



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

TÍTULO

**Mejora del control interno y diseño de procedimientos para
una compañía de radiodifusión en la ciudad de Guayaquil**

AUTORA:

ALMEIDA MORÁN ADRIANA GLORIA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA
CPA.**

TUTOR:

ING. CARLOS ESPINOZA HERRERA

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Adriana Gloria Almeida Morán**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Contabilidad y Auditoría**.

TUTOR (A)

Ing. Carlos Espinoza Herrera

REVISOR(ES)

Ing. Jorge Lucio Ortiz

Lcda. Grace Mogollón Claudett

DIRECTOR DELA CARRERA

Ing. Arturo Ávila Toledo

Guayaquil, a los 25 días del mes de abril del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Adriana Gloria Almeida Morán**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Mejora del control interno y diseño de procedimientos para una compañía de radiodifusión en la ciudad de Guayaquil** previa a la obtención del Título de **Ingeniería en Contabilidad y Auditoría**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 25 días del mes de abril del año 2014

LA AUTORA

Adriana Gloria Almeida Morán



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

AUTORIZACIÓN

Yo, **Adriana Gloria Almeida Morán**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Mejora del control interno y diseño de procedimientos para una compañía de radiodifusión en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 25 días del mes de abril del año 2014

LA AUTORA:

Adriana Gloria Almeida Morán

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad a lo largo de mi carrera, por ser mi ayuda incondicional y brindarme ese apoyo incondicional en esta vida llena de experiencias, en la cual gracias a él el amor, la felicidad, la paz, han sido factores muy importantes para llegar hasta donde he llegado.

Le doy gracias a mis padres Luis y Patricia que gracias a sus esfuerzos incondicionales me han permitido tener una educación de calidad, gracias padres porque hoy por hoy puedo decir que su labor como padres ha sido más que excelente y que los valores inculcados me ayudarán siempre a seguir luchando.

A mis hermanos Cristina, Luis, Beatriz, a mi cuñada Johanna y a mi sobrino Luis Fernando que son parte importante en mi vida y representan nuestra unión familiar.

Agradezco por el apoyo incondicional y dedicación de tiempo a mis profesores: Milton Pérez, Alberto Rosado, Jorge Lucio, Raúl Ortiz. Por haber compartido conmigo sus conocimientos y el haber estado siempre ahí para ayudarme a resolver mis inquietudes.

Gracias a mi Director de Carrera Ingeniero Arturo Ávila, por haberme dado ese empujón, cuando más lo necesitaba.

Muchas gracias a todos, cada uno de las personas que me rodea tiene un espacio incondicional en mi corazón, pero el nombrar a uno y otro tomaría mucho tiempo, pero sé que al verme hoy con el título de Ingeniera sabrán, que forman parte de mi escalera al éxito.

Los quiero mucho
Adriana.

DEDICATORIA

Con todo mi cariño, mi amor, para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera culminar un sueño más en mi vida, el ser una profesional, gracias por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino de esta carrera era interminable, para ustedes va dedicado este logro, a ustedes que son los seres que más amo.

Papá y mamá

Adriana Almeida M.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

ING. CARLOS ESPINOZA HERRERA
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

ING. JORGE LUCIO ORTIZ
PROFESOR DELEGADO

LCDA. GRACE MOGOLLON CLAUDETT
PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA CONTABILIDAD
Y AUDITORÍA

CALIFICACIÓN

ING. CARLOS ESPINOZA HERRERA
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I.....	1
1. ASPECTOS GENERALES	1
1.1 INTRODUCCION.....	1
1.2 ANTECEDENTES	3
1.3 JUSTIFICACIÓN	3
1.4 EL PROBLEMA	4
1.5 DELIMITACION DEL PROBLEMA	4
1.6 METODOLOGIA	5
1.7 HIPÓTESIS	5
1.8 OBJETIVOS	5
1.8.1 OBJETIVO GENERAL.....	5
1.8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
CAPÍTULO II.....	7
2. CONTROLES Y MÉTODOS DEL COSO.....	7
2.1 CONTROL.....	7
2.2 TIPOS DE CONTROLES	8
2.3 CONTROL INTERNO.....	8
2.3.1 CLASIFICACIÓN DEL CONTROL INTERNO	9
2.4 CONTROL INTERNO BAJO EL MÉTODO COSO	10

2.4.1 OBJETIVOS.....	10
2.4.2 ELEMENTOS.....	11
2.4.3 COMPONENTES.....	11
2.4.4. HERRAMIENTA DE VERIFICACIÓN.....	15
2.5 MANUAL DE ORGANIZACIÓN.....	18
2.5.1 VENTAJAS.....	18
2.5.2 DESVENTAJAS.....	19
2.6 MANUAL DE POLÍTICAS.....	19
2.7 FLUJOGRAMAS.....	20
2.8 ORGANISMOS DE CONTROL.....	22
CAPÍTULO III.....	23
3. ANÁLISIS DE LA EMPRESA.....	23
3.1 RESEÑA HISTÓRICA.....	23
3.2 MISIÓN.....	23
3.3. VISIÓN.....	24
3.4 VALORES.....	24
3.5 ORGANIGRAMA.....	25
3.6 COBERTURA.....	25
3.7 PAQUETES PUBLICITARIOS.....	26
3.8 ANÁLISIS FODA.....	28
3.9 ANÁLISIS DEL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN.....	28
CAPÍTULO IV.....	35
4. METODOLOGÍA.....	35
4.1. EL ENFOQUE CUALITATIVO.....	36

4.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	36
4.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN	37
CAPÍTULO V	39
5. PROPUESTA.....	39
5.1 MANUAL DE CONTROL INTERNO.....	40
5.1.1 MANUAL DE FUNCIONES PARA EL CONTROL INTERNO ..	40
5.1.2 MANUAL DE CONTROL INTERNO CONTABLE	40
5.2 MANUAL DE POLÍTICA	66
5.2.1 Política de compra de activos no corrientes	66
5.2.2 Política de seguridad interna	66
5.2.3 Política para transmitir publicidad	66
5.3 MAPA DE PROCESO	84
5.4 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS.....	85
5.4.1 Procedimiento para identificar al cliente	85
5.4.2 Procedimiento para diseñar la publicidad	85
5.4.3 Procedimiento para transmitir publicidad	85
6. CONCLUSIONES	107
7. RECOMENDACIONES.....	108
8. BIBLIOGRAFIA	109
ANEXOS 1 - CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN D. ¡Error! Marcador no definido.	
ANEXOS 2 - EVALUACIÓN DEL RIESGO	112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1: Análisis FODA.....	28
---------------------------------	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Control Interno Bajo el Método COSO	12
Gráfico 2 Categorías de estaciones de radiodifusión	29
Gráfico 3 Servicio de radiodifusión en el Ecuador.....	30
Gráfico 4 Radiodifusión sonora – Onda Corta	31
Gráfico 5 Radiodifusión sonora – Amplitud Modulada (AM)	32
Gráfico 6 Radiodifusión sonora – Frecuencia Modulada (FM)	33
Gráfico 7 Compañías de radiodifusión en la provincia del Guayas	34
Gráfico 8 Diagrama de flujo del control interno contable (compras).....	64
Gráfico 9 Diagrama de flujo del control interno contable (ventas)	65
Gráfico 10 Mapa de proceso de Radio ABC.....	84
Gráfico 11 Diagrama de Flujo del procedimiento para Identificar al cliente	92
Gráfico 12 Diagrama de flujo del procedimiento para diseñar la publicidad	100
Gráfico 13 Diagrama de flujo del procedimiento para transmitir publicidad	106

RESUMEN

En el presente estudio se diseñará y se documentará un sistema de control interno para una compañía de radiodifusión de la ciudad de Guayaquil, esto no quiere decir que la compañía Radio ABC no posea un control interno, el manejo de este tipo de compañías se lo ha estado efectuando de manera tradicional, pero aun así su gestión no ha sido negativa, pero la necesidad de la alta gerencia es innovar y buscar una medida que ayude a precautelar los bienes de la institución y de su personal.

Para poder efectuar el diseño y mejora del control interno, se realizó la recopilación de datos de manera conjunta con la alta dirección, determinando las necesidades de la compañía y los requerimientos para cada una de las personas que desempeñan alguna actividad dentro y fuera de Radio ABC.

El diseño del control interno se elaborará conforme al manual de organización para el control administrativo, políticas, mapa de procesos y procedimientos; estableciendo funciones, responsabilidades y obligaciones para cada uno de los cargos de los empleados, estandarizando los procesos claves de la compañía Radio ABC.

Palabras Claves:

alta dirección, control interno, obligaciones, Radio ABC, responsabilidades,

ABSTRACT

In the present study we will design and document an internal control system for a broadcasting company in the city of Guayaquil, this doesn't mean that Radio ABC doesn't have an internal control system, the management of this kind of companies have been using a more traditional approach, however this doesn't mean that their arrangement have been negative, but the management's desire is to innovate and find to precautionary measures to protect the company and their own assets.

To make the design happen, and improve the internal control, we collected all the data together with the top management, to determinate the company's necessities and the requirement of everybody that are involve with Radio ABC's activities, inside or outside of the company.

The design of the internal control will be plan according the organization manual for the administrative control, politics, procedure maps, and methods; establishing functions, responsibilities and obligations to each employees and their positions, standardizing the key methods of the company Radio ABC.

Keywords:

company, functions, Guayaquil, management, obligations

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 INTRODUCCION

El inicio de la radiodifusión en el Ecuador fue a partir del siglo XX, en dicha época la transmisión de radio presentaba muchos inconvenientes por las múltiples interrupciones atmosféricas. La primera radio que salió al aire con una frecuencia radial fue la radio “El Prado”, en la ciudad de Riobamba. La frecuencia radial es un equipo pequeño que ayuda a que la información se enlace con una repetidora, recibiendo información desde un equipo base, que se encuentra en la estación radial, ayudado conjuntamente con otros equipos a que la información llegue a muchos lugares en el Ecuador.

Desde los inicios de la transmisión radial, la tecnología ha estado evolucionando, por la cual en la actualidad presenta dos sistemas de transmisión como son: los de tipo analógica y digital. Es válido mencionar que existe un número considerable de Radiodifusoras que emplean equipos para su transmisión radial de forma analógica.

Tipo analógica: su transmisión es continua, pero en el transcurso de su ruta puede sufrir ciertos desperfectos, por lo que es un poco voluble a los sonidos, es por eso que en algunos programas se puede escuchar ciertas interferencias, ya sea esta en una estación AM o FM, ésta a su vez solo permite voz y video.

Tipo digital: utiliza recursos tecnológicos innovados, la calidad de sonido es casi nítida, este tipo de transmisión permite estar enlazado en la web, que es lo que hace más accesible a que los administradores de las Radio apunten a este tipo de transmisión.

La compañía ABC utiliza ambos tipos de transmisión, por lo que se ha visto en la obligación de incorporar equipos de punta y alto desempeño, decidiendo hacer constantemente inversiones, con la finalidad de mantener a los ciudadanos bien informados, sobre acontecimientos que se suscitan en el día a día, ya sea este de tipo económico, social, cultural, deportivo, adentro y fuera del país, facilitando a los radioescuchas a buscar la Radio ABC mediante cualquier medio tecnológico.

Otro punto muy importante es que el proceso de mantener una compañía con un buen control interno, es que permite establecer parámetros de funciones y responsabilidades en una organización, con la finalidad de alcanzar la eficacia y cumplir sus objetivos garantizando la sostenibilidad brindando un ambiente de trabajo sólido, donde se pueda establecer medidas o/y reglamentos para identificar, analizar y disminuir todo tipo de riesgo.

La compañía ABC lleva su administración de forma tradicional pese a que presenta cargos con actividad multifuncional, que es lo que permite que se vea la necesidad de implementar un diseño por procesos para una mejor dirección de la compañía.

Otro punto importante es que las actividades multifuncionales sin un control interno afectan notablemente los objetivos organizacionales, haciendo que estos no se cumplan a corto plazo.

1.2 ANTECEDENTES

Actualmente, en la ciudad de Guayaquil existen aproximadamente treinta (30) estaciones de Radiodifusión de naturaleza jurídica, las cuales han desarrollado sus actividades hasta la fecha de manera óptima sin presentar un alto riesgo del manejo de sus operaciones; pero se considera la necesidad de agudizar el sistema de control interno con la finalidad de optimizar tiempo y recursos monetarios.

Si bien es cierto, actualmente las empresas de Radiodifusión de la ciudad de Guayaquil, no presentan un procedimiento documentado sobre la evolución del control interno.

La compañía en estudio se le diseñará un sistema de control interno organizacional, por lo que no presenta lineamientos para su personal, bienes y para sus recursos financieros; por lo que se ha surgido la necesidad de perpetrar el diseño con el objetivo de mejorar la operatividad de los procesos.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El control interno debe de realizarse independientemente de su capital, número de empleados, por lo que permite detectar errores, irregularidades y falencias que afecten el desarrollo de sus actividades.

Diseñando este proceso se va a optimizar recursos claves que posee la Radiodifusora, logrando ofrecer un servicio de calidad, ágil y seguro con una convicción acertada en todo momento.

Este proceso de control interno se ha convertido en los puntos más importantes en una organización empresarial, por lo que nos permite observar con claridad la eficiencia, la eficacia de las operaciones, conjuntamente con el cumplimiento de las leyes, normativas y regulaciones aplicables al giro del negocio.

El riesgo es la probabilidad de que un evento, ya sea por medio interno o externo, afectaría la capacidad organizacional para los objetivos planteados.

1.4 EL PROBLEMA

La mayoría de compañías de Radiodifusión no cuentan con un sistema de control interno adecuado, lo que origina que la organización presente un alto índice de debilidades referente al personal y a sus funciones, ocasionalmente la duplicación de actividades, tiempo ocioso y presentación de trabajo no acorde a las exigencias de la compañía, así mismo este proceso no permite dar un mejor criterio de la situación económica de compañía, es decir que no se puede dar una opinión real o exacta de la situación organizacional.

Si bien es cierto en las compañías con este tipo de actividad (Radiodifusión), son de suma importancia a nivel nacional, dado que mantiene informado a los ciudadanos sobre los últimos acontecimientos que se genera en el día a día. Sin embargo, el número de empleados que presentan dicha organizaciones es limitado debido a que cada una de las personas q conforma dicha entidad tienen actividades puntuales que satisfacen dicha actividad.

1.5 DELIMITACION DEL PROBLEMA

El estudio se enfocará únicamente a compañías de Radiodifusión de la ciudad de Guayaquil, en las cuales se encuentran (30) empresas con personería jurídica, las mismas que deberán estar interesadas en que se le diseñe un sistema de control interno para mejorar su cultura organizacional.

El control interno de las empresas privadas se ha convertido en los puntos más importantes dentro de una organización empresarial, pues nos permite observar con claridad la eficiencia y eficacia de las operaciones al giro del negocio.

1.6 METODOLOGIA

En la presente tesis se utilizará el procedimiento hipotético-deductivo, el cual permitirá establecer una táctica para mejorar el sistema de control interno de la compañía de Radiodifusión en estudio; para ello se considerará lo siguiente:

- ✓ Solicitar información sobre los procesos.
- ✓ Diseñar papeles de trabajo, lo cual ayude a establecer los procesos del control interno.
- ✓ Realizar un análisis situacional y funcional de las empresas que brindan servicios de comunicación a través de medios radiales, para establecer comparaciones.
- ✓ Evaluar el sistema de control interno vigente.

1.7 HIPÓTESIS

Si realizamos una búsqueda previa del control interno de las compañías de Radiodifusión, entonces podríamos detectar las debilidades de los controles existentes y así mejorar dichos controles para beneficio de las instituciones de Radiodifusión.

Variable dependiente:

- Del análisis de los controles internos existentes.

Variable independiente:

- Detectar falencias en los sistemas contables y administrativos
- Proponer a las compañías de Radiodifusión un programa de control interno adecuado a sus expectativas en el ámbito organizacional.

1.8 OBJETIVOS

1.8.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo de control interno en una compañía de Radiodifusión de la ciudad de Guayaquil para brindar una seguridad razonable en el desarrollo de sus operaciones y precautelar sus activos.

1.8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar un estudio de las áreas administrativas de la radiodifusora para conocer falencias
2. Establecer un plan operativo por cada proceso para cada área
3. Aplicar la metodología COSO a través de un plan de capacitación
4. Implementar un sistema contable para mejorar los procesos financieros de la compañía de Radiodifusión.

