con respecto al control interno es lo siguiente:

a) Gerencia:

- Ejerce la representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa.
- Maneja las cuentas de ahorro en los diferentes bancos.

- Está facultado para realizar la contratación y remoción del personal que labora en la empresa, tal como lo determina la ley.

Como se muestra en la tabla N° 12 el 80% de su personal si cuenta con un contrato por escrito y el otro 20% lo hace de manera verbal.

b) Área de Administración:

- Elabora los procesos de gestión de Recursos Humanos, tales como capacitación y evaluación del desempeño.

Como se muestra en la tabla N° 25, el 50% siempre capacita y evalúa el desempeño de su personal, ya que de eso depende el crecimiento de la empresa, el otro 50% no.

Como se muestra en la tabla N° 26, el 80% si supervisa a su personal de cómo atender al cliente, ya que consideran la importancia de lograr fidelizar a los mismos, el otro 20% no.

- Velar por el correcto y oportuno pago de las remuneraciones y honorarios de los colaboradores de la empresa.

Como se muestra en la tabla N° 9, el 100% paga a tiempo la remuneración, ya que pagar las aportaciones al pago de su seguro y las retenciones al pago de AFP u ONP; por lo tanto el 80% del personal cuenta con el seguro de Es salud, ya que pueden padecer posibles perjuicios ocasionados por el desempeño de su actividad.

- El 100% si paga a tiempo sus tributos: contribuciones, impuestos, tasas y/o servicios de necesidad básica, ya que así evita pagar multas, cierres de local y contar con el agua y la luz que son de mucha importancia para la labor que realizan.

- Supervisar diariamente el trabajo que realizan las sub-áreas que están a su cargo, tales como el área de: fotocopiado, impresiones y plotter.
- Analizar, clasificar, registrar, resumir e interpretar la información contable alcanzada por el contador externo para la toma de decisiones.

c) Área de diseño:

- Supervisar diariamente el trabajo que realizan las sub-áreas que están a su cargo, tales como: plotter, logotipos y formatos.
- Revisar los pedidos y efectuar los diseños de acuerdo con los requisitos de cada orden.

d) Área de Producción:

- Se efectúa el mantenimiento adecuado a las máquinas.
- Supervisar diariamente el trabajo que realizan las sub-áreas que están a su cargo, tales como: impresiones, estampados, empastados, entre otros.

e) Contabilidad:

- La falta de un contador interno no permite que se controle y se verifique todos los gastos económicos efectuados por el gerente propietario.

Como se muestra en la tabla N° 16, el 80% la contabilidad la lleva de manera externa, el 20% se encuentra en el RUS.

- No se elabora las conciliaciones bancarias, originando duda si el saldo que revela los Estados Financieros son correctos.
- El 70% se encuentran en el régimen especial, el 20% en el nuevo rus y el 10% en el régimen general; por lo tanto el 80% emite facturas y/o boletas de venta ya que generalmente trabajan con empresas privadas y públicas.

- El pago de cheques a proveedores lo realiza directamente el gerente propietario.
- No se realiza arqueos de caja.
- Los depósitos bancarios son realizados por el gerente propietario.

Como se muestra en la tabla N° 22, el 100% indica que las cobranzas que hace la responsable de caja lo deposita el gerente propietario a diario en el banco, ya que eso le brinda seguridad.

5.4 Respecto al Objetivo específico 4

Se concluye que la descripción de los mecanismos de control interno y su impacto en los resultados de gestión en las empresas del sector servicios _rubro imprentas de la ciudad de Piura en el periodo 2016.

10).- El impacto de control interno en las empresas dedicadas al servicio de imprentas es relativo ya que se ha podido constatar en primer lugar que la contabilidad es externa, por lo tanto no amerita establecer flujos documentarios que permitan garantizar la razonabilidad de los estados financieros; y que los controles establecidos desde el punto de vista operativo si han sido tomados en cuenta a efectos de brindar un servicio eficiente al cliente.

11).- Lo que se pudo observar de acuerdo al trabajo de investigación es que estos negocios no cuentan con un sistema de control interno, cuya operación sea moderna, eficiente y competitiva, de tal manera que satisfaga las necesidades del usuario.

