

**ESTABLECER UN MANUAL DE CONTROL PARA EL MANEJO DEL EFECTIVO EN
LOS PUNTOS DE VENTA DE SOCODA S.A.S**

YULIANA CASTRO RAMÍREZ

ASESORES: LUZ MERY ORTIZ S.

JUAN PABLO HOYOS H.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y

CONTABLES

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

NOVENO SEMESTRE – PRÁCTICA

MAYO 2018

Tabla de Contenidos

Planteamiento de la propuesta	5
Título de la propuesta	5
Nombre del autor	5
Denominación de la modalidad de práctica.....	5
• Creación de empresas.....	6
• Asesoría.....	6
• Investigación.....	6
• Prácticas empresariales:	7
Selección de la empresa.....	8
• Breve reseña histórica de la empresa	8
• Razón social	11
• Carácter de la empresa.	14
• Sector económico donde se ubica.	16
• Descripción general de las actividades.....	20
• Composición de capital.....	28
• De la administración y de los trabajadores.....	28
• Resumen del origen de la idea, selección y contactos previos realizados para lograr la consecución.	36
Diagnóstico del área	39
• Ventas en efectivo.....	41
• Ventas con tarjeta débito y/o crédito.....	41
• Ventas con tarjeta EPM.....	41
• El cliente compra un producto que se encuentra en la sala.....	41
• El cliente desea adquirir un producto que no se encuentra en la sala de venta.....	42
• El cliente realiza un pedido especial.....	42
• El cliente devuelve el producto, pero desea cambiarlo por otro.....	43
• El cliente devuelve el producto, pero desea la devolución del dinero.....	43
Objetivo general y objetivos específicos	43
• Objetivo general.....	43
• Objetivos específicos.....	43
Marco Conceptual.....	44
• Sistema de control interno.....	44
• Caja.....	45
• Débito y crédito.....	46

• Activo corriente.....	47
• Medio de pago.....	47
• Anticipo.....	48
• Consignar	48
• Efectivo	48
• Tarjeta débito y/o crédito	49
• Tarjeta EPM	49
Descripción metodológica	50
• Metodología	50
• Metodología Cualitativa.....	50
• Metodología Cuantitativa:.....	51
• Trabajo de campo	51
Resultados del análisis de la información.....	52
Presentación de la propuesta, herramienta o modelo de mejoramiento.....	61
• Arqueo de caja diario	61
• Aplicación de anticipos y saldos a favor	61
• Logística de la sala	61
• Caja de seguridad	62
• Consignaciones.....	62
Conclusiones.....	62
Recomendaciones	64
Referencias	65

Tabla de figuras

<i>Figura 1 Composición del Capital en SOCODA S.A.S</i>	28
<i>Figura 2 Organigrama general SOCODA S.A.S</i>	33
<i>Figura 3 Organigrama Área de operaciones SOCODA S.A.S</i>	33
<i>Figura 4 Organigrama Área financiera SOCODA S.A.S</i>	34
<i>Figura 5 Organigrama Área de desarrollo humano SOCODA S.A</i>	34
<i>Figura 6 Organigrama Área de sistemas SOCODA S.A</i>	35
<i>Figura 7 Organigrama Área de gestión SOCODA S.A</i>	35
<i>Figura 8 Organigrama Área de ventas SOCODA S.A</i>	36
<i>Figura 9 Venta tradicional</i>	53
<i>Figura 10 Venta con producto especial</i>	54
<i>Figura 11 Promedio de ventas en efectivo</i>	57
<i>Figura 12 Promedio de consignaciones</i>	58
<i>Figura 13 Frecuencia de recogida</i>	59

Planteamiento de la propuesta

Título de la propuesta

Establecer un sistema de control interno en los puntos de venta de SOCODA S.A.S.

Nombre del autor

Yuliana Castro Ramírez, estudiante de noveno semestre del programa de Contaduría Pública de la Universidad Católica Luis Amigó.

Denominación de la modalidad de práctica

En el programa de Contaduría Pública de la Universidad Católica Luis Amigó (Facultad de ciencias administrativas, 2017), una de las materias requeridas para graduarse es la de “práctica”, dividida en dos fases (la primera teórica y la segunda aplicada), desarrollándose en el transcurso del octavo, noveno y/o décimo semestre.