CAPÍTULO II

2. CONTROLES Y MÉTODOS DEL COSO

Se hablará de los tipos de controles internos, sus clasificaciones, el control bajo el método del COSO que es sobre el cual nos vamos a centrar en este trabajo, además de los manuales y su incidencia en el manejo de una empresa.

2.1 CONTROL

La terminología control se refiere a la acción o suceso de inspección, comprobación, intervención y fiscalización.¹

El control es una función administrativa y su principal objetivo es asegurar el cumplimiento de los objetivos de una organización, eliminando obstáculos que impidan alcanzar la eficiencia de sus operaciones y la eficacia del logro de sus objetivos.

El grado de controles dentro de una empresa depende de la naturaleza de la misma, la magnitud de las operaciones y el grado de exigencia de la organización. Los principales factores que se consideran para el control interno sea eficaz son:

¹Universidad Nacional del Nordeste. El control. 02 de agosto del 2013. Disponible en <http://exa.unne.edu.ar/informatica/sistemas.adm1/material/tema-7.pdf>

1. Establecer normas, metas y objetivos.
2. Analizar los resultados de la empresa.
3. Tomar acciones correctivas en los procesos donde se detectan deficiencias.²

2.2 TIPOS DE CONTROLES

A lo largo de los años, a medida que va evolucionando la tecnología, cambian las costumbres y ética de las personas, los individuos crean nuevos mecanismos para controlar los recursos de la institución y mejorar su gerencia con los empleados. Los tipos de controles que en la actualidad se emplean son:

- ✚ **El simple o interno:** Se refiere a los hechos de controlar la ejecución de las operaciones del trabajo de cada uno de los individuos que pertenece a la organización.
- ✚ **El operativo o por realimentación:** Este tipo de control es empleado para verificar las deficiencia de un proceso determinado para establecer acciones correctivas.
- ✚ **El supervisor o gerencial:** Este tipo de control no se sujeta a información preestablecida por la organización, sin embargo la información recibida por la alta dirección es de vital importancia para la toma de decisiones.

2.3 CONTROL INTERNO

El control interno es uno de los mecanismos más utilizados, tanto en empresas públicas como privadas, el cual puede ser aplicado en forma previa, continua, posterior, dependiendo de su procedimiento.

² Alejandro, J. Importancia y aplicación del control interno en la empresa. 08 de diciembre del 2008. Disponible en <http://www.empresayeconomia.es/importancia-y-aplicacion-del-control-interno-en-la-empresa.html>

Se refiere a control previo, las inspecciones de un proceso y procedimientos de forma anticipada a establecer el mismo; control continuo es la fiscalización de las operaciones durante su ejecución; y por último el control posterior es aquella actividad que se realiza para verificar que los procedimientos establecido se hayan ejecutados correctamente.

2.3.1 CLASIFICACIÓN DEL CONTROL INTERNO

Es importante recalcar que el control interno no solo incluye el entorno contable financiero sino también aquellos controles que contribuyan a alcanzar las metas establecidas por la organización. El control interno se clasifica en:

1. Control interno contable
2. Control interno administrativo

2.3.1.1. CONTROL INTERNO CONTABLE

Son controles y métodos establecidos con la finalidad de salvaguardar los activos y la fidelidad de los registros contables de una empresa. Por lo general este tipo de control está compuesto por autorizaciones y aprobaciones de ciertos procedimientos que afectan la integridad de los estados financieros.

2.3.1.2. CONTROL INTERNO ADMINISTRATIVO

Son los procedimientos relacionados con el cumplimiento de las directrices definidas por la dirección que permita asegurar la eficiencia operativa de la empresa.

Los controles administrativos u operativos no influyen en la situación financiera, sin embargo pueden tener un alto grado de incidencia si no se aplican de manera eficiente dentro de la organización.

2.4 CONTROL INTERNO BAJO EL MÉTODO COSO

Los controles internos son de gran utilidad a medida que la era tecnológica avanza, y es empleada como un mecanismo de estandarización de los procesos con el objetivo de lograr los objetivos y metas de la organización. El control interno bajo el método COSO es un proceso que integra a la alta dirección y al personal de una entidad con el objeto de proporcionar una seguridad razonable en el cumplimiento de la normativa legal, confiabilidad de la situación financiera y la eficacia del logro de los objetivos.

2.4.1 OBJETIVOS

Los objetivos bajo el método COSO son:

- ✓ Promover la eficiencia, eficacia y economía de las operaciones bajo principios éticos y de transparencia.
- ✓ Garantizar la confiabilidad, integridad y oportunidad de la información.
- ✓ Cumplir con las disposiciones legales y la normativa de la entidad para otorgar bienes y servicios públicos de calidad.
- ✓ Proteger y conservar el patrimonio público contra pérdida, despilfarro, uso indebido, irregularidad o acto ilegal
- ✓ Orientar a medir el uso de recursos, para el cumplimiento de metas, objetivos y la oportunidad en su utilización.

2.4.2 ELEMENTOS

Plan de organización: Es importante que una organización presente una estructura organizacional adecuada al giro del negocio, en donde se establezcan las áreas y personas responsables de determinadas funciones.

Sistema de autorización y procedimientos de registros adecuados: Como una medida de ejercer el control financiero sobre los ingresos, gastos, activos, pasivos y patrimonio, se deberá aplicar las siguientes fases:

1. Autorización
2. Aprobación
3. Ejecución
4. Registro

Ejecución de los deberes y funciones: Se refiere al hecho de efectuar los procedimientos de manera adecuada según lo establece la organización.

Idoneidad del personal: Para ejercer el control sobre una organización se deberá tener el personal competente, con derechos y obligaciones establecidos por la empresa.

Auditoría interna: Se la aplica para efecto de investigación de la eficiencia y eficacia de las operaciones que se realizan en una organización.

2.4.3 COMPONENTES

Para efectuar el sistema de control dentro de una organización, se ha establecido cinco bloques que evalúan el control de la empresa de manera integral; los cuales son:

- Ambiente de control
- Evaluación de riesgo
- Actividades de control
- Información y comunicación
- Supervisión o Monitoreo



Gráfico 1 Control Interno Bajo el Método COSO

Referencia: Libro de auditoría de Alvin Avens, XI Edición, editorial Pearson
Página 275.

Estas herramientas ayudan a mejorar el sistema de control interno, podemos ver los formatos en ANEXOS 1, 2, 3, 4 última parte.

2.4.3.1 AMBIENTE DE CONTROL

Este componente se considera la base de los demás dado que establece el proceder de la organización, concienciado a los empleados y personal en general que forman parte de la empresa.

Los elementos que forman parte de este componente son:

- **Integridad y valores éticos:** La alta dirección debe de promover la aplicación de los valores éticos, que permita alcanzar la integridad del personal.
- **Autoridad y responsabilidad:** Este elemento es uno de los fundamentales dentro del ambiente de control, debido a que con la asignación de funciones y responsabilidades del personal dentro de un departamento; se podrá incentivar o sancionar a los empleados de acuerdo al proceder y cumplimiento de la normativa institucional.
- **Estructura organizacional:** Se establecen los niveles de jerarquía dentro de una organización que se ajusten a sus necesidades y que permitan el cumplimiento de sus metas y objetivos.
- **Políticas del personal:** Son procedimientos que contribuye a alcanzar una disciplina dentro de la organización.
- **Clima de confianza en el trabajo:** A pesar de que una empresa posea normativas de control interno, es vital que el personal cree un ambiente de trabajo agradable que permita alcanzar un mejor desempeño laboral.

2.4.3.2 EVALUACIÓN DE RIESGOS

Toda medida de control presenta un riesgo que afectan de una u otra manera en el desarrollo de las actividades de la organización. Por ende la alta dirección deberá establecer estudios y análisis que permita identificar los riesgos a lo que está expuesta la empresa; que impediría que logre alcanzar sus metas y objetivos.

- Entre los riesgos que se podrían suscitar en la empresa son:
- Reestructuración organizacional
- Cambios de políticas institucionales
- Crecimiento en escala
- Nuevos requerimientos de la alta dirección
- Incremento de empleados

2.4.3.3 ACTIVIDADES DE CONTROL

Son las políticas y procedimiento que ayudan a asegurar el cumplimiento de la normativa institucional aprobada por la alta dirección, con el fin de alcanzar los objetivos de la organización.

Las actividades de control basada en su naturaleza son:

- Cumplimiento de la normativa legal
- Operaciones
- Información financiera

2.4.3.4 INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Es todo tipo de información interna y externa necesaria para que una empresa pueda realizar sus operaciones, ya sea ésta de cumplimiento legal, operacional y financiera. Además dentro de los niveles de una empresa es necesario contar con el objeto de alcanzar los objetivos planteados. Los sistemas de información y comunicación pueden ser:

- Sistemas estratégicos e integrados
- Integración con las operaciones
- Calidad de la información
- Canales abiertos de comunicación

2.4.3.5 SUPERVISIÓN O MONITOREO

Es el conjunto de actividades que permiten realizar la supervisión de los procesos y procedimientos establecidos por la organización con el objeto de identificar la deficiencia de los controles y emplear medidas correctivas. Entre los procedimientos de supervisión monitoreo que permiten alcanzar la efectividad del control interno se tiene:

- Evaluar el alcance de información que presenta cada área o departamento
- Analizar los riesgos significativos de la organización
- Seguimiento del trabajo del personal y establecer conclusiones de los controles.
- Identificar las deficiencias recurrentes del sistema de control interno.

2.4.4. HERRAMIENTA DE VERIFICACIÓN

Las herramientas de verificación es un tipo de metodología para evaluar los componentes del sistema de control interno de una organización, empresa o entidad con el objetivo de alcanzar la eficiencia y eficacia de sus operaciones.

Entre las herramientas de control interno tenemos:

- Lista de verificación
- Manual de referencia

El objetivo de este tipo de herramientas es examinar los controles de los procesos, el cual debe de evaluar cada uno de los componentes del COSO para determinar el grado de efectividad de la empresa u organización.

Cabe indicar que este tipo de procedimiento se lo debe de realizar de manera independiente para cada entidad, dado que el manejo de negocio por la alta dirección es independiente; aun cuando presente el mismo tipo de actividad comercial o de servicio.

2.4.4.1 LISTA DE VERIFICACIÓN

La lista de verificación es una de las herramientas más utilizada por los auditores internos y externos, debido a que permite evaluar cada uno de los componentes del sistema de control interno; a través de entrevistas, encuestas y cuestionarios, teniendo presente que dichos aspectos de evaluación se encuentren orientados al cumplimiento de los objetivos de la organización.

Uno de los aspectos más importantes de la lista de verificación es que permite identificar y evaluar el grado de segregación de funciones del personal, se recomienda para este tipo de procedimiento realizar preguntas descriptivas o abiertas, con el fin de poder recopilar la mayor cantidad de información por los evaluados.



Figura No. 1 Lista de verificación

Fuente: <http://www1.eere.energy.gov/consumer.html>

2.4.4.2 MANUAL DE REFERENCIA SOBRE EL COSO

Es un instrumento que permite al auditor enfocar claramente los controles de los procesos, al evaluar los riesgos e identificar los objetivos operativos, de cumplimiento legal y operativo.

Su principal objetivo es mitigar los potenciales riesgos que impiden el cumplimiento de los objetivos y el desarrollo de las actividades claves de la empresa.

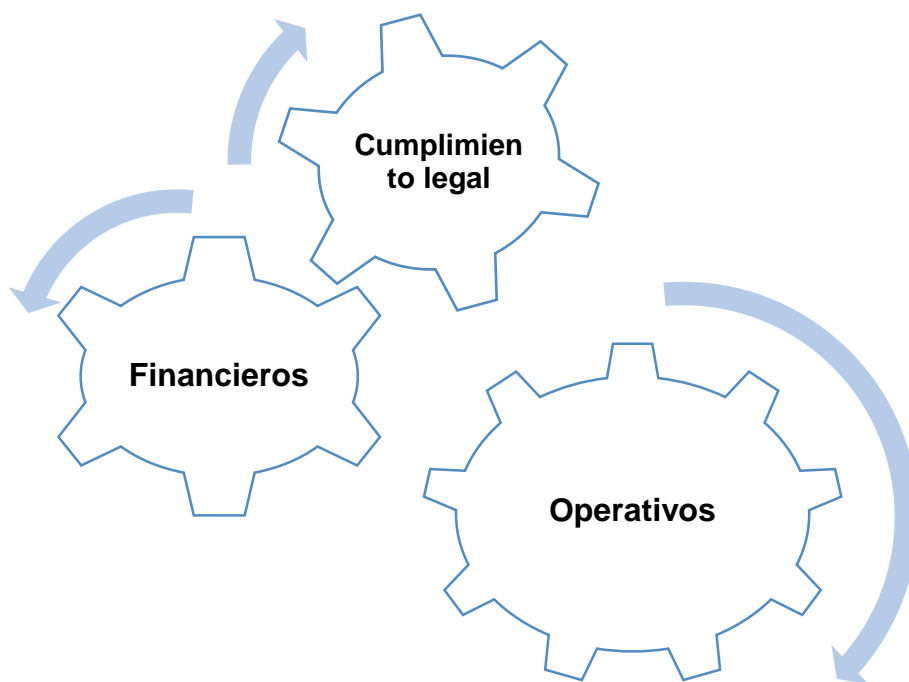


Figura No. 2 Riesgos en el sistema de control interno

Elaborado por: Adriana Almeida Morán

2.5 MANUAL DE ORGANIZACIÓN

Es un documento metodológico que consolida información de la empresa (historia, misión, visión, organigrama, funciones y responsabilidades), en donde se describe de manera detallada los deberes y obligaciones de cada una de las personas a la cual se le asigna un puesto y área dentro de la organización.

2.5.1 VENTAJAS

- Estandarizar las funciones y responsabilidades del personal.
- Permite evaluar al personal.
- Evita la duplicación de funciones.
- Provee información de las distintas áreas o unidades, en el cual se identifica el responsable de la misma.
- Delegar funciones y responsabilidades a los nuevos empleados.

2.5.2 DESVENTAJAS

- El diseño de un manual de organización es muy costoso.
- Requiere de tiempo para su elaboración, debido a que se debe realizar el levantamiento de información de cada uno de los puestos constituidos por la dirección.
- Aceptación a los cambios propuestos por la organización y el personal.
- Organización con giro de negocio dinámico y versátil de manera constante.

2.6 MANUAL DE POLÍTICAS

Es un documento en el cual se establecen lineamientos generales dentro de la empresa, este mecanismo permite precautelar los bienes de la entidad, controlar al personal, visitantes y demás normativas que considere necesaria la organización. Entre los manuales de políticas que se pueden desarrollar tenemos:

- ✓ Seguridad interna
- ✓ Capacitación del personal
- ✓ Vestimenta del personal
- ✓ Compra de activos
- ✓ Estandarización para presentar informes
- ✓ Tipos de promociones para la venta
- ✓ Entre otras.

2.7 FLUJOGRAMAS

Es una gráfica que representa la secuencia de etapas que componen un proceso, así como sus movimientos y decisiones. Esta herramienta permite comprender de manera precisa el funcionamiento de un proceso determinado, el cual puede ser interpretado y analizar por una persona de la propia empresa o ajena a ella.

Además este tipo de diagrama permite identificar las posibles oportunidades de mejora, a través del análisis de las actividades, decisiones y documentos necesarios.