Como se muestra en la tabla N° 29, El 80% no cuenta con un plan de contingencias ya que no lo consideran necesario para ellos es suficiente lo que defensa civil les requiere por lo tanto si cuentan con una capacidad de aforo, señalización de salida, si saben manipular sus extintores ya que los tienen vigentes, el otro 20% no.

Como se muestra en la tabla N° 24, el 80% controla sus cuentas por cobrar con los contratos firmados de los pedidos por las empresas privadas o públicas o por personas naturales que cancelarán el faltante de pago al recojo de su pedido, el otro 20% no.

12).- El propósito del trabajo de investigación es tratar de establecer en estos negocios una cultura organizativa orientada hacia los procesos administrativos o contables de tal manera que garanticen la salvaguarda de sus activos y pasivos.

13).- El propósito del trabajo de investigación es tratar de estimular el compromiso de cada trabajador desde su ámbito de responsabilidad con la estrategia de la empresa, favorecer su integración como parte activa del proceso y promover las actitudes de colaboración para conseguir los objetivos.

14).- Este trabajo de investigación está orientado a fomentar la comunicación en la empresa, potenciando los flujos de información vertical descendente y ascendente, así como la comunicación horizontal, de manera que el personal de base conozca los datos esenciales sobre la empresa y sus decisiones; y los de nivel superior reciban el sentir de toda la organización.

VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

6.1 Referencias bibliográficas

Benjamín F. E. (2007). “*Auditoría Administrativa gestión estratégica del cambio, segunda edición, México: Pearson Educación*” Disponible en: <http://www.pdfdocuments.com/auditoria-administrativa-franklin-pearson.pdf>.

Cepeda A. Gustavo (2011). *Auditoría y Control interno, tercera edición*, Colombia: Editorial Nomos S.A. Disponible en: https://prezi.com/6qydjo_utrfb/auditoria-y-control-interno/

Colmenares, A. (2013). En su tesis denominada: “*Análisis de las cuentas por pagar de la empresa instalaciones y montajes instamonta, C.A.*”. Disponible en: [http://cidar.uneg.edu.ve/DB/bcuneg/EDOCS/TESIS/TESIS_PREGRADO/TGP%20\(Trabajo%20de%20Grado%20de%20Pregrado\)/TGP05112013Colmenares-Monsalve.pdf](http://cidar.uneg.edu.ve/DB/bcuneg/EDOCS/TESIS/TESIS_PREGRADO/TGP%20(Trabajo%20de%20Grado%20de%20Pregrado)/TGP05112013Colmenares-Monsalve.pdf)

Coopers, L. (2012). *Los nuevos conceptos de control interno (Informe Coso)*. Ediciones Díaz de Santos S. A. España. Disponible en: <http://www.libreroonline.com/espana/libros/624436/coopers-lybrand-tr/los-nuevos-conceptos-del-control-interno-informe-coso.html>

Elizalde E. (2012). En su Tesis denominada: “*Control Interno de Cuentas Por Cobrar*” – Universidad Tecnológica de Aguascalientes. Disponible en: <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/coeptum/article/viewArticle/238/588>

Eumedd.net (s.f). “*Control interno contable*”, Disponible en: http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1161/control_interno.html

Fonseca Luna O. (2011). *Sistemas de control interno para organizaciones*, Primera Edición, Imprenta Publicidad & Matiz Lima Perú 2011. Disponible en: <http://www.cydma.com/detalle-libro-1943/sistemas-de-control-interno-para-organizaciones.-guia-practica-y-orientaciones-para-evaluar-el-control-interno>

Importancia.org (s.f). “*Importancia de la imprenta*” Disponible en: http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjCypiCsODRAhXL6iYKHa3bDJAQFggZMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.importancia.org%2Fimprenta.php&usg=AFQjCNEd4Qts50IWW-M7uP4TrN0_3RG_iQ&sig2=TFn6rhvzB25I6bvbCT-Otw

Juncos, Y. (2012). En su trabajo profesional denominado: “*Gestión de cuentas por pagar en una empresa comercial*”, Disponible en: <http://avalon.cuautlan2.unam.mx/biblioteca/tesis/177.pdf>

La Contraloría General de la República. gob.pe, “¿Qué es el sistema de control interno?”, Disponible en: https://apps.contraloria.gob.pe/packanticorrupcion/control_interno.html