De acuerdo con el reglamento de prácticas, ésta se define como un proceso en el cual el estudiante interactúa con lo económico, social, cultural y ambiental, desde un marco institucional, organizacional y empresarial, aplicando los conocimientos adquiridos durante la carrera.

De acuerdo al reglamento de prácticas (Facultad de ciencias administrativas, 2017), para realizar dicha práctica, se pueden desarrollar cuatro modalidades:

- **Creación de empresas.**

La modalidad básicamente consiste en desarrollar y presentar un trabajo en equipo conformado máximo por tres personas, esta modalidad se realizará en los dos últimos semestres. La finalidad será dar al estudiante las herramientas necesarias para que llegado el momento tenga la capacidad de crear su organización (enfocada a su profesión) y generar empleo.

- **Asesoría.**

Dicha modalidad pretende fortalecer los conocimientos, destrezas y habilidades que posee el estudiante con relación a la gestión empresarial desde el saber contable; así mismo capacitarlo en el campo de la asesoría empresarial enfocado con el logro de metas y objetivos a corto y largo plazo.

- **Investigación.**

En este caso la modalidad se basa en la ley 30 de educación superior la cual promueve la investigación científica, buscando desarrollar en el estudiante en formación profesional actitudes y aptitudes requeridas en investigación. Cabe anotar que en este tipo de modalidad será la Vicerrectoría de Investigaciones quien la reglamentará.

- **Prácticas empresariales:**

Es el vínculo académico que se origina entre una organización y el estudiante, con el objetivo de brindar un servicio contable dentro de la misma organización. Este tipo de modalidad a su vez se clasifica en:

- ***Práctica bajo la modalidad de contrato de aprendizaje.*** En esta ocasión la modalidad de práctica se formaliza por medio de un convenio de práctica entre la Funlam y la Agencia de Práctica o con la firma del contrato de aprendizaje entre la Agencia de Práctica y el estudiante. Para desarrollarla es de vital importancia que el puesto de trabajo al que aplique el estudiante en la organización, permita cumplir las exigencias hechas por el Estado en la ley y sus decretos reglamentarios; ya que la organización empresarial estará cumpliendo con la cantidad de aprendices que exige la ley y que es vigilada por el Sena.
- ***Práctica social.*** Esta consiste básicamente en prestar un servicio social a las organizaciones empresariales de distinto tipo; se denomina social debido a que no existe apoyo de sostenimiento, ni contrato de aprendizaje, por parte de las organizaciones; por ende, los horarios de labor son flexibles y se formaliza mediante un convenio de práctica entre la Funlam y la Agencia de Práctica.

En este orden de ideas, la modalidad de práctica que se aplicará será bajo contrato de aprendizaje, la cual se lleva a cabo en la empresa SOCODA S.A.S, éste se protocolizo por medio de un convenio firmado entre el representante legal (organización – SOCODA S.A.S) y la practicante (estudiante FUNLAM).

Selección de la empresa

Como se mencionó en el numeral anterior, la práctica se llevará a cabo bajo la modalidad de contrato de aprendizaje, desarrollándose en la empresa SOCODA S.A.S (sede principal de Guarne); por lo que se hace necesario conocer sobre la empresa, su historia, como se fundó, en que parte de la economía se sitúa, sus actividades principales y secundarias, los tipos de productos que ofrecen, la composición de su capital, que, y quienes componen la organización, además de sus stakeholders.

Para ello se iniciará con una pequeña reseña histórica que cuenta cómo nació y el crecimiento de la compañía. Además de su reconocimiento en el sector económico en el cual se desarrolla y que la ha llevado a posicionarse dentro del mercado.

- **Breve reseña histórica de la empresa**

La siguiente reseña fue construida con base a información brindada por empleados directos de la compañía y en información contenida en documentación oficial de la empresa y su página web.