GRÁFICOS QUE SE UTILIZAN EN UN FLUJOGRAMA




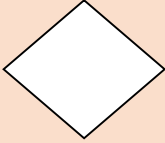
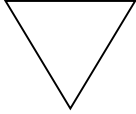
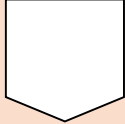
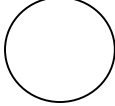
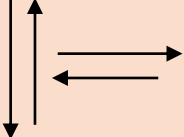
	<p>Inicio o término: Indica el principio o fin del flujo: Puede ser acción o lugar; además, se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.</p>
	<p>Actividad: Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.</p>
	<p>Documento: Representa cualquier documento que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.</p>
	<p>Decisión o alternativa: Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más opciones.</p>
	<p>Archivo: Indica que se guarde un documento en forma temporal o permanente.</p>
	<p>Conector de página: Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continúa el diagrama de flujo.</p>
	<p>Conector: Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte del mismo.</p>
	<p>Líneas de flujos: Son flechas que conectan cada uno de los pasos del proceso.</p>

Figura No. 3 Simbología de norma ANSI

Elaborado por: Adriana Almeida Morán

2.8 ORGANISMOS DE CONTROL

Los organismos que ejercer control sobre las empresas de radiodifusión, por lo general son del sector público cuyo objetivo es velar por la transmisión de información veraz, responsable y transparente a los radioescuchas. Las entidades que controlan a las empresas de radio son:

1. Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL): Es un organismo público encargado de velar y controlar la prestación de servicios de telecomunicaciones, televisión, radiodifusión y el uso del espectro radioeléctrico, de manera transparente y responsable sin perjuicio a los usuarios.
2. Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL): Es una entidad pública cuyo objetivo es administrar el espectro radioeléctrico y hacer cumplir la normativa legal expuesta por el Ministerio de Telecomunicaciones y el CONATEL.
3. Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL): Es un organismo público que regula y administra las telecomunicaciones del país, cuyo objetivo es establecer políticas, plan de frecuencias, establecer condiciones para el uso de frecuencias y concesiones; y uno de los aspectos más importantes es que debe de autorizar a la SENATEL la suscripción para los contratos en donde se utilice el espectro radioeléctrico y otras autorizaciones para el funcionamiento de dicha entidad (SENATEL).³
4. Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER): Es una organización sin fines de lucro, que tiene por objetivo velar por la información libre y democrática para los ecuatorianos; y precautelar la libre expresión.⁴

³Consejo Nacional de Telecomunicaciones. Competencias del CONATEL. 15 de agosto del 2013. Disponible en <http://www.regulaciontelecomunicaciones.gob.ec/conatel/>

⁴ Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión. 15 de agosto del 2013. Disponible en <http://www.tenkaiecuador.com/aerguayas/>

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS DE LA EMPRESA

3.1 RESEÑA HISTÓRICA

La compañía Radiotelescucha S.A., cuyo nombre comercial nos referiremos durante toda esta tesis como Radio ABC, el nacimiento es una aspiración y realización familiar. La primera emisión fue el 24 de julio de 1995; ya teniendo definido el proyecto a seguir. Se pensaba en una radio que aglutinara el gusto popular, se conocía de antemano, que al pueblo le gustaba: escuchar noticias, música de corte popular y tener un espacio para poder reclamar sus necesidades barriales, agrarias, culturales y políticas; visitando los estudios, o a través de llamadas telefónicas.

Durante estos 18 años Radio ABC, ha consolidado varios programas que están debidamente identificados en el corazón del pueblo, tales como nuestros “noticieros ABC, a los que se ha fortalecido adquiriendo nuevos equipos con tecnología de punta, constituidos por espacios interactivos y de opinión que permite transmitir los hechos noticiosos desde cualquier punto de la república del Ecuador y del extranjero sin ninguna restricción. No podían faltar los programas de transportistas que mediante las ondas de ABC transmiten el trabajo en comunidad; educativos, dirigidos por auténticos educadores con muchos años de experiencia.

3.2 MISIÓN

Brindar a los ecuatorianos información veraz, transparente y responsable durante las veinte y cuatro (24) horas del día, a través de la transmisión radial

a nivel nacional con la finalidad de contribuir con el desarrollo económico del país. Además, fomentar la música de nuestra cultura, valores personales y la interacción entre los diferentes grupos de la sociedad.

3.3. VISIÓN

Ser una compañía de radiodifusión con cobertura a nivel nacional, encargada de brindar información oportuna, veraz y confiable a los ecuatorianos; además ofrecer espacios publicitarios a precios competitivos en el mercado.

3.4 VALORES

Servicio: El personal encargado de la venta de publicidad, reflejará respeto, entusiasmo con los clientes que deseen solicitar el servicio de publicidad que la compañía ofrece al público general. De igual manera brindará una comunicación efectiva y veraz a la ciudadanía ecuatoriana, velando por el bienestar y buen vivir de los radioescuchas.

Excelencia: Durante los inicios de Radio ABC, la compañía de forma continua implementa mejoras en el servicio de publicidad y programación, con la finalidad de ofrecer la mejor sintonía a los oyentes.

Compromiso: Asumir de manera responsable los compromisos adquiridos por los patrocinadores, según las especificaciones contractuales.

Innovación: Uno de los aspectos fundamentales para que la compañía alcance la sostenibilidad deseada, es la innovación constante de los equipos tecnológicos. En la actualidad presenta equipos de última tecnología que permite ofrecer un servicio de calidad.

Responsabilidad: Radio ABC presenta una responsabilidad empresarial tanto con los patrocinadores, empleados y radioescuchas al momento de brindar una información determinada. Sin embargo, existe una

responsabilidad social, que permite a determinados grupos de la sociedad expresar su pesar de un tema específico.

3.5 ORGANIGRAMA

La manera ideal para ejercer control de la compañía "RADIO ABC" es a través de un organigrama estructural, el cual hasta la actualidad ha sido de gran utilidad permitiendo una administración eficiente y productiva.

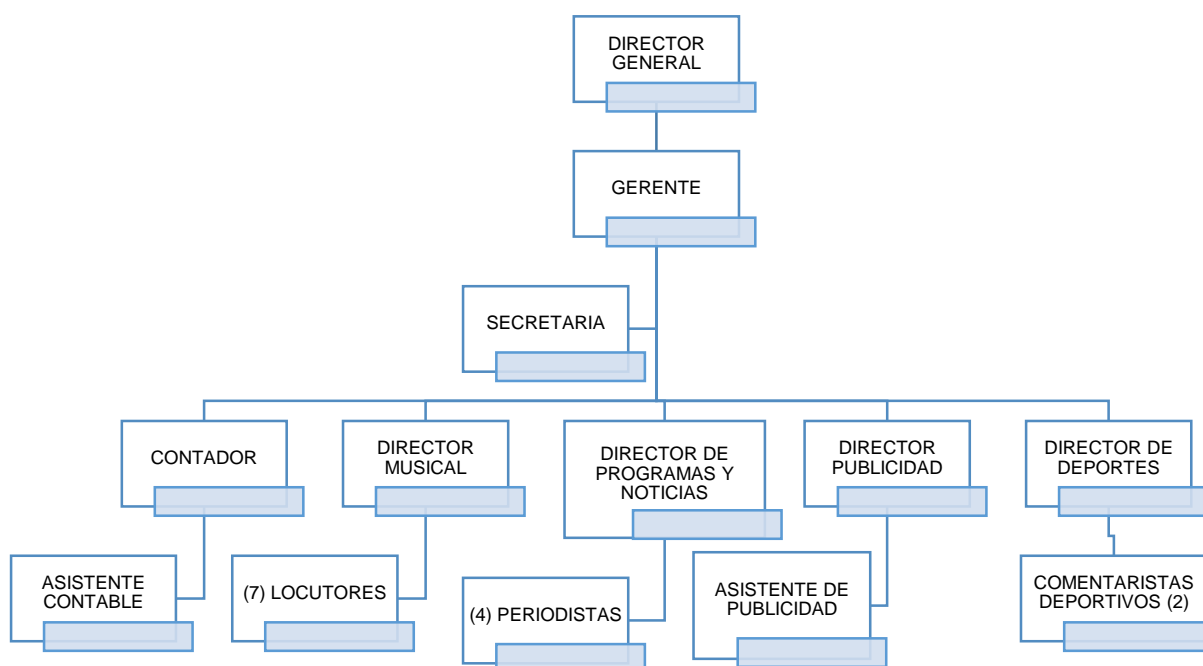


Figura No. 4 Organigrama de Radio ABC

Fuente: Radio ABC

3.6 COBERTURA

Gracias a la tecnología de punta que presenta Radio ABC, puede emitir su señal radial a toda la Costa, Sierra y parte del Oriente ecuatoriano acaparando una gran cantidad de radioescuchas. Además la señal radial emitida por la

radio en estudio, brinda el servicio de información y demás entretenimiento a la parte norte de nuestro país hermano que es Perú.

La Compañía Radiotelescucha tiene autorizado a usar una frecuencia AM, del cual es una señal que brinda excelente avance que ayuda a cubrir todo el territorio Ecuatoriano.



Figura No. 5 Cobertura radial de Radio ABC a nivel del Ecuador

Fuente: Radio ABC

3.7 PAQUETES PUBLICITARIOS

Con gran satisfacción se expresa que RADIO ABC, tiene el más sofisticado sistema de radiodifusión del ECUADOR, dotado de una avanzada tecnología; sonido estéreo, servicio satélite, potentes transmisores que cubren todo el

territorio nacional. En el gráfico anterior se ve que la cobertura desde Guayaquil hacia todo el Ecuador con una sola estación radial. La emisora cuenta con los más modernos equipos y móviles vía-microonda para la cobertura informativa.

Radio ABC ofrece un formato de programación adulto-contemporáneo en la transmisión de noticias, música y deportes conducidos por un selecto grupo de profesionales, que han realizado una completa investigación de mercado y que genera una penetración en la audiencia de alto poder adquisitivo.

A continuación se pone a consideración las siguientes propuestas radiales:

Paquete full

Incluye: Menciones en las 3 emisiones de noticias XXX AM “La hora de los espacios Ecuatorianos gracias a.....” cada 10 minutos más 4 cuñas de lunes a viernes. Horarios (M): 05h00 – 09h30, 12h00 – 14h00, 17h00 – 18h00

Paquete A

Incluye: Colilla presentación y despedida “Noticiero presentado gracias a” Noticiero Primera Emisión AAA - 05h30 – 09h30

Retransmitido XX.X FM y Radio Luna XXX AM Quito

Cuñas (4) diarias – Bonificación: 2 cuñas de lunes a viernes rotativas.

Paquete B

Incluye: Colilla presentación y despedida “Noticiero presentado gracias a ” 12h00 – 14h00 Cuñas 12h30, 13h30 – Menciones (2)

ABC XXX AM emite cuatro emisiones noticiosas de lunes a viernes, retransmitidos simultáneamente a través de ABC FM XX.X, en sus dos primeras emisiones y Luna XXX AM, noticiero matinal en la ciudad de Quito.

Los paquetes publicitarios los podemos fusionar entre noticieros, musicales, en programas como; Acción y Justicia, La voz del taxista cooperado (Unión de taxistas – únicamente los días sábados), Hablando de Salud con el Dr. Carlos Gaibor – todos los domingos, entre otros. Así mismo, en noticieros y rotativos musical de ABC FM XX.X.

RADIO ABC es el medio ideal para invertir por su gran cobertura a nivel nacional.

3.8 ANÁLISIS FODA

Este análisis consta de dos partes; un análisis interno que comprende fortalezas y debilidades; midiendo la capacidad de los recursos actuales de Radio ABC, un análisis externo que nos hace comprender las oportunidades y las posibles amenazas que se puedan presentar en el transcurso del negocio en marcha.

Tabla No. 1: Análisis FODA

		POSITIVO ▲	NEGATIVO ▼
		FORTALEZA	DEBILIDADES
ANÁLISIS DEL ENTORNO	ANÁLISIS INTERNO	Personal con experiencia en el campo	Compañía familiar
		Precios competitivos de la Publicidad (mayores ingresos)	Falta de un control interno
		Tecnología de última generación	No existe funciones claramente definidas
		Alcance radial de largo alcance	
	ANÁLISIS EXTERNO	OPORTUNIDAD	AMENAZAS
	Incremento de la Industria Comercial	Barrera Gubernamentales	
	Compra de tecnología a bajo costo	Rivalidad agresiva de competidoras existentes	
	Incrementar el alcance radial		

Fuente: Radio ABC

Elaborado por: Adriana Almeida Morán

3.9 ANÁLISIS DEL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN

Como una medida para comprender la dinámica del sector de radiodifusión, se empleará un análisis general de las compañías registradas por la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL), con la finalidad de

identificar la competencia y mercado en donde se encuentra la empresa en estudio.

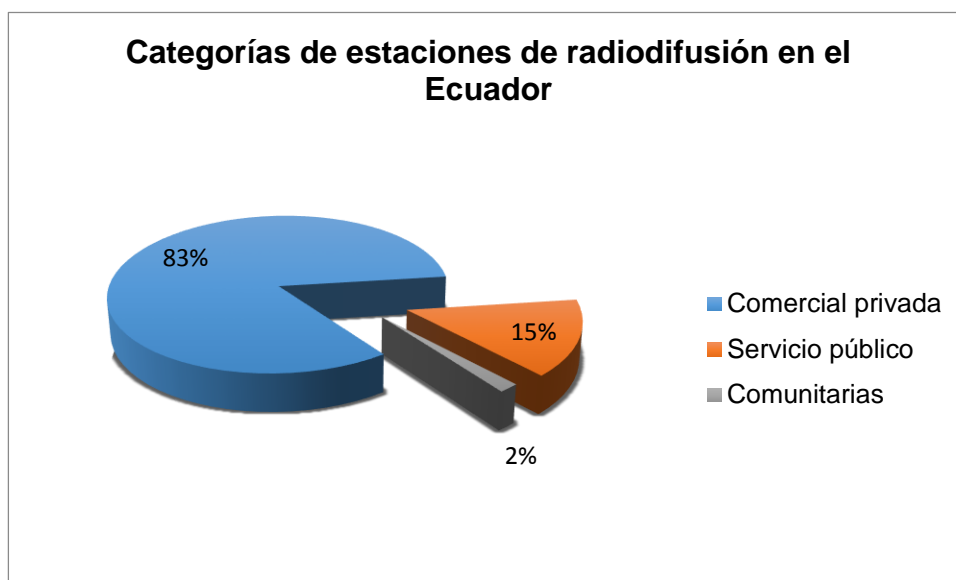


Gráfico 2 Categorías de estaciones de radiodifusión

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones

La Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel) con la finalidad de mantener identificadas las compañías de radiodifusión, bajo el cumplimiento de la Constitución de la República del Ecuador según su sección tercera “Comunicación e Información”, artículo 16; clasifica a las estaciones de radio como: Públicas, Privadas y Comunitarias.

Según el **gráfico No. 2** datos recabado por la Supertel, el 83% de las compañías de radio son privadas, un 15% corresponden al sector público y la diferencia pertenece a la categoría de comunitarias.

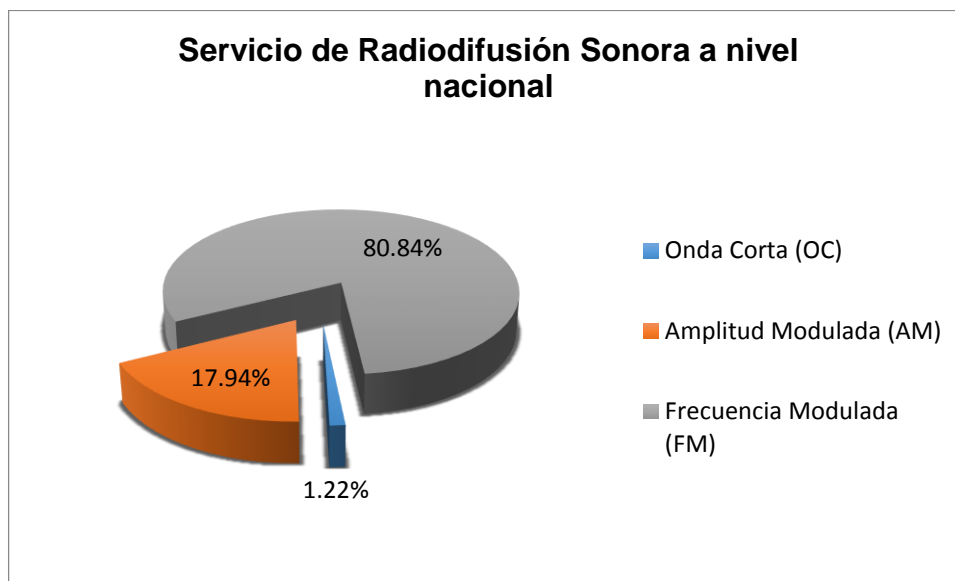


Gráfico 3 Servicio de radiodifusión en el Ecuador

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones

Las ondas sonoras que transmiten las compañías de radio en el Ecuador se encuentran clasificadas en onda corta, amplitud modulada (AM) y frecuencia modulada (FM).

En el **gráfico No. 3** según el tipo de servicio, se puede denotar que un 80,84% de la radio utilizan una onda sonora de frecuencia modulada la cual presenta una amplitud constante, mientras que el 17,94% de la compañías emiten una amplitud modulada con radiofrecuencia (RF) constante. Por último un 1,22% realizan transmisiones radiales a través de onda corta, este tipo de mecanismo por lo general es utilizado por compañías ubicadas en pueblos pequeños.