López, A. (2011). “Control interno al ciclo de inventarios y su impacto en la rentabilidad de la ferretería ángel López”, Disponible en: <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/1818>

Lybrand, C. (2012). En su tesis denominada: “*introducción a la contabilidad-control interno, control de gestión y control presupuestario*”, Disponible en: <http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catcont1/material/tesis/control.pdf>

Mantilla B. Samuel A. (2005). *Control Interno Informe Coso*, Cuarta Edición, Colombia, Editorial Ecoe Ediciones. Disponible en: <http://www.taringa.net/post/economia-negocios/5884893/Informe-COSO---Control-Interno-en-Organizaciones.html>

Monsalve, Y. (2013). En su tesis denominada: “*Análisis de las cuentas por pagar de la empresa instalaciones y montajes instamonta, C.A.*”. Disponible en: [http://cidar.uneg.edu.ve/DB/bcuneg/EDOCS/TESIS/TESIS_PREGRADO/TGP%20\(Trabajo%20de%20Grado%20de%20Pregrado\)/TGP05112013Colmenares-Monsalve.pdf](http://cidar.uneg.edu.ve/DB/bcuneg/EDOCS/TESIS/TESIS_PREGRADO/TGP%20(Trabajo%20de%20Grado%20de%20Pregrado)/TGP05112013Colmenares-Monsalve.pdf)

Nieves, A. (2016). “*Procedimiento para la gestión de la supervisión y monitoreo del control interno*”, Disponible en: <http://www.ciencias.holguin.cu/index.php/cienciasholguin/article/view/929>

Nule, E. (2016). Estado General del Sistema de Control Interno - vigencia 2015. “Modelo Estándar de Control Interno MECI” – Imprenta Nacional de Colombia
Disponible en: www.imprenta.gob.pe
E-mail: correspondencia@imprenta.gob.co

Obispo, Ch. (2015), “*Caracterización del control interno en la gestión de las empresas comerciales del Perú 2013*”, Disponible en: <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/815>

Paiva, F. (2013). “*Control interno y su incidencia en la rentabilidad de empresa cobros del norte S.A*” Revista Científica de FAREM-Estelí. Medio ambiente, tecnología y desarrollo humano. N° 7 | Año 2 | Julio-Septiembre 2013. Disponible en: <http://www.lamjol.info/index.php/FAREM/article/download/2630/2380>.

Perdomo M.A., (2014). *Fundamentos de Control Interno*. México. Cengage. Disponible en: <http://latinoamerica.cengage.com/ls/fundamentos-de-control-interno/>

Portales, C. (Edición 6). “La experiencia exportadora de la industria gráfica Chilena*”
Disponible en: www.cieplon.org/media/publicaciones/archivos/31/capitulo_6.pdf

Reyes, C. (2014). En su tesis denominada: “*Control contable del área de compras y las cuentas por pagar de la empresa distribuidora agro veterinaria Trujillo S.A.C. y su relación con egresos de caja, para el año 2014*”. Disponible en: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/994/1/REYES_CARMEN_CONTR_OL_CONTABLE_COMPRAS.pdf

Rojas, S. (2014). En su tesis denominada: “*Control contable del área de compras y las cuentas por pagar de la empresa distribuidora agro veterinaria Trujillo S.A.C. y su relación con egresos de caja, para el año 2014*”. Disponible en: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/994/1/REYES_CARMEN_CONTR_OL_CONTABLE_COMPRAS.pdf

Rusenar, Ruben Oscar (1999). *Manual de Control Interno*. Ediciones Macchi. Primera Edición. Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <http://www.financierarural.gob.mx/AyosProductoresIntermediarios/Documents/Julio%202011/Modelo%20T%C3%A9cnico%20Financiero%20SACP/10%20Manual%20de%20Control%20Interno.pdf>

Salas, B. (2011). “Diseño de un manual de control interno en el área financiera del Instituto de la Niñez y la Familia Infa, Provincia de Imbabura”. Universidad Técnica Particular de Loja – La Universidad Católica de Loja.
Tesis de grado previo para la obtención del título de Magister en Auditoría de Gestión de la calidad.