La Sociedad de Constructores de Antioquia (SOCODA), nació en Medellín en el año 1952, con el objetivo de entregarles a los colombianos soluciones creativas que se adapten a las necesidades en diseño y comodidad, a través de la fabricación de mobiliario en acero inoxidable y madera. Desde que nace esta Sociedad Antioqueña, se centra en la explotación de la industria metalmeccánica, enfocándose especialmente en la cerrajería, fabricación de muebles metálicos, fabricación de puertas, ventanas y demás elementos utilizados en la industria de la construcción; cabe destacar que no fue sino hasta el 11 de septiembre de 1974 (doce años después) que la empresa se constituyó formalmente ante la cámara de comercio de Medellín como una sociedad limitada (Ltda.)

El 27 de noviembre de 1995 la empresa se fusionó con Avento S.A., absorbiendo a la misma; la nueva junta directiva de la empresa, acordó convertirla en una sociedad anónima (S.A.); en ese mismo proceso de expansión y crecimiento en el mercado, la nueva sociedad buscó la manera de aumentar productividad y eficiencia, por lo cual se decidió invertir en la construcción de una sede en Guarne, Antioquia, trayendo consigo grandes avances tecnológicos en la empresa. Los primeros años del siglo XXI, la empresa empieza a expandirse significativamente a nivel nacional, con la apertura de nuevas salas de venta en Bogotá y Barranquilla. Adicional a esto SOCODA incursionaría en un nuevo tipo de negocio, con la apertura de almacenes de tipo Outlet en el área metropolitana (Medellín, Bello y Sabaneta), posteriormente se implementó este mismo tipo de negocio en las ciudades de Bogotá y Cali.

En el año 2010 SOCODA deja de ser una Sociedad Anónima (S.A), para convertirse en una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S). Luego en el año 2012 se llevó a

cabo la construcción de una nueva planta de producción, localizada en el municipio de Guarne, Antioquia, trasladando la sede administrativa y dando lugar a la producción especializada en el moldeo del acero. Adicionalmente, en 2013 SOCODA S.A.S decide desarrollar una estrategia que le permitiría generar mercados en los países con mayor potencial, por esto se dividen las exportaciones en tres territorios Norteamérica (Estados Unidos), Centroamérica (México y Costa Rica), y Suramérica (Ecuador y Panamá).

Finalmente, SOCODA S.A.S cuenta con dos (2) certificaciones de calidad que la hacen una empresa confiable por sus productos, los cuales cumplen los más altos estándares de calidad. Estas certificaciones son:

- **ICONTEC ISO 9001 de 2008.** “es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios. Los clientes se inclinan por los proveedores que cuentan con esta acreditación porque de este modo se aseguran de que la empresa seleccionada disponga de un buen sistema de gestión de calidad (SGC)” (Icontec, 2015)
- **ICONTEC ISO 14001 de 2004** “es la base del sistema de gestión ambiental. Provee herramientas prácticas a compañías y organizaciones de todo tipo para el

manejo de las responsabilidades ambientales. Fundamentalmente, hace énfasis en el desarrollo y consolidación de la gestión ambiental.” (Icontec, 2015)

A la fecha, la empresa es reconocida como el mayor transformador de acero inoxidable en Colombia, caracterizada por ser una empresa sólida y con proyección, que cuenta con quinientos (500) empleados aproximadamente, once salas de ventas, y tres plantas de producción dedicadas a crear y producir nuevas soluciones que satisfagan las necesidades del mercado nacional e internacional mediante la transformación del acero y la madera.

- **Razón social**

En una primera instancia es fundamental conocer la definición de razón social, pues bien, esta hace referencia a una denominación por la cual se conoce colectivamente a una empresa. Esta denominación debe ser un nombre oficial y legal, ya que al momento en que la empresa decida constituirse como persona jurídica, todo lo derivado de ello incluyendo su razón social debe aparecer en los documentos oficiales de constitución y reconocimiento ante el estado y la sociedad como persona jurídica. Es precisamente la razón social la que actúa como carta de presentación a nivel formal, administrativo y jurídico, además de ser un atributo que permite diferenciarse legalmente de otros entes brindándole una identidad (Pérez Porto & Gardey, 2012).