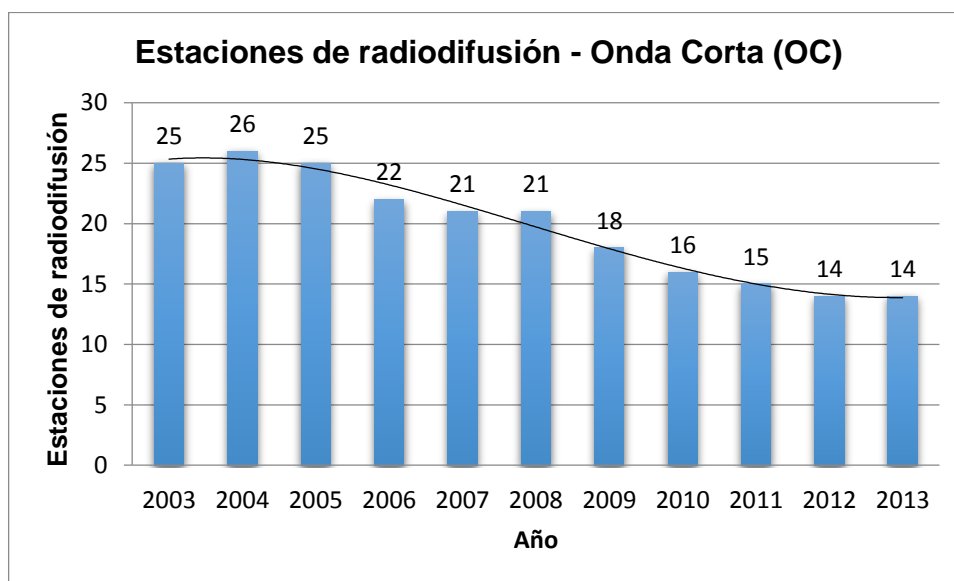


Gráfico 4 Radiodifusión sonora – Onda Corta

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones

Con la finalidad de analizar el comportamiento histórico de las compañías de radiodifusión que emiten ondas de corto alcance; en el **gráfico No. 4** se muestra la tendencia durante los últimos diez (10) años, el cual es notorio el descenso del número de compañías que brindan el servicio de radiodifusión.

Unos de los principales motivos de dicha tendencias es la innovación tecnológica, que las compañías en busca del crecimiento constante se cambian a frecuencia o amplitud modulada. Otro de los factores es que dado a su corto alcance no les permite, generar mayor cantidad de réditos lo que dificulta el costeo de sus gastos operativos y demás relacionados al giro del negocio.

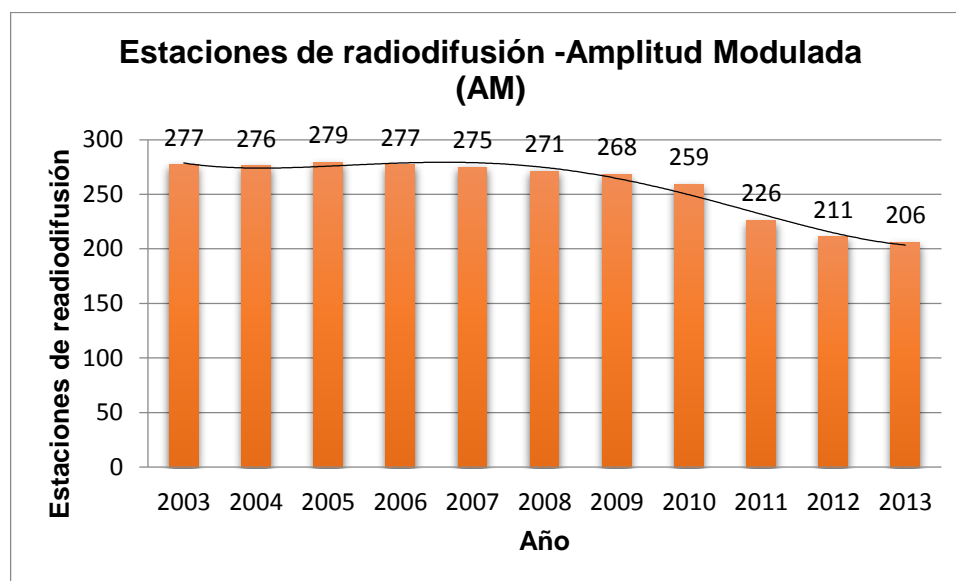


Gráfico 5 Radiodifusión sonora – Amplitud Modulada (AM)

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones

En el **gráfico No. 5** muestra la tendencia de las compañías de radio que han existido y que se mantienen hasta la actualidad (2013), en donde se puede observar una leve disminución y esto se ha producido por las devoluciones de concesiones al Estado Ecuatoriano por ciertos acuerdos.

También se ha producido por el cambio de onda sonora de amplitud modulada (AM) a frecuencia modulada (FM), con el objetivo de alcanzar sus metas institucionales y brindar un servicio acorde a las necesidades de sus fieles radioescuchas.

Es importante destacar que las compañías que utilizan amplitud modulada (AM), en Ecuador presentan un papel importante dentro de la economía del país, por lo que se puede afirmar que este tipo de modalidad no ha perdido su trascendencia.

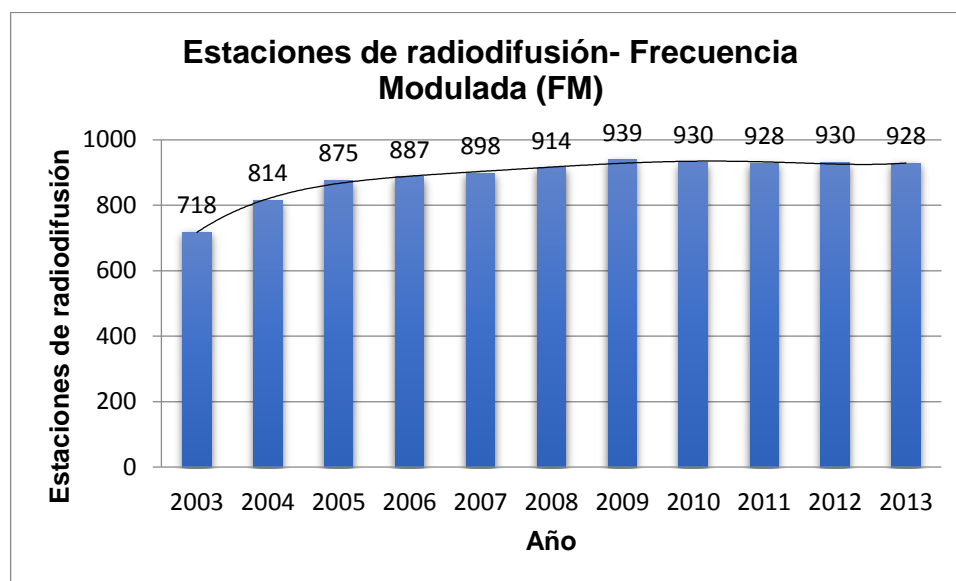


Gráfico 6 Radiodifusión sonora – Frecuencia Modulada (FM)

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones

Las estaciones de radiodifusión con frecuencia modulada FM han presentado un crecimiento desde el 2003 hasta el 2009, pero a partir del 2010 ha existido un leve aumento y disminución; esto se ha producido por las nuevas regulaciones gubernamentales con el fin de regular los contenidos de información que los diferentes medios (radio, televisión, prensa escrita e internet) que se transmiten día a día.

Las compañías con ondas sonoras (FM), por lo general son tipos de radiodifusoras que brindan más el servicio de entretenimiento y no de información sobre los acontecimientos que surgen en el país, por lo que de una u otra forma afectan o benefician a los ecuatorianos.

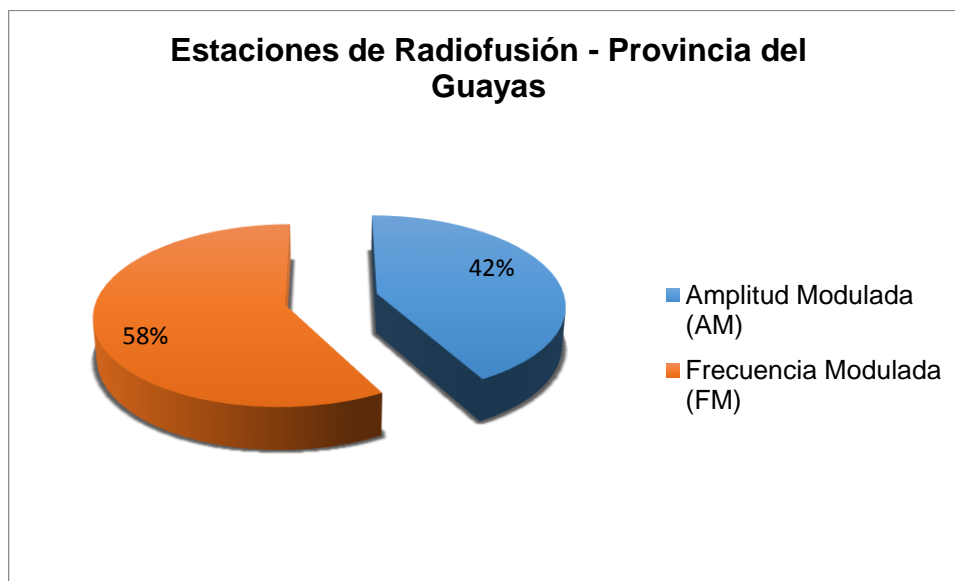


Gráfico 7 Compañías de radiodifusión en la provincia del Guayas

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones

En el **gráfico No. 7** se hace una segmentación de las compañías con amplitud (AM) y frecuencia (FM) que actualmente operan en la provincia del Guayas; en donde un 58% de las radiodifusoras utilizan la frecuencia modulada y la diferencia se emplean las ondas sonoras de amplitud modulada. Se hace énfasis a la provincia del Guayas dado que la empresa en estudio se encuentra ubicada en dicha zona; no se mencionan compañías de ondas cortas debido a que no existe compañía alguna que opera con dicha modalidad.

Además es importante destacar que la provincia del Guayas, es el territorio que presenta mayor cantidad de compañías de radiodifusión a nivel nacional, de las cuales el 95% son privadas y un 5% corresponden al sector público.

CAPÍTULO IV

4. METODOLOGÍA

Este trabajo es de tipo aplicado al diagnóstico, evaluación y análisis de un problema de investigación, sin llegar a la proposición de un programa, estrategia o intervención que tienda a solucionarlo, deben plantear problemas de investigación cuya importancia y pertinencia justifique plenamente su abordaje, y su complejidad o amplitud imposibilite el diseño o construcción de una propuesta acabada para su posible solución. La validez del aporte supondría el abordaje mismo del problema justamente por los elementos apuntados y la eventual novedad del estudio.

La metodología implementada es hipotético-deductivo según Karl Popper (1997) el procedimiento o camino que sigue el investigador para hacer de su actividad una práctica científica. El método hipotético-deductivo tiene varios pasos esenciales: observación del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

4.1. EL ENFOQUE CUALITATIVO

El enfoque es cualitativo, un enfoque cualitativo es según Sampieri leído en una publicación de Hernández (2010) utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medicina numérica el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. Se escogió este método por lo que se revisó la información que produce la radio.

4.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

La población es según Zapata Casiano (2010) es el conjunto total de personas que satisfacen los criterios del estudio y que podrían ser incluidos en la investigación y la muestra según Mohammad (2000) es el principio de que las partes representan al todo y por tal, refleja las características que definen la población de la cual fue extraída. Esto ayudará a determinar los objetivos a ser estudiados.

La muestra según Hernández (2010) es el proceso cualitativo es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia.

Una muestra por conveniencia según Creswell (2008) lo define como un procedimiento de muestreo cuantitativo en el que el investigador selecciona a los participantes. Se escogió esta empresa y sus empleados para ver si sus funciones laborales iban con su cargo.

4.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN

1. **Observación directa** según Rodriguez (2005) es aquella en la que el investigador puede observar y recoger datos mediante su propia observación. Este tipo de observación puede ser intersubjetiva cuando es basado en el principio de que observaciones repetidas de las mismas respuestas por el mismo observador deben producir los mismos datos.

Se evidencio que no tienen documentos que detallen las funciones, las responsabilidades de cada uno de los empleados, se pidió información sobre los estados financieros y se constató que su registro contable se lo llevan mediante Excel y su personal tiene múltiples funciones por lo cual más adelante se establece un manual de funciones para cada uno de ellos.

2. **Entrevista** según Nohaum en el libro de Acevedo I, Florencia A (1988) es un intercambio verbal, que nos ayuda a reunir datos durante un encuentro, de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia, da su versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas con un problema específico.

Se conversó con el Gerente de la compañía y se le realizó un cuestionario, mediante el cual se observó y se llegó a la conclusión sobre el interés de diseñar un manual de procesos, que ayudará a cumplir sus objetivos organizacionales.

3. **Revisión documental** una estrategia den la que se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas y empíricas usando para ello diferentes tipos de documentos donde se indaga, interpreta, presenta datos e información sobre un tema determinado de

cualquier ciencia, utilizando para ello, métodos e instrumentos que tiene como finalidad obtener resultados

Se pidió un registro de documentos del personal, del tiempo, revisión de instrumentos por lo cual no lo tienen y por eso como se verá más adelante se sugiere un modelo financiero aplicable. Realizando estudios en las áreas operativas, estableciendo parámetros para el personal de cada área, a través de un plan de capacitación.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

La importancia de diseñar un sistema de control interno, es que permite administrar de manera eficiente el personal, los bienes e información dentro de una organización para utiliza cada uno de los recursos de forma eficiente y en el momento indicado; bajo aspectos que permitan certificar el registro oportuno, la custodia e integridad.

El control interno se llevará a cabo en el presente estudio, incluirá controles tanto para cada uno de los empleados (función de responsabilidades), para precautelar los recursos financieros y bienes de la institución.

El diseño del sistema de un control interno para una empresa de Radiodifusión en la ciudad de Guayaquil, será un medio que a través de la implementación contribuirá a mejorar la operatividad y eficiencia de la compañía.

La finalidad del sistema de control interno que se propondrá, servirá para establecer de manera documentada un estándar de las funciones y responsabilidades del personal, así como los lineamientos de la organización; permitiendo alcanzar un crecimiento operativo de dicha empresa.


5.1 MANUAL DE CONTROL INTERNO

5.1.1 MANUAL DE FUNCIONES PARA EL CONTROL INTERNO

El manual de funciones permitirá establecer las actividades de cada uno de los cargos establecidos en la estructura orgánica. Es importante recalcar que Radio ABC presenta un control interno empírico más no documentado, por lo que en el presente trabajo se recabará información con la alta dirección, para de esta manera segregar funciones de cada uno de los cargo evitando duplicación de actividades

5.1.2 MANUAL DE CONTROL INTERNO CONTABLE


Todo procedimiento contable se lo realizaba en Excel, por lo cual se implementará un programa contable conforme al manual de control interno que se empleará de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	1	De	19
	5.1.1 Manual de funciones para el control interno	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

Índice

1. Introducción
2. Objetivo del Manual
3. Base Legal
4. Atribuciones
5. Políticas
6. Misión y Visión
7. Objetivos
8. Estructura Orgánica
9. Organigrama
10. Funciones y Descripción de Puestos

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	2	De	19
	5.1.1 Manual de funciones para el control interno	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

1. Introducción


La finalidad de este manual es que nuestra empresa cuente con una guía que nos exponga como está organizada “Radio ABC”, las áreas que lo conforman y sus funciones respectivas.

Para la empresa es de vital importancia identificar la alta dirección, los departamentos, las funciones de cada uno de los empleados de la organización y las interrelaciones que existen entre ellas. Cabe indicar que en el diseño del manual de organización se tendrá presente en toda instancia la segregación de funciones como un mecanismo para reducir el riesgo de las posibles irregularidades.

En este manual expondremos la historia de la empresa, organigrama, directorio y todo lo funcional relacionado con nuestra entidad.

La revisión del manual de organización, deberá ser cada dos años para constantemente realizar mejoras a la organización.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	3	De	19
	5.1.1 Manual de funciones para el control interno	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

2. Objetivo del Manual

Definir las funciones y responsabilidad de cada uno de los cargos que se encuentran estipulados en la estructura orgánica de “Radio ABC”, así como la determinación de los departamentos, jerarquías y establecimiento y cumplimiento de las políticas institucionales.

3. Fundamento Legal

1. Leyes

- ✓ Constitución Política del Ecuador
- ✓ Ley Especial de Telecomunicación
- ✓ Ley de Orgánica Comunicación


2. Reglamentos

- ✓ Reglamento General a la Ley Especial de Telecomunicación

3. Políticas

- ✓ Política de compra de activo no corriente.
- ✓ Política de la seguridad interna
- ✓ Política para transmitir publicidad

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	4	De	19
	5.1.1 Manual de funciones para el control interno	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

4. Atribuciones

- ✓ La empresa brindará información de los acontecimientos del día a día del Ecuador a toda la comunidad, y brindará el servicio de publicidad pagada para los proveedores que deseen promocionar sus productos o servicios.