Vega, L. (2016). “*Procedimiento para la gestión de la supervisión y monitoreo del control interno*”, Disponible en: <http://www.ciencias.holguin.cu/index.php/cienciasholguin/article/view/929>

6.2 Anexos

Anexo 1



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información sobre el control interno de las Mypes del sector y rubro indicado, el mismo que servirá para desarrollar mi trabajo de Investigación titulado: LOS MECANISMOS DE CONTROL INTERNO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS – RUBRO IMPRENTAS DE LA CIUDAD DE PIURA Y SU IMPACTO EN LOS RESULTADOS DE GESTIÓN, 2016.

Encuestado por: NERY ARIANNA GUAYLUPO SARANGO

Fecha: 10/12/2016

FORMATO DE ENCUESTA

1. Respecto al objetivo específico 1

1. Del Sexo de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.
2. Edad de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.
3. Grado de instrucción del propietario, gerente y/o representante legal.
- 4 ¿Cuál es el cargo que ocupa Ud., en la empresa?

2. Respecto al objetivo específico 2

5. Tiempo de la empresa en la actividad de imprenta.

6. ¿Su empresa es formal o informal?

7. ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?

3. Respecto al objetivo específico 3

8. ¿Cuenta la empresa con licencia de funcionamiento?

9. ¿Se cancela a tiempo las remuneraciones al personal?

10. El personal de su empresa cuenta con seguro, por posibles perjuicios ocasionados por el desempeño de su actividad. Que tipo de seguro?.

11. Cuenta la empresa con local propio. Se encuentra este asegurado en caso de siniestro

12. El personal que labora en su empresa, cuenta con un contrato de trabajo escrito o verbal, en la cual se informe de sus funciones dentro de él

13. ¿En que régimen tributario se encuentra su empresa?

14. ¿Qué tipo de comprobante emite su empresa?

15. ¿Su empresa se encuentra al día con sus; como: tributos, impuestos y/o servicios de necesidad básica?

16. ¿La contabilidad de su empresa la llevan de manera externa o cuenta con un contador dentro de ella?

17. ¿Usted como propietario, que medidas toma para tener conocimiento si la contabilidad llevada en su empresa se hace de manera correcta?

18. La empresa utiliza algún sistema de control para llevar al día los registros tanto de los ingresos como los ya existentes en bodega.

19. ¿Cuenta con un sistema de control de suministros, como es que lo controla?

20. Cuenta la empresa con una estructura organizacional actualizada.

21. Su empresa cuenta con un reglamento interno de trabajo.

22. ¿Las cobranzas realizadas en el día se depositan a una cuenta bancaria, se guarda en caja de la misma empresa o en otro lugar?

23. ¿Cómo controla la empresa a la persona que labora en caja?
24. ¿Lleva un control de las cuentas por cobrar del porcentaje adeudado del pedido del servicio.
25. ¿Se capacita y se evalúa el desempeño al operador de la imprenta.
26. ¿Se supervisa el trato adecuado en la atención a los usuarios que requieran del servicio
27. ¿La empresa realiza evaluaciones correspondientes al control de calidad de los servicios?
28. ¿Cuenta la empresa con un manual de procedimientos administrativos?
29. ¿Cuenta la empresa con un plan de contingencias para afrontar los riesgos.
30. ¿Son resueltos los problemas suscitados ante algún imprevisto.

Gracias por su apoyo a la investigación.

Anexo 2

Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	DURACIÓN		
	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO
MARCO TEÓRICO			
Revisión Bibliográfica			
Elaboración Marco Teórico			
MARCO METODOLÓGICO			
Recolección del informe			
Interpretación del Informe			
ELABORACIÓN DEL INFORME			
Redacción del Informe			
Presentación del Informe			

Anexo 3

I. Presupuesto

Bienes:

Laptop:	2,000.00
Lapicero:	2.00
USB:	30.00
Hojas:	2.00

Servicios:

Impresiones:	240.00
Anillado:	30.00
Costo del Curso de Titulación:	1800.00
Movilidad:	200.00

II. Resumen del presupuesto

RUBROS	IMPORTE S/.
Bienes	2,034.00
Servicios	2,270.00
TOTAL S/.	4,304.00

III. Financiamiento

Tesis autofinanciada por el investigador.