Es necesario tener en cuenta la tipología de sociedad que se quiere constituir, ya que esta tipología define la identidad de la empresa, estableciendo beneficios y deberes,

para ello se deben remitir al libro segundo del código de comercio, que habla sobre todas las sociedades comerciales legales en Colombia. En una primera parte, el código hace referencia sobre la constitución y prueba de la sociedad mercantil (libro segundo, título I del contrato de sociedad, capítulo II), específicamente en el artículo 210 donde menciona de manera detallada los requisitos para la constitución de una sociedad, entre ellos “La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma, formado como se dispone en relación con cada uno de los tipos de sociedad que regula este Código” (numeral dos).

Lo anterior, remite al libro segundo, título III, “De las sociedades comerciales”, donde especifican de forma detallada en que consiste cada tipo de sociedad, la responsabilidad que recae sobre cada uno de los socios, como se deben manejar las reuniones y las decisiones de las juntas de socios, distribución de utilidades, entre otros; además de mencionar muy concretamente como se debe formar la razón social de acuerdo al tipo de sociedad que elijan conformar. Las sociedades comerciales regidas por el código de comercio son:

- ***Sociedad colectiva.*** (Decreto 410, 1971) “La razón social se formará con el nombre completo o el solo apellido de alguno o algunos de los socios seguido de las expresiones "y compañía", "hermanos", "e hijos", u otras análogas, si no se incluyen los nombres completos o los apellidos de todos los socios.” (art. 303).

- ***Sociedad en comandita simple o comandita por acciones.*** (Decreto 410, 1971) “se formará con el nombre completo o el solo apellido de uno o más socios colectivos y se agregará la expresión "y compañía" o la abreviatura "& Cía.", seguida en todo caso de la indicación abreviada "S. en C." o de las palabras "Sociedad Comanditaria por Acciones" o su abreviatura "S. C. A.", si es por acciones, so pena de que para todos los efectos legales se presuma de derecho que la sociedad es colectiva.”

- ***Sociedad limitada.*** (Decreto 410, 1971) “La sociedad girará bajo una denominación o razón social, en ambos casos seguida de la palabra "limitada" o de su abreviatura "Ltda.", que, de no aparecer en los estatutos, hará responsables a los asociados solidaria e ilimitadamente frente a terceros.

- ***Sociedad anónima.*** (Decreto 410, 1971) Tendrá una denominación seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de las letras "S.A.” Si la sociedad se forma, se inscribe o se anuncia sin dicha especificación, los administradores responderán solidariamente de las operaciones, sociales que se celebren.

Teniendo en cuenta lo anterior, en el caso particular de la empresa SOCODA S.A.S; su razón social ha tenido varias trascendencias, ya que, en un inicio, específicamente en el año 1952 nació la Sociedad de Constructores de Antioquia, y de allí sus siglas (SOCODA). Sin embargo, no fue sino once años después que la empresa se constituyó formalmente ante la Cámara de Comercio de la ciudad de Medellín, como una sociedad limitada; en 1995 cuando SOCODA absorbe a AVENTO S.A, la junta decide convertirla en una sociedad anónima, y finalmente es en el año 2010 que SOCODA deja de ser una S.A, para convertirse en una Sociedad por Acciones Simplificada (SOCODA S.A.S).

- **Carácter de la empresa.**

Es necesario tener en cuenta que las empresas se pueden clasificar de acuerdo a la composición de su capital; clasificándose en empresas públicas, empresas privadas y empresas mixtas. (Andalucía, s.f.)

- ***Empresas públicas.*** En este caso la propiedad pertenece al Estado, siendo éste el controlador total de sus actividades. El objetivo de las entidades de este tipo es de naturaleza social y de servicio a la comunidad; brindan servicios que otras empresas no ofrecerían por el hecho de que no generan rentabilidad y en algunas ocasiones se trata de un servicio en el que la Administración pública desea tener cierta influencia; unos cuantos

ejemplos de este tipo de empresas son las de transportes, abastecimiento de agua, medios de comunicación, servicios sanitarios, educación.

- ***Empresas privadas.*** Su capital y por ende su control de las actividades pertenece a particulares (personas naturales o personas jurídicas, distintas al Estado). Su objetivo es la maximización del beneficio; estas empresas siempre buscan la satisfacción de sus clientes, logrando así beneficios para ellos mismos y contribuyendo al crecimiento económico del país.