5. Políticas

Política de compra de activos no corrientes

Justificar las posibles compras de activos no corrientes para el desarrollo de las actividades propias de la empresa, y determinar los beneficios futuros de la innovación de los equipos tecnológicos para la transmisión de la frecuencia de radiodifusión.


Política de seguridad interna

Se considera esta política indispensable ya que permite salvaguardar la integridad física del personal y de los bienes de la institución.

Política de publicidad

Asegurar que los contenidos vertidos en los espacios publicitarios, no afecten la moral y ética de los radioescuchas, y brindar un servicio con un sistema de mejora continua.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	5	De	19
	5.1.1 Manual de funciones para el control interno	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

6. Misión y Visión


Misión

Brindar a los ecuatorianos información veraz, transparente y responsable durante las veinte y cuatro (24) horas del día, a través de la transmisión radial a nivel nacional con la finalidad de contribuir con el desarrollo económico del país. Además se pretende fomentar la música tradicional de nuestra cultura, valores personales y la interacción entre los diferentes grupos de la sociedad.

Visión

Ser una compañía de radiodifusión con cobertura a nivel nacional, encargada de brindar información oportuna, veraz y confiable a los ecuatorianos; además ofrecer espacios publicitarios a precios competitivos en el mercado.


Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	6	De	19
	5.1.1 Manual de funciones para el control interno	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

7. Objetivos

- ✓ Ofrecer un servicio publicitario profesional y de calidad, a costos competitivos del mercado.
- ✓ Brindar información de manera oportuna a los radioescuchas sobre los últimos acontecimientos del país.
- ✓ Disponer de tecnología de última generación para la transmisión de la señal radial.
- ✓ Buscar nuevos segmentos del mercado que permita incrementar los contratos publicitarios.
- ✓ Disponer de un plan que permita alinear las estrategias de la organización con los diferentes sistemas de información, asegurándonos que los proyectos respondan a las necesidades de la empresa.
- ✓ Optimizar los recursos que Radio ABC utilizada, como un mecanismo de incrementar el porcentaje de ganancia.


Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	7	De	19
	5.1.1 Manual de funciones para el control interno	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

8. Estructura Orgánica

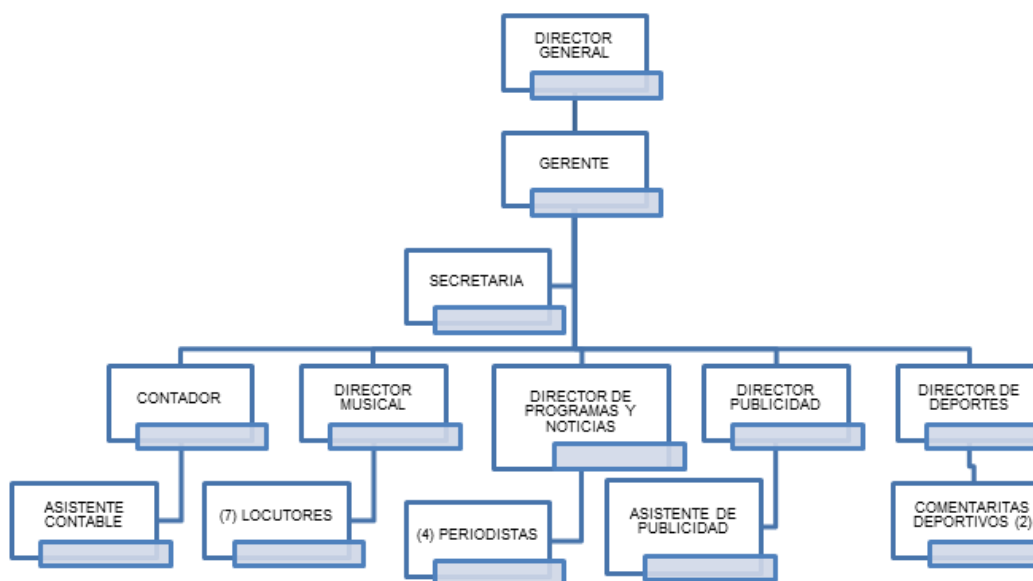
- 1. Director General**
- 2. Gerente**
- 3. Contador**
 - 3.1 Asistente Contable
- 4. Director Musical**
 - 4.1 Locutor
- 5. Director de Deporte**
- 6. Director de Programas y Noticias**
 - 6.1 Periodistas
- 7. Director de Publicidad**
 - 7.1 Asistente de Publicidad 1

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

<p>Radio ABC</p> 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	8	De	19
	5.1.1 Manual de funciones para el control interno	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			


9. Organigrama Funcional

Radio ABC



Responsable de su elaboración
 Adriana Almeida Morán
Fecha: Noviembre 01 de 2013

Elaboró: Adriana Almeida Morán	Revisó: Juan Espinoza León	Autorizó: Pedro Vargas Vera
--	--------------------------------------	---------------------------------------

Radio ABC 	<i>Radio ABC</i>	<i>Fecha</i>	<i>Noviembre 1 de 2013</i>		
		<i>Página</i>	<i>9</i>	<i>De</i>	<i>19</i>
	<i>5.1.1 Manual de funciones para el control interno</i>	<i>Sustituye a</i>			
	<i>Específico</i>	<i>Página</i>		<i>De</i>	
		<i>De fecha</i>			

10. Funciones y Descripción de Puestos

Director General

Funciones:

1. Revisar y aprobar la programación de noticias y enlaces diarios.
2. Elaborar y aprobación del presupuesto anual.
3. Aprobar e inspección de los activos fijos (antenas, cables, consolas, etc.).
4. Dar visto bueno de las propuestas publicitarias.
5. Supervisar de la ejecución de los programas de trabajo aprobados y cumplimiento de las normas y procedimientos de carácter administrativos.

Descripción del Puesto


Denominación del Cargo: Director General

Requerimiento del puesto: Ingeniero Comercial, Licenciado en Gestión Empresarial Dominio idioma inglés escrito y hablado.

Experiencia laboral: Tres años

Habilidad laboral: Capacidad de toma de decisiones de manera eficiente.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	10	De	19
	5.1.1 Manual de funciones para el control interno	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

GERENTE

Funciones:

1. Definir la política de calidad, aprueba los objetivos de calidad y se asegura de su difusión y comprensión.
2. Responsable de la planificación, organización y control de todas las actividades de la empresa.
3. Autorizar el pago a empleados.
4. Seleccionar el personal idóneo para la empresa.
5. Aprobar los egresos operativos
6. Dar la aprobación de la programación musical según cronograma
7. Aprobar el contenido de noticias e información y publicidad.
8. Hacer cumplir las disposiciones legales.

Descripción del Puesto


Denominación del Cargo: Administrador

Requerimiento del Puesto: Ingeniero Comercial, Licenciado en Gestión Empresarial Dominio idioma inglés escrito y hablado.

Experiencia laboral: Haber desempeñado un cargo similar con un mínimo de tres años.

Habilidades requeridas: Capacidad de Liderazgo y motivación, de manera de influir positivamente en las actitudes de todos bajo su cargo. Abierto a discusión, permitiendo el desarrollo de ideas por parte de todo el grupo. Capacidad para delegar funciones y responsabilidades.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	11	De	19
	5.1.1 Manual de funciones para el control interno	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

CONTADOR

Funciones

1. Revisa y aprueba la confección de declaraciones de impuestos de carácter anual y mensual.
2. Programa y supervisa las actividades de cierre de estados financieros.
3. Prepara la información necesaria para la toma de decisiones del Director y Administrador.
4. Realizar los roles de pago.
5. Elaborar el presupuesto anual.
6. Llevar los registros contables de forma ordenada de acuerdo a Normas Internacionales de información Financiera

Descripción del Puesto


Nombre del Cargo: Director de Contabilidad

Preparación académica requerida: Ingeniero Comercial, Contador o similar. Inglés técnico.

Experiencia requerida: Haber desempeñado un cargo similar con un mínimo de tres años.

Habilidades requeridas: Dinámico, creativo, condiciones de liderazgo. Manejo índices Financieros y de control de gestión. Conocimientos básicos Leyes laborales y, Tributarias. Manejo de utilitarios informáticos. Buenas relaciones interpersonales.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	12	De	19
	5.1.1 Manual de funciones para el control interno	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

Asistente Contable

Funciones:

1. Facturar cualquier tipo de transacción.
2. Almacenar los documentos de soporte.
3. Ejecutar labores del Director de Contabilidad.
4. Asistir en el registro de los procesos contables.
5. Elaborar las planillas de aportaciones al IESS.
6. Colaborar en la preparación del presupuesto anual.

Descripción del Puesto:


Denominación del cargo: Asistente de Facturación

Preparación académica requerida: Ingeniero Comercial – Contador o similar

Experiencia requerida: Tres años

Habilidades requeridas: Manejo de utilitarios informáticos, capacidad de análisis, buen manejo de relaciones interpersonales, liderazgo y dinamismo. Resistencia al trabajo bajo presión, conocimiento de leyes tributarias capacidad para preparar informes de gestión de acuerdo a las necesidades de cada unidad de negocio dentro de la organización.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	<i>Radio ABC</i>	<i>Fecha</i>	<i>Noviembre 1 de 2013</i>		
		<i>Página</i>	<i>13</i>	<i>De</i>	<i>19</i>
	<i>5.1.1 Manual de funciones para el control interno</i>	<i>Sustituye a</i>			
	<i>Específico</i>	<i>Página</i>		<i>De</i>	
		<i>De fecha</i>			

Director Musical

Funciones:

1. Digitalizar los efectos musicales.
2. Programar la música de acuerdo al cronograma aprobado.
3. Controlar el uso de los equipos tecnológicos.
4. Diseñar los spot publicitarios.
5. Controlar el desempeño de sus subalternos.

Descripción del Puesto

Denominación del cargo: Director Musical


Preparación académica requerida: Administración de empresas o similar.

Experiencia requerida: Cinco años

Habilidades requeridas:

Manejo de utilitarios informáticos, Buenas relaciones interpersonales.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	14	De	19
	5.1.1 Manual de funciones para el control interno	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

Locutor

Funciones:

1. Conducir y animar la programación establecida.
2. Difundir avisos comerciales, mensajes publicitarios o de propaganda, promociones, o comunicados institucionales, previamente aprobados por el administrador.
3. Presentar y efectuar el enlace de continuidad de los informativos de radio y noticieros.
4. Realizar la locución y/o doblajes publicitarios.
5. Interactuar con los radioescuchas, dependiendo de la programación

Descripción del puesto


Nombre del Cargo: Locutor

Requerimiento del puesto: Sexo indistinto, edad 20 años en adelante, estado civil indistinto.

Experiencia laboral: 1 año.

Habilidad laboral: Uso de computadora, fax, teléfono y locución.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	15	De	19
	5.1.1 Manual de funciones para el control interno	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

Director de Deportes

Funciones

1. Asistir a todos los eventos deportivos
2. Informar sobre las noticias deportivas a los radioescuchas.
3. Revisa, distribuye, controla, modifica los documentos del Sistema de radial.
4. Tiene autoridad para identificar y registrar cualquier problema relativo al proceso operacional y sistema de gestión de calidad, de iniciar, recomendar, o proveer soluciones.
5. Realiza seguimiento de las acciones correctivas y preventivas

Descripción del Puesto


Requerimiento del puesto:

- ✓ Sexo indistinto
- ✓ Mayor de 30 años
- ✓ Estado civil indistinto

Experiencia laboral: Cinco años

Habilidad laboral: Relaciones Interpersonales.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	16	De	19
	5.1.1 Manual de funciones para el control interno	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

Director de Programación y Noticias

Funciones

1. Aprobar el diseño de la publicidad.
2. Actualizar las tarifas por concepto de publicidad.
3. Revisa y edita la noticia
4. Recolecta información de cada uno de los periodistas a su cargo.
5. Preseleccionar la programación radial
6. Procesar y editar la información recolectada por los periodistas.
7. Establecer el cronograma de la transmisión de la publicidad y programas.

Descripción del Puesto

Nombre del Cargo: Director de Programación y Noticias


Preparación académica requerida: Licenciatura en Periodismo

Experiencia requerida: Cinco años

Habilidades requeridas:

- ✓ Conocimientos en leyes laborales
- ✓ Capacidad de lectura rápida
- ✓ Excelente manejo de las relaciones humanas
- ✓ Manejo de utilitarios informáticos

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	17	De	19
	5.1.1 Manual de funciones para el control interno	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

Periodista

Funciones:

1. Realizar trabajo de recolección de información de los acontecimientos del país.
2. Clasificar y seleccionar los temas de interés del público.
3. Valorar, interpretar, analizar y verificar la información recabada.

Descripción del Puesto

Denominación del cargo: Periodista


Preparación académica requerida: Licenciatura en Periodismo o carreras afines.

Experiencia requerida: Tres años

Habilidades requeridas:

- ✓ Dinámico, creativo, condiciones de liderazgo.
- ✓ Capacidad de lectura rápida y redacción
- ✓ Manejo de paquete de Microsoft office
- ✓ Buena relación interpersonal

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	<i>Radio ABC</i>	<i>Fecha</i>	<i>Noviembre 1 de 2013</i>		
		<i>Página</i>	<i>18</i>	<i>De</i>	<i>19</i>
	<i>5.1.1 Manual de funciones para el control interno</i>	<i>Sustituye a</i>			
	<i>Específico</i>	<i>Página</i>		<i>De</i>	
		<i>De fecha</i>			

Director de Publicidad

Funciones

1. Investigar el mercado.
2. Investigar de ranking.
3. Vender espacio publicitario.
4. Visitar de agencias de publicidad para conseguir datos sobre puntajes.
5. Ofrecer paquetes publicitarios a clientes grandes.

Descripción de puesto

Nombre del puesto: Director de Publicidad

Requerimiento del puesto: Sexo indistinto, edad de 30 años en adelante, estado civil indistinto.


Formación: Licenciatura en Marketing o carreras afines.

Experiencia laboral: Cinco años.

Habilidad laboral:

- ✓ Creatividad para el diseño y aprobación de la publicidad.
- ✓ Capacidad analítica de los resultados
- ✓ Capacidad de negociación
- ✓ Implementación de proyectos y programas que contribuyan al incremento de réditos económicos.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	<i>Radio ABC</i>	<i>Fecha</i>	<i>Noviembre 1 de 2013</i>		
		<i>Página</i>	<i>19</i>	<i>De</i>	<i>19</i>
	<i>5.1.1 Manual de funciones para el control interno</i>	<i>Sustituye a</i>			
	<i>Específico</i>	<i>Página</i>		<i>De</i>	
		<i>De fecha</i>			

Asistente de Publicidad

Funciones

1. Gestionar el proceso de cobro por concepto de publicidad.
2. Visitar a clientes de empresas pequeñas para ofrecer venta de publicidad.
3. Proponer paquetes publicitarios acorde al mercado.
4. Asistir en el diseño de la publicidad.
5. Identificar clientes potenciales.

Descripción del puesto

Nombre del puesto: Asistente de Publicidad

Requerimiento del puesto: Sexo indistinto, edad de 23 años en adelante, estado civil indistinto, disponibilidad de horario.


Formación: cursos de publicidad

Experiencia laboral: Tres años.

Habilidad laboral:

- ✓ Diseñar propuestas de diseños publicitarios
- ✓ Capacidad analítica
- ✓ Manejo de paquete de Microsoft office


Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	1	De	6
	5.1.2 Manual de control interno contable	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

Índice

1. Introducción
2. Objetivo del Manual
3. Base Legal
4. Políticas del manual
5. Responsables y área de aplicación
6. Objetivos
7. Diagrama de flujo

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	2	De	6
	5.1.2 Manual de control interno contable	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			


1. Introducción

Este manual que se empleará para la compañía Radio ABC tiene como objetivo presentar el registro contable conforme a las NIIF, en el cual se presentará lineamientos sobre el control y registro de las transacciones.

Desde el punto de vista operacional, el manual será el soporte de las actividades a realizarse dentro de las empresas por parte del personal que labora en el departamento contable.

Con el manual lo que se propone es el de tener un mayor control sobre el registro de las cuentas con la finalidad de obtener estados financieros reales.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	3	De	6
	5.1.2 Manual de control interno contable	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

2. Objetivos del manual

Facilitar al personal un manejo adecuado sobre las cuentas y operaciones de las mismas de manera que se logre un eficiente control contable.


3. Fundamento Legal

1. Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno
2. Ley de Compañías
3. Código Tributario
4. Normas Internacionales de Información Financiera
5. Reglamento de aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno.

4. Políticas del manual

- ✓ El registro de las cuentas se deberá realizar de acuerdo a lo establecido en la Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno, su Reglamento y conforme a la Normas Internacionales de Instituciones Financieras.
- ✓ Los reportes deberán generarse de acuerdo a formatos establecidos por el contador de la empresa.
- ✓ La toma física de los inventarios se realizará de forma cuatrimestral.
- ✓ Los controles de auditoría se realizarán semestralmente para la toma de decisiones por parte de la alta gerencia.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	4	De	6
	5.1.2 Manual de control interno contable	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

5. Responsables y área de aplicación

Los responsables de la ejecución, registro y control de las cuentas contables, todas las personas que integran el departamento contable, por lo cual el área a aplicarse este manual será el mencionado departamento.

6. Objetivos

- ✓ Establecer indicadores financieros para determinar situación económica de la empresa.
- ✓ Brindar información de manera oportuna al contador, para realizar los Estados Financieros.
- ✓ Optimizar/ minimizar errores en el área contable.
- ✓ Brindar seguridad razonable en la toma física del inventario.
- ✓ Permite establecer decisiones oportunas en la selección de los proveedores (precio, calidad, plazo de entrega etc).

7. Diagrama de Flujo

El Diagrama de Flujo correspondiente a este procedimiento se muestra como Gráfico 8, Gráfico 9.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--


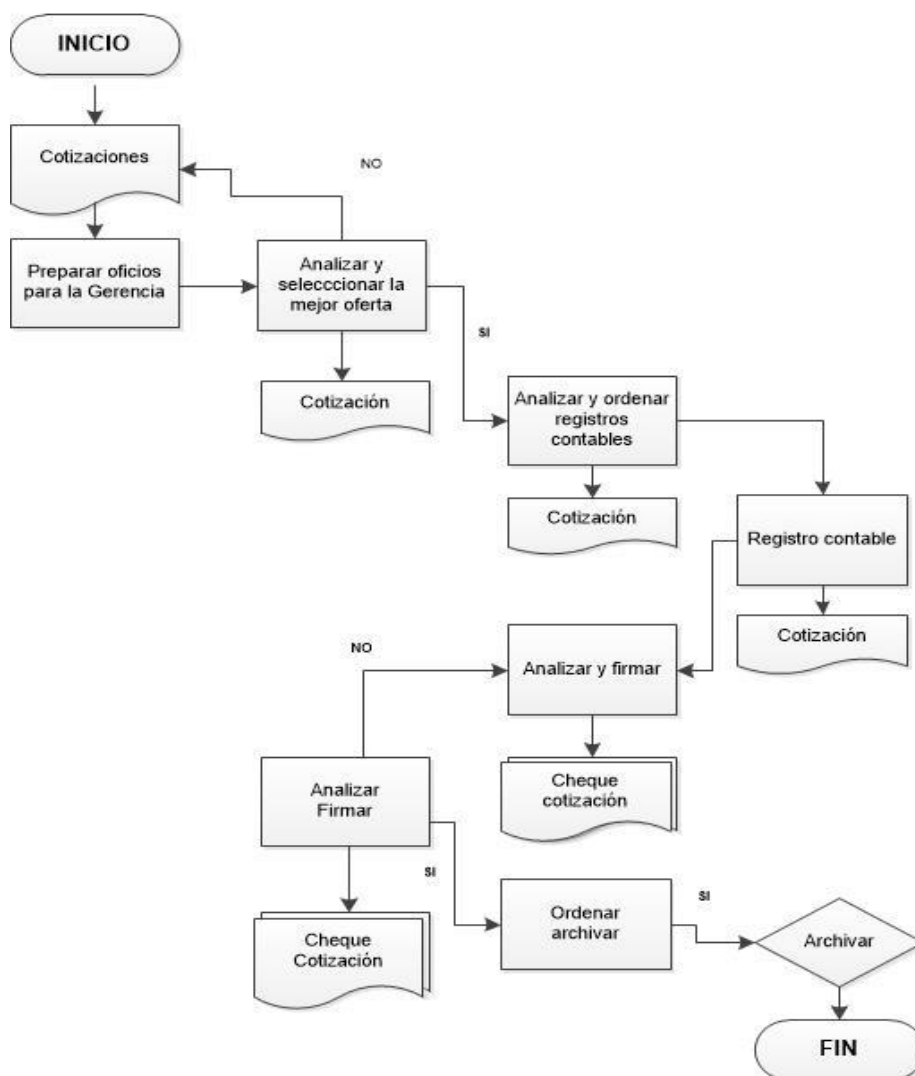
Radio ABC 	<i>Radio ABC</i>	<i>Fecha</i>	<i>Noviembre 1 de 2013</i>		
		<i>Página</i>	<i>5</i>	<i>De</i>	<i>6</i>
	5.1.2 Manual de control interno contable	Sustituye a			
	<i>Específico</i>	<i>Página</i>		<i>De</i>	
		<i>De fecha</i>			

Gráfico 8 Diagrama de flujo del control interno contable (compras)

SECRETARIA GERENTE GENERAL CONTADOR AUXILIAR CONTABLE



Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--


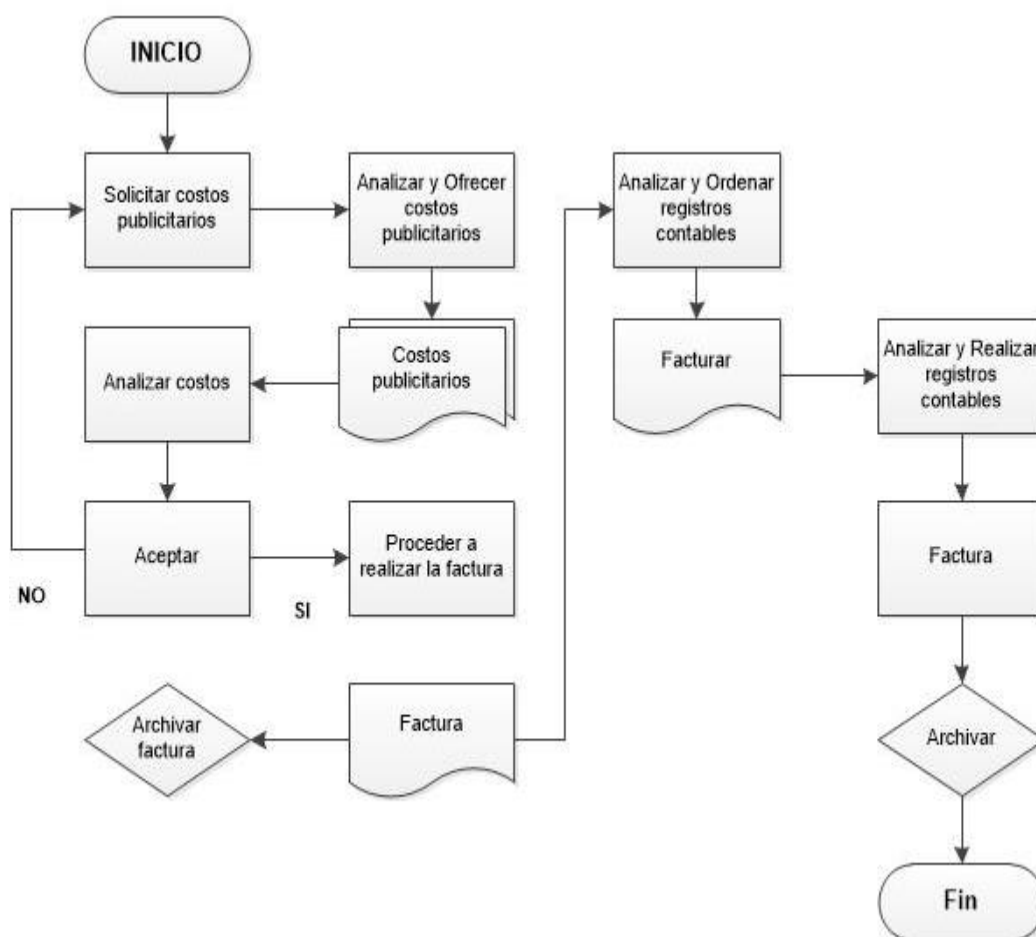
Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	6	De	6
	5.1.2 Manual de control interno contable	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

Gráfico 9 Diagrama de flujo del control interno contable (ventas)

CLIENTE SECRETARIA CONTADOR AUXILIAR CONTABLE



Elaboró:

Adriana Almeida Morán

Revisó:

Juan Espinoza León

Autorizó:

Pedro Vargas Vera

5.2 MANUAL DE POLÍTICA

Es un documento en donde se presentará los lineamientos a seguir dentro un la institución o al momento de aplicar un proceso determinado. En la actualidad, Radio “ABC” no presenta manuales de políticas; sin embargo luego de un análisis con la alta dirección, en primera instancia se establecerá los siguientes manuales:

5.2.1 Política de compra de activos no corrientes


Contribuirá a estandarizar el proceso de compra de activo no corriente, evitando hacer adquisición de bienes de manera innecesaria (Procedimientos de Compras).

5.2.2 Política de seguridad interna

Contribuirá para precautelar la integridad de los bienes de la compañía y la seguridad de cada uno de los empleados. A pesar que Radio “ABC” posee un servicio de seguridad, se considera que no existen normas internas que regulen al personal o visitante en el cuidado de los bienes

5.2.3 Política para transmitir publicidad


Nos permitirá cumplir con las políticas de transmisión de publicidad establecidos en la Ley de Telecomunicaciones y la Ley de Comunicación; y el criterio de la entrega de la publicidad en base a los recursos y equipos de trabajo que la compañía posee.

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	1	De	5
	5.2.1 Política de compras de Activos no corrientes	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

ÍNDICE

1. PROPÓSITO.....	2
2. ALCANCE.....	2
3. DEFINICIONES.....	2
4. RESPONSABLE DE LA REVISIÓN DE LA POLÍTICA.....	3
5. REVISIÓN DE LA POLÍTICA.....	3
6. DOCUMENTOS APLICABLES Y/O ANEXOS.....	3
7. POLÍTICAS.....	4-5
8. LISTA DE DISTRIBUCIÓN.....	5

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	<i>Radio ABC</i>	<i>Fecha</i>	<i>Noviembre 1 de 2013</i>		
		<i>Página</i>	<i>2</i>	<i>De</i>	<i>5</i>
	5.2.1 Política de compras de Activos no corrientes	Sustituye a			
	<i>Específico</i>	<i>Página</i>		<i>De</i>	
		<i>De fecha</i>			

1. Propósito

Regular los procesos de compras no corrientes necesarios para la operatividad de la compañía.

2. Alcance

Aplicable a todo el personal de la compañía.

3. Definiciones


3.1 DOCUMENTO CONTABLES son documentos externos como por ejemplo factura, nota de débito, pagaré, entre otros; que son recibidos por la empresa por concepto de transferencia de un bien o servicio.

3.2 PROVEEDOR es la persona natural o jurídica que vende un bien o servicio.

4. Documentos aplicables y/o Anexos

6.1 Documento aplicable al manual de organización para el control interno administrativo.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	3	De	5
	5.2.1 Política de compras de Activos no corrientes	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

4. Responsable de la revisión de la política

La persona responsable de emisión, edición, revisión, actualización y difusión de la política es el Administrador con la colaboración del Contador


5. Revisión de la Política

La política debe ser revisada anualmente y actualizarse en caso de ser necesario debido a los cambios administrativo y operativo de la empresa.

6. Documentos aplicables y/o Anexos

6.1 Documento aplicable al manual de organización para el control interno administrativo.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	4	De	5
	5.2.1 Política de compras de Activos no corrientes	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

7. Políticas


7.1 Por ninguna circunstancia se puede efectuar una compra sin la previa autorización del administrador

7.2 La compra debe tener un documento que justifique el deseo de realizar la adquisición de un activo nuevo no corriente.

7.3 Se deberá presentar tres proformas de diferentes proveedores previo a la compra del bien.

7.4 La compra del bien debe estar reflejado en el presupuesto anual de la compañía; en caso de no encontrarse la misma registrada, el Contador deberá presentar un informe de solicitud.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	5	De	5
	5.2.1 Política de compras de Activos no corrientes	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

7.5 Se prohíbe comprar un activo no corriente, más de cinco veces a un mismo proveedor.

7.6 Toda compra deberá poseer su respectivo documento contable.

7.7 Se deberá verificar la veracidad y legalidad del documento contable.


7.8 La compra del bien deberá tener garantía.

7.9 Una vez recibido el activo no corriente, el asistente de facturación deberá constatar que lo adquirido esta en excelentes condiciones.

8. Lista de distribución

- ✓ Administrador
- ✓ Contador
- ✓ Asistente Contable


Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	1	De	7
	5.2.2 Política de Seguridad Interna	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

ÍNDICE

1. PROPÓSITO.....	2
2. ALCANCE.....	2
3. DEFINICIONES.....	2
4. RESPONSABLE DE LA REVISIÓN DE LA POLÍTICA.....	3
5. REVISIÓN DE LA POLÍTICA.....	3
6. DOCUMENTOS APLICABLES Y/O ANEXOS.....	3
7. POLÍTICAS.....	4-7
8. LISTA DE DISTRIBUCIÓN.....	7

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	2	De	7
	5.2.2 Política de Seguridad Interna	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

1. Propósito

Contribuir con la custodia interna de los bienes de la empresa mediante políticas de seguridad en las diferentes áreas de la misma.

2. Alcance


Aplicable a todo el personal, colaboradores y visitantes de la Compañía.

3. Definiciones

3.1 CUSTODIA es el cuidado y vigilancia de los bienes de la empresa para que tengan mayor durabilidad.

3.2 COLABORADOR es la persona que presta su servicio a la empresa para un mejor manejo, la cual posee un contrato de trabajo

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	3	De	7
	5.2.2 Política de Seguridad Interna	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

4. Responsable de la revisión de la política

La persona responsable de emisión, edición, revisión, actualización y difusión de la política es el Director General con la colaboración del Administrador.


5. Revisión de la política

La política debe ser revisada cada trimestre y actualizarse en caso de ser necesario debido a los cambios administrativo y operativo de la empresa.

6. Documentos aplicables y/o Anexos

6.1 Documento aplicable: Manual de organización para el control interno administrativo.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	4	De	7
	5.2.2 Política de Seguridad Interna	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

7. Políticas

7.1 Se prohíbe el uso de celular u otro medido de comunicación durante el período que el personal, colaborador y visitante se encuentre dentro de las instalaciones de la empresa para fines personales.


7.2 Toda persona que ingrese a la empresa debe presentar su documento de identificación previo a su ingreso.

7.3 Todo vehículo será revisado a la entrada y salida de la empresa.

7.4 Restricción a toda persona que use gafas y gorras dentro de las instalaciones.

7.5 Prohibido el consumo de alimento y bebidas en horario no establecido.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	5	De	7
	5.2.2 Política de Seguridad Interna	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			


7.6 El personal deberá utilizar el uniforme de la empresa exclusivamente para uso del trabajo, en caso de este (uniforme) sea reemplazado, el empleado y colaborador deberá devolver el mismo en la brevedad posible.

7.7 No utilizar información confidencial de nuestros clientes para actividades ilícitas o beneficio propio y/o tercero.

7.8 No dar uso indebido a las herramientas de trabajo proporcionada por la empresa.

7.9 No se podrá violar los reglamentos internos según el manual de procesos de la Compañía.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	6	De	7
	5.2.2 Política de Seguridad Interna	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

7.10 Se prohíbe el ingreso y uso de armas con o sin permiso autorizado por el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas dentro de las instalaciones.


7.11 Es obligación de cada empleado comunicar cualquier cambio de información personal y/o actualizar su estado, según el manual de procesos de RRHH.

7.12 El orden y la limpieza son imprescindible para mantener los estándares de seguridad, se debe colaborar en conseguirlo.

7.13 Corregir o dar aviso de las condiciones peligrosas e inseguras.

7.14 Se prohíbe el uso indebido de máquinas de propiedad de la compañía sin estar autorizado para ello.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	7	De	7
	5.2.2 Política de Seguridad Interna	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			


7.15 Utilizar en cada tarea los elementos de protección personal, mantenerlos en buen estado.

7.16 No improvisar, seguir las instrucciones y cumplir las normas.

8. Lista de distribución

- ✓ Director General
- ✓ Administrador
- ✓ Contador
- ✓ Personal de seguridad


Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	1	De	5
	5.2.3 Política de transmisión de publicidad	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

ÍNDICE

1. PROPÓSITO.....	2
2. ALCANCE.....	2
3. DEFINICIONES.....	2
4. RESPONSABLE DE LA REVISIÓN DE LA POLÍTICA.....	3
5. REVISIÓN DE LA POLÍTICA.....	3
6. DOCUMENTOS APLICABLES Y/O ANEXOS.....	3
7. POLÍTICAS.....	4-5
8. LISTA DE DISTRIBUCIÓN.....	5

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	2	De	5
	5.2.3 Política de transmisión de publicidad	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

1. Propósito

Diseñar un estándar para la transmisión de publicidad radial, cumpliendo con los parámetros establecidas en la normativa legal.

2. Alcance


Aplicable a todo el personal, colaborador y visitantes de la compañía.

3. Definiciones

3.1 CANJE PUBLICITARIO es el hecho de entregar parte del producto que se está publicitando a cambio del servicio de publicidad.

3.2 PROGRAMACIÓN RADIAL es el cronograma que se realiza para transmitir los programas y publicidad solicitada.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	<i>Radio ABC</i>	<i>Fecha</i>	<i>Noviembre 1 de 2013</i>		
		<i>Página</i>	<i>3</i>	<i>De</i>	<i>5</i>
	<i>5.2.3 Política de transmisión de publicidad</i>	<i>Sustituye a</i>			
	<i>Específico</i>	<i>Página</i>		<i>De</i>	
		<i>De fecha</i>			

4. Responsable de la revisión de la política

La persona responsable de emisión, edición, revisión, actualización y difusión de la política es el Director General, administrador, director de programación y de publicidad.


5. Revisión de la Política

La política debe ser revisada cada semestre y actualizarse en caso de ser necesario debido a los cambios administrativo y operativo de la empresa.

6. Documentos aplicables y/o Anexos

6.1 Documento aplicable: Manual de organización para el control interno administrativo.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	4	De	5
	5.2.3 Política de transmisión de publicidad	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

7. Políticas

7.1 En caso de que el cliente presente una publicidad diseñada por sus colaboradores, se deberá realizar un análisis del tiempo y contenido de la misma por parte del Director de programación y noticias.


7.2 El tiempo máximo de entrega de una publicidad radial, realizada por los empleados de la compañía es de dos días.

7.3 El cliente deberá aprobar la publicidad para su respectiva transmisión.

7.4 Una vez realizado el pago, el cliente podrá escoger el horario de la transmisión de la publicidad.

7.5 Se aceptará hasta el 30% de canje publicitario, previo acuerdo con el administrador.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	5	De	5
	5.2.3 Política de transmisión de publicidad	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

7.6 Es permitido alquilar un espacio de programación radial, previo acuerdo contractual.

7.7 La publicidad deberá ser apta para todo el público.

7.8 El valor de la publicidad variará de precio de acuerdo a los horarios.

7.9 La transmisión de la publicidad diaria, deberá ser respaldada en cualquier medio tecnológico.

8. Lista de distribución

- ✓ Administrador
- ✓ Director de programas y noticias
- ✓ Director de publicidad
- ✓ Contador
- ✓ Asistente contable

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

5.3 MAPA DE PROCESO

Para poder comprender la principal actividad de Radio ABC, se ha diseñado un mapa de procesos en la cual se establecen los puntos claves, estratégicos y de apoyo, lo que contribuye para alcanzar los objetivos establecidos por la alta dirección.

Por otra parte, los procesos estratégicos son gestiones realizados tanto por el administrador y directores, permitiendo establecer un vínculo directo para la prestación de servicio de publicidad; que se considera como un proceso de control y mejora continua, por lo que es una compañía con un servicio específico de publicidad.

Es válido también decir que los procesos no son tan extensos, lo que facilita la comprensión inmediata de la razón de ser de la empresa y su principal objetivo, del cual, es la venta de servicios de publicidad radial.

MAPA DE PROCESOS “PUBLICIDAD”



Gráfico 10 Mapa de proceso de Radio ABC

Fuente: Radio ABC

5.4 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Es un documento en que se detallarán las actividades de cada uno de los procesos claves, como un mecanismo para establecer lineamientos específicos, a seguir al momento de poner en práctica cada uno de los procesos estableciendo responsabilidades a cada uno de los empleados.

5.4.1 Procedimiento para identificar al cliente


Contribuirá a definir los clientes los diferentes tipos de clientes y emplear mecanismos para obtener una excelente contratación.

5.4.2 Procedimiento para diseñar la publicidad

Ayudará a conocer las necesidades de los clientes y brindar un servicio donde de calidad, en el cual su publicidad no esté repetida y sea de total acuerdo para alcanzar la satisfacción del cliente.

5.4.3 Procedimiento para transmitir publicidad


Permitirá establecer lineamientos para evitar que exista algún tipo de cruce o duplicado al momento de transmitir la publicidad.

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	1	De	7
	5.4.1 Procedimiento para identificar al cliente	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

ÍNDICE

1. PROPÓSITO.....	2
2. ALCANCE.....	2
3. RESPONSABILIDADES.....	2
4. DEFINICIONES.....	3
5. RESPONSABLE DE LA REVISIÓN DEL PROCEDIMIENTO.....	4
6. REVISIÓN DEL PROCEDIMIENTO.....	4
7. DOCUMENTOS APLICABLES Y/O ANEXOS.....	4
8. PROCEDIMEINTO.....	4-6
9. DIAGRAMA DE FLUJO.....	6
10. LISTA DE DISTRIBUCIÓN.....	6

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	2	De	7
	5.4.1 Procedimiento para identificar al cliente	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

1. Propósito

Documentar los pasos a seguir para la identificar los clientes potenciales de la Radio ABC y los mecanismos para alcanzar la contratación.

2. Alcance


Este procedimiento es aplicable para el cliente y para la organización; siendo este procedimiento indispensable para determinar la viabilidad el diseño de la publicidad.

3. Responsabilidades

3.1 Del Administrador

- 3.1.1 Es responsable de elaborar una base de datos de clientes potenciales, los cuales deberán poseer solvencia y liquidez para contratar los servicios.
- 3.1.2 Dar a conocer al personal las ventajas de contratar una publicidad radial.
- 3.1.3 Indicar la base de tarifas publicitarias y su horario.
- 3.1.4 Aprobar el contrato.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	<i>Radio ABC</i>	<i>Fecha</i>	<i>Noviembre 1 de 2013</i>		
		<i>Página</i>	<i>3</i>	<i>De</i>	<i>7</i>
	<i>5.4.1 Procedimiento para identificar al cliente</i>	<i>Sustituye a</i>			
	<i>Específico</i>	<i>Página</i>		<i>De</i>	
		<i>De fecha</i>			

3.2 Del Director de Publicidad

3.2.1 Es el encargado de dar apoyo para lograr la contratación con los clientes potenciales.

3.3 Del Asistente de Publicidad


3.3.1 Contactar a los clientes potenciales y planificar una reunión.

4. Definiciones

4.1 **Pautar con la Radio** es la acción de contratar y registrar una publicidad deseada por el cliente.

4.2 **Tarifas publicitarias** son los valores a cobrar la compañía de radiodifusión por concepto de servicio publicitario radial.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	4	De	7
	5.4.1 Procedimiento para identificar al cliente	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

5. Responsable de la revisión del procedimiento

La responsable de editar, revisar y actualizar adecuadamente este procedimiento es el Administrador.

6. Revisión del procedimiento

Este procedimiento será revisado en forma anual.

7. Documentos aplicables y/o anexos


Diagrama de flujo del procedimiento para Identificar clientes

8. Procedimiento

8.1 Establecer base de posibles clientes

Con la finalidad de alcanzar un crecimiento de la compañía se ha diseñado como estrategia la elaboración de base de datos de clientes potenciales, lo cual permite ofrecer los servicios de la empresa a un segmento del mercado; a precios competitivos.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	5	De	7
	5.4.1 Procedimiento para identificar al cliente	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

8.2 Contactar al cliente

Luego de haber establecido una base de datos el siguiente paso es establecer contacto con el cliente y concretar una reunión con el administrador.


8.3 Dar a conocer las ventajas o beneficios de pautar con la Radio ABC

Uno de los beneficios más importantes es de que la emisora es sintonizada a nivel nacional y por diferentes estratos económicos.

8.4 Mostrar base de tarifas publicitarias y horarias

Mostrar las diferentes opciones de contratación que puede incurrir el cliente en base al valor de la publicidad dependiendo del horario de transmisión. Es muy importante destacar que la variación del precio varía según el grado de sintonía que presenta la programación.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	<i>Radio ABC</i>	<i>Fecha</i>	<i>Noviembre 1 de 2013</i>		
		<i>Página</i>	<i>6</i>	<i>De</i>	<i>7</i>
	<i>5.4.1 Procedimiento para identificar al cliente</i>	<i>Sustituye a</i>			
	<i>Específico</i>	<i>Página</i>		<i>De</i>	
		<i>De fecha</i>			

8.5 Firmar contrato

Establece este procedimiento para establecer responsabilidades por parte de la empresa y un compromiso por parte del cliente.

9. Diagrama de Flujo

El Diagrama de Flujo correspondiente a este procedimiento se muestra en el **Gráfico 11**.

10. Lista de Distribución

- Cargo 1** Gerente
Cargo 2: Director de Publicidad
Cargo 3: Asistente de Publicidad

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--


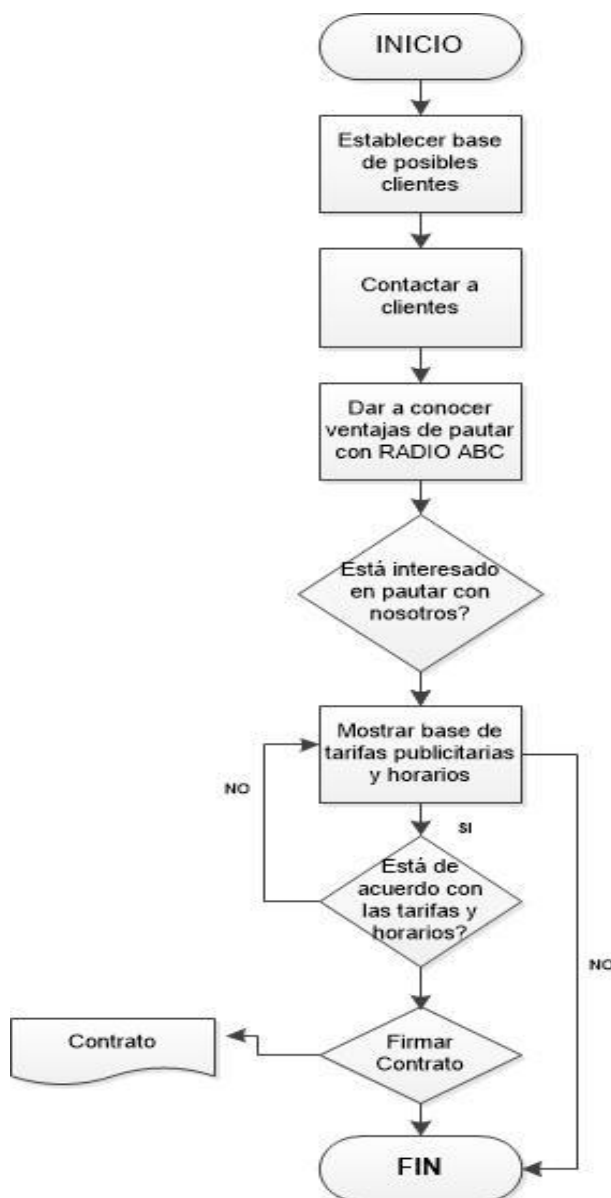

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	7	De	7
	5.4.1 Procedimiento para identificar al cliente	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

Gráfico 11 Diagrama de Flujo del procedimiento para Identificar al cliente




Elaboró: Adriana Almeida Morán	Revisó: Juan Espinoza León	Autorizó: Pedro Vargas Vera
--	--------------------------------------	---------------------------------------

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	1	De	8
	5.4.2 Procedimiento para diseñar la publicidad	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

ÍNDICE

1. PROPÓSITO.....	2
2. ALCANCE.....	2
3. RESPONSABILIDADES.....	2
4. DEFINICIONES.....	3
5. RESPONSABLE DE LA REVISIÓN DEL PROCEDIMIENTO.....	4
6. REVISIÓN DEL PROCEDIMIENTO.....	4
7. DOCUMENTOS APLICABLES Y/O ANEXOS.....	5
8. PROCEDIMEINTO.....	5-6
9. DIAGRAMA DE FLUJO.....	7
10. LISTA DE DISTRIBUCIÓN.....	7

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	<i>Radio ABC</i>	<i>Fecha</i>	<i>Noviembre 1 de 2013</i>		
		<i>Página</i>	<i>2</i>	<i>De</i>	<i>8</i>
	<i>5.4.2 Procedimiento para diseñar la publicidad</i>	<i>Sustituye a</i>			
	<i>Específico</i>	<i>Página</i>		<i>De</i>	
		<i>De fecha</i>			

1. Propósito

Determinar los requerimientos del cliente para elaboración y/o diseño de la publicidad teniendo presente que el contenido de la transmisión de la misma no contravenga los preceptos de la Ley Orgánica de Comunicación (R.O # 22 de 25 de junio de 2013) y La Ley Orgánica de Telecomunicaciones (R.O # 143 del 13 de diciembre de 2013).

2. Alcance


Este procedimiento es aplicable a toda la organización para garantizar la satisfacción del cliente.

3. Responsabilidades

3.1 Del Contador

3.1.1 Es responsable de revisar que el pago de servicio de publicidad se haya efectuado.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	3	De	8
	5.4.2 Procedimiento para diseñar la publicidad	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			


3.2 Del Director de Publicidad

- 3.2.1 Conocer las necesidades del cliente y diseñar la publicidad del mismo
- 3.2.2 Es el encargado de mostrar la publicidad diseñada por el equipo de trabajo de la Radio ABC al cliente.
- 3.2.3 Registrar la aprobación por parte del cliente de la publicidad, diseñada para promocionar el producto o servicio del contratante.

3.3 Del Asistente de Publicidad

- 3.3.1 Encargado de concretar una reunión con el cliente.
- 3.3.2 Asistir al Director de Publicidad en cuanto a los requerimientos del contratante de la publicidad.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	<i>Radio ABC</i>	<i>Fecha</i>	<i>Noviembre 1 de 2013</i>		
		<i>Página</i>	<i>4</i>	<i>De</i>	<i>8</i>
	<i>5.4.2 Procedimiento para diseñar la publicidad</i>	<i>Sustituye a</i>			
	<i>Específico</i>	<i>Página</i>		<i>De</i>	
		<i>De fecha</i>			

4. Definiciones

4.1 Publicidad diseñada es la grabación de un espacio publicitario, generalmente realizada por los empleados de la compañía y que cuenta con un límite de tiempo.

4.2 Requerimiento del cliente son las especificaciones del cliente para el diseño de la publicidad radial, de acuerdo al producto o servicio que se desea brindar.


5. Responsable de la revisión del procedimiento

La responsable de editar, revisar y actualizar adecuadamente este procedimiento es el Director de Publicidad.

6. Revisión del procedimiento

Este procedimiento será revisado de manera anual.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	<i>Radio ABC</i>	<i>Fecha</i>	<i>Noviembre 1 de 2013</i>		
		<i>Página</i>	<i>5</i>	<i>De</i>	<i>8</i>
	<i>5.4.2 Procedimiento para diseñar la publicidad</i>	<i>Sustituye a</i>			
	<i>Específico</i>	<i>Página</i>		<i>De</i>	
		<i>De fecha</i>			

7. Documentos Aplicables y/o anexos

Diagrama de Flujo del procedimiento para diseñar publicidad se muestra en el **Gráfico 12** .

8. Procedimiento

8.1 Realizar el pago de la publicidad

Con un procedimiento previo a la elaboración de un diseño a la publicidad, es un requisito que el cliente haya efectuado el pago por concepto de publicidad radial.


8.2 Programar reunión con el cliente

Se programara una nueva cita con el cliente, para determinar las especificaciones de la publicidad.

8.3 Conocer necesidades o requerimientos del cliente

Establecer los lineamientos para el diseño de la publicidad, producto o servicio y conocer sus expectativas, luego de haberse efectuado la publicidad. Es importante recalcar que este tipo e reunión se especifica la duración de la publicidad y el horario en la cual desea ser trasmitado.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	6	De	8
	5.4.2 Procedimiento para diseñar la publicidad	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

8.4 Diseñar la publicidad

Dado que la empresa presenta un equipo de publicidad altamente calificado, el plazo máximo para diseñar la publicidad es de dos días como lo establece el manual de políticas de transmisión de publicidad.

8.5 Citar al cliente

Se cita nuevamente al cliente para dar a conocer la publicidad elaborada por el equipo de trabajo de la Radio ABC, una vez concluida.


8.6 Mostrar publicidad diseñada

El director de publicidad recordará los lineamientos establecidos en la publicidad y mostrará la misma al cliente.

8.7 Registrar la aprobación de la publicidad

Se dejará constancia en toda instancia de la aceptación del cliente de la publicidad diseñada para su producto o servicio.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	7	De	8
	5.4.2 Procedimiento para diseñar la publicidad	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

9. Diagrama de Flujo

El Diagrama de Flujo correspondiente a este procedimiento se muestra en el **Gráfico 12**.

10. Lista de Distribución

Cargo 1: Contabilidad

Cargo 2: Director de Publicidad

Cargo 3: Asistente de Publicidad

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--


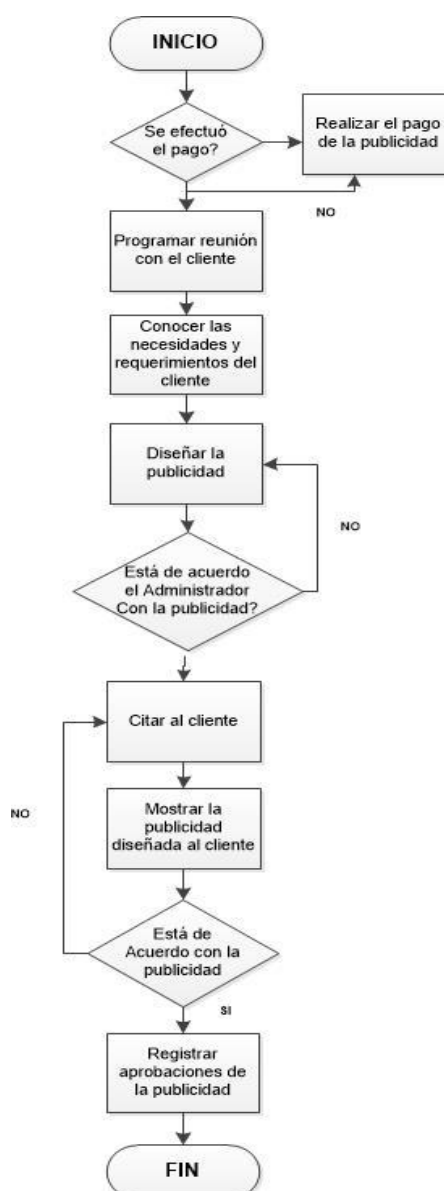
Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	8	De	8
	5.4.2 Procedimiento para diseñar la publicidad	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

Gráfico 12 Diagrama de flujo del procedimiento para diseñar la publicidad



Elaboró:


Adriana Almeida Morán

Revisó:

Juan Espinoza León

Autorizó:


Pedro Vargas Vera

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	1	De	8
	5.4.3 Procedimiento para transmitir publicidad	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

ÍNDICE

1. PROPÓSITO.....	2
2. ALCANCE.....	2
3. RESPONSABILIDADES.....	2
4. DEFINICIONES.....	3
5. RESPONSABLE DE LA REVISIÓN DEL PROCEDIMIENTO.....	4
6. REVISIÓN DEL PROCEDIMIENTO.....	4
7. DOCUMENTOS APLICABLES Y/O ANEXOS.....	4
8. PROCEDIMEINTO.....	4-6
9. DIAGRAMA DE FLUJO.....	6
10. LISTA DE DISTRIBUCIÓN.....	6

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	2	De	8
	5.4.3 Procedimiento para transmitir publicidad	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

1. Propósito

Establecer un lineamiento para la transmisión de publicidad, evitando que exista algún cruce de horarios. Además mantener al tanto al cliente que su contratación se está efectuando

2. Alcance


Este procedimiento es aplicable al Director de programación y noticias e asistente

3. Responsabilidades

3.1 Del Director de Programación y Noticias

3.1.1 Establecer los horarios de transmisión de publicidad; evitando la doble programación y poder cumplir con todos los clientes.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	<i>Radio ABC</i>	<i>Fecha</i>	<i>Noviembre 1 de 2013</i>		
		<i>Página</i>	<i>3</i>	<i>De</i>	<i>8</i>
	<i>5.4.3 Procedimiento para transmitir publicidad</i>	<i>Sustituye a</i>			
	<i>Específico</i>	<i>Página</i>		<i>De</i>	
		<i>De fecha</i>			

3.2 Del Asistente de Programación


Pautar la programación y recordar al cliente sobre el horario de la transmisión de la publicidad.

4. Definiciones

4.1 Establecer horarios es la actividad para determinar la disponibilidad de tiempo para la transmisión de la publicidad según los requerimientos del cliente.

4.2 Transmisión de la publicidad es la acción de transmitir la grabación de la publicidad del producto o servicio en los horarios acordados con el cliente.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	4	De	8
	5.4.3 Procedimiento para transmitir publicidad	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

5. Responsable de la revisión del procedimiento

La responsable de editar, revisar y actualizar adecuadamente este Procedimiento es el Director de publicidad.

6. Revisión del procedimiento

Este procedimiento será revisado de manera anual.

7. Documentos Aplicables y/o anexos


7.1 Gráfico 13: Diagrama de Flujo de Procedimiento para transmitir publicidad.

8. Procedimiento

8.1 Establecer horarios

El Director de programación y noticias es el encargado de establecer un cronograma de horario de transmisión de publicidad, sin que este afecte a otros clientes.

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--

Radio ABC 	<i>Radio ABC</i>	<i>Fecha</i>	<i>Noviembre 1 de 2013</i>		
		<i>Página</i>	<i>5</i>	<i>De</i>	<i>8</i>
	<i>5.4.3 Procedimiento para transmitir publicidad</i>	<i>Sustituye a</i>			
	<i>Específico</i>	<i>Página</i>		<i>De</i>	
		<i>De fecha</i>			

8.2 Pautar publicidad

Entiéndase por pautar, al hecho de registrar la mención o publicidad en un libro de registro, el cual debe mantenerse de forma ordenada y actualizada para evitar tener contratiempo al momento de la transmisión.

8.3 Recordar al cliente la transmisión de la publicidad

Para dar a conocer el cumplimiento de la obligación adquirida con el cliente, el asistente de programación recordará al contratante de la publicidad el número de pauta; así como su horario.

9. Diagrama de Flujo

El Diagrama de Flujo correspondiente a este procedimiento se muestra en el **Gráfico 13**.

10. Lista de Distribución

Cargo 1: Director de Programación y noticias

Elaboró: <i>Adriana Almeida Morán</i>	Revisó: <i>Juan Espinoza León</i>	Autorizó: <i>Pedro Vargas Vera</i>
---	---	--


Radio ABC 	Radio ABC	Fecha	Noviembre 1 de 2013		
		Página	6	De	8
	5.4.3 Procedimiento para transmitir publicidad	Sustituye a			
	Específico	Página		De	
		De fecha			

Gráfico 13 Diagrama de flujo del procedimiento para transmitir publicidad



Elaboró:

Adriana Almeida Morán

Revisó:

Juan Espinoza León

Autorizó:

Pedro Vargas Vera

6. CONCLUSIONES

La Radio ABC es una empresa que posee un sistema de control interno de forma empírica la cual hasta el momento no presenta un alto riesgo en el manejo de sus operaciones, sin embargo surge la necesidad de diseñar un control interno, el cual permite estandarizar los procesos y procedimientos que surgen al momento de brindar los servicios de publicidad a los clientes.

Se estableció un manual de organización de control interno para la administración, con el objetivo de segregar funciones a cada uno de los empleados, estableciendo cargos en la estructura organizacional evitando la duplicación del trabajo.

Los manuales de políticas se desarrollaron con la finalidad de establecer parámetros específicos, a seguir al momento de aplicar un proceso determinado.

El manual de políticas de compras de activos no corrientes, se lo creó con la intención de ayudar a optimizar de mejor manera los recursos económicos, prescindiendo de compras innecesarias.

Las políticas de seguridad interna contribuirán al control del personal y sus bienes.

Es importante recalcar que el manual de procedimiento de los proceso claves, instrumento que servirá para determinar los pasos a seguir al momento de ejecutar un procedimiento determinado. También se diseñó un manual de política de transmisión de publicidad con el objeto de cuidar el cumplimiento de los valores éticos, conjuntamente con la normativa legal a los que está sujeta la compañía Radio ABC.

En fin los manuales diseñados para Radio ABC, creará una mejora en el control interno de la compañía una vez que se los implementen, teniendo presente que el éxito del presente control interno, es la socialización de cada una de las herramientas que se proponen en el presente estudio.

7. RECOMENDACIONES

- La alta dirección deberá evitar en toda instancia la resistencia al cambio por parte del personal, por lo que se pretende es estandarizar los procesos e implementar lineamientos específicos para el desempeño laboral de cada una de las personas que trabajan en la Compañía.
- El Director y Gerente, luego de un análisis minucioso deberán considerar la implementación del mecanismo de control interno para el año 2014, realizando un análisis comparativo entre el año 2013 y el 2014.
- Se recomienda al Gerente que de manera progresiva vaya diseñando propuestas para ayudar a mejorar la administración de la Compañía, analizando las necesidades que puedan surgir, a medida que se vaya determinando ciertos cambios como mejora.
- La actualización y elaboración del manual de la organización para el control interno administrativo, el manual de políticas y procedimientos, que se lo debe realizar en el tiempo estipulado por parte de las personas responsables.
- Se sugiere la modificación de los flujogramas de manera constante, evaluando las necesidades y cambios que puedan surgir en la compañía Radio ABC.

8. BIBLIOGRAFIA

Alejandro, J.(2008) Importancia y aplicación del control interno en la empresa. Recuperado en <http://www.empresayeconomia.es/importancia-y-aplicacion-del-control-interno-en-la-empresa.html>.

Asamblea Constituyente del Ecuador (2008) Constitución de la República del Ecuador. Recuperado en registro oficial #449. (20 de octubre)

Asamblea Nacional del Ecuador, Ley Orgánica de Comunicación (2013). Recuperado registro oficial # 22. (25 de junio)

Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (2013). Recuperado el 15 de agosto <http://www.tenkaiecuador.com/aerguayas/>.

Cabello, N. Informe Coso (2011). Recuperado 6 de septiembre en <http://blogconsultorasur.wordpress.com/2011/09/06/que-es-coso/>.

Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. (2013). Recuperado el 5 de mayo <http://www.coso.org/>.

Consejo Nacional de Telecomunicaciones. Competencias del CONATEL (2013). Recuperado <http://www.regulaciontelecomunicaciones.gob.ec/conatel/>.

Estadísticas de Radiodifusión y Televisión Abierta y Pagado (2013). Recuperado http://www.supertel.gob.ec/index.php?option=com_k2&view=item&id=12:radio-difusi%C3%B3n-y-televisi%C3%B3n&Itemid=90.

Clasificación del Control Interno, Anónimo (2013). Recuperado en <http://fccea.unicauca.edu.co/old/tgarf/tgarfse86.html>.

Normas de control interno para las entidades, organismos del sector público y de las personas jurídicas de derecho privado que dispongan de recursos públicos

estructura del código, Anónimo (2013). Recuperado en www.contraloria.gob.ec/documentos/normatividad.

Anónimo. (2013). Relación entre COSO y COBIT, Recuperado en <http://ayudauditor.bligoo.cl/relacion-entre-coso-y-cobit>.

Universidad Nacional del Nordeste. (2013). El control. Recuperado en <http://exa.unne.edu.ar/informatica/sistemas.adm1/material/tema-7.pdf>.

ANEXOS

ANEXO 1 - CUESTIONARIO DE AMBIENTE DE CONTROL



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS, CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA - CPA**

La presente encuesta tiene como finalidad mejorar del control interno y diseño de correctos procedimientos para una compañía de radiodifusión en la ciudad de Guayaquil, la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de ingeniero en Auditoría y Contaduría Pública.

Le agradezco por su tiempo y colaboración para el desarrollo de las siguientes preguntas.

AMBIENTE DE CONTROL				
PREGUNTAS	SI	NO	N/A	Realizado por:
1.- ¿El personal cumple con los valores éticos establecidos en la compañía?				
2.- ¿Se ha brindado incentivos a los empleados por los logros que se han obtenido?				
3.- ¿Se establecen los niveles de jerarquía dentro de la compañía?				
4.- ¿Entre su personal existe un ambiente de trabajo agradable?				
5.- ¿Se evalúa al personal constantemente?				
6.- ¿Existen sanciones para los empleados?				
7.- ¿Existe algún tipo de procedimiento para contribuir con la disciplina del personal?				
8.- ¿Se le informa a todo el personal sobre los objetivos y metas a alcanzar?				
9.- ¿La compañía ha realizado estrategias para el cumplimiento de su misión y visión?				
10.- ¿Las estrategias realizadas se encuentran dentro del marco legal vigente?				
11.- ¿La compañía Radio ABC utiliza el manual de organización de control interno administrativo?				
12.- ¿El manual de la organización para el control interno administrativo se encuentra actualizado según lo estipulado en el mismo?				
13.- ¿La compañía presenta la cantidad de personal y experiencia requerida?				

ANEXOS 2 - EVALUACIÓN DEL RIESGO



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS, CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA - CPA

La presente encuesta tiene como finalidad mejorar del control interno y diseño de correctos procedimientos para una compañía de radiodifusión en la ciudad de Guayaquil, la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de ingeniero en Auditoría y Contaduría Pública.

Le agradezco por su tiempo y colaboración para el desarrollo de las siguientes preguntas

PREGUNTAS	SI	NO	N/A	Realizado por:
1.- ¿Existe algún nuevo incremento en el personal?				
2.- ¿Existe un análisis por parte de la alta gerencia para la evaluación de riesgos?				
3.- ¿Existe un decrecimiento en la escala con respecto al sueldo?				
4.- ¿La compañía ha desarrollado criterios para identificar los posibles riesgos administrativos?				
5.- ¿Cuando hay un cambio en la reestructura organizacional, se lo hace conocer al personal?				

ANEXOS 3 - ACTIVIDADES DE CONTROL



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS, CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA - CPA

La presente encuesta tiene como finalidad mejorar del control interno y diseño de correctos procedimientos para una compañía de radiodifusión en la ciudad de Guayaquil, la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de ingeniero en Auditoría y Contaduría Pública.

Le agradezco por su tiempo y colaboración para el desarrollo de las siguientes preguntas

PREGUNTAS	SI	NO	N/A	Realizado por:
1.- ¿Radio ABC constantemente desarrolla procedimientos para alcanzar sus objetivos?				
2.- ¿Los procedimientos en las actividades de control, permiten que el administrador y directores cuenten con los recursos suficientes para el cumplimiento de sus objetivos?				
3.- ¿Los procedimientos determinados en los manuales aseguran la integridad de los procesos?				
4.- ¿Se cumplen las políticas para la compra de activos no corrientes, seguridad interna y transmitir publicidad?				
5.- ¿Para cada uno de los procedimientos documentados existe un nivel de autorización?				
6.- Los procedimientos establecidos cuentan con actividades de regulación?				
7.- El director de contabilidad cumple con la presentación integral de los estados financieros?				
8.- El asistente de facturación realiza o lleva acabo los procedimientos según la normativa tributaria?				
9.- Cada uno de las actividades de los empleados presenta segregación de funciones?				
10.- Los procedimientos para transmitir la publicidad se llevan a cabo según el manual correspondiente?				

ANEXOS 4 - SUPERVISIÓN



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS, CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA - CPA

La presente encuesta tiene como finalidad mejorar del control interno y diseño de correctos procedimientos para una compañía de radiodifusión en la ciudad de Guayaquil, la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de ingeniero en Auditoría y Contaduría Pública.

Le agradezco por su tiempo y colaboración para el desarrollo de las siguientes preguntas

PREGUNTAS	SI	NO	N/A	Realizado por:
1.- Existe segregación de funciones que permita el control de las funciones de los sub alternos?				
2.- El administrador realiza una inspección y supervisión de las funciones de cada uno de los empleados?				
3.- Se indagan sobre las posibles causas que se generan por la deficiencia del control interno?				
4.- Toda la información transmitida se lleva acabo según ley de comunicación				
5.- Se utiliza diferentes medios tecnológicos para determinar el trabajo de los empleados que laboran internamente?				