- ***Empresas mixtas.*** El capital pertenece a dos entes diferentes (público y privado); una parte corresponde a una administración pública (Estado) y la otra parte a personas o empresas particulares (Persona natural o jurídica, distinta al Estado). Su finalidad depende de cómo haya sido constituida, puesto que en algunos casos son empresas cien por ciento públicas que poco a poco se han ido privatizando (el Estado las ha ido vendiendo a personas jurídicas o naturales); y en otros casos, al crear una nueva empresa se opta por una colaboración mutua (sector privado y sector público), obteniendo financiación privada que complementa a la pública con el fin de ofrecer un mejor servicio a los ciudadanos y a la vez obtener un beneficio para dichos inversores privados.

En lo que respecta a SOCODA S.A.S, es una empresa con una composición de capital netamente privado, debido a que nació y aún se conserva en manos de personas particulares; además de

buscar la maximización del beneficio, creciendo económicamente, atrayendo cada vez más clientes potenciales, gracias a su amplio portafolio y ofreciendo productos de calidad que satisfacen las necesidades de cada cliente.

- **Sector económico donde se ubica.**

Las actividades económicas se encuentran divididas por sectores económicos donde cada uno de estos, en primera instancia se refiere a una parte de la actividad económica y en segunda instancia tienen elementos con características comunes, guardando una unidad y diferenciándose de otras agrupaciones. Su división se realiza de acuerdo a los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos (Banco de la República, s.f.).

Para lo cual se mencionan dos grandes clasificaciones, donde la primera se conoce como la economía clásica (lo que comúnmente se utiliza en el país), y llamados sectores productivos, debido a que producen bienes tangibles; y la segunda clasificación se define de acuerdo a la especialización de cada actividad, siendo llamado sector no productivo, ya que producen bienes intangibles (Banco de la República, s.f.).

- *División según la economía clásica*

- *Sector primario o agropecuario.* se refiere a aquellos productos que son obtenidos directamente de la naturaleza, sin contar con ningún proceso de transformación; en esta categorización se encuentran las actividades de agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca. Cabe aclarar que aquí no entran la minería y la extracción de petróleo, ya que se consideran actividades del sector secundario o industrial. (Banco de la República, s.f.)

Un ejemplo de este tipo de empresas en el país son Cerrejon, Organic peces de Colombia y Tropicalfruit Export S.A.

- *Sector secundario o industrial.* son aquellas actividades económicas donde los productos sufren algún tipo de transformación industrial; entre estos se encuentran los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales pueden a su vez ser utilizados como base para la fabricación de nuevos productos. Este sector a su vez se divide en dos sub-sectores (industrial extractivo e industrial de transformación).

- ✦ *Industrial extractivo:* refiriéndose específicamente a las actividades de extracción minera y petróleo.

- ✦ *Industrial de transformación:* concentrándose en las actividades referentes al envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.

Algunas empresas de Colombia que entran en esta clasificación son, Colanta, Alpina, Zenú, Socoda, entre otras.

- *Sector terciario o de servicios.* incluye todos los servicios fundamentales para el debido funcionamiento de la economía, dentro de este sector encontramos servicios como el comercio, restaurantes, hoteles, transporte, financieros, comunicaciones, educación, etc.

Algunas empresas que se encuentran en este sector son Bancolombia, Claro, Zara, entre otras.

Como se mencionó anteriormente otra de las clasificaciones que propone el Banco de la República es según su especialización, dividiéndose de la siguiente manera:

- *División según su especialización*

- *Sector agropecuario.* posee las mismas características el mencionado sector primario en la clasificación anterior.

- *Sector de servicios.* incluye las mismas condiciones que el sector terciario anteriormente mencionado.
- *Sector industrial.* corresponde al sector secundario de la división mencionada anteriormente.
- *Sector de transporte.* en este caso, en la clasificación anterior, el transporte se incluye dentro de las actividades que conforman el sector terciario (servicios), sin embargo, en esta categorización se da un enfoque más detallado, haciendo alusión al tipo de transporte que puede entrar allí, como lo es el transporte de carga, servicio público, terrestre, aéreo, marítimo, etc.
- *Sector de comercio.* Al igual que el transporte, este hace parte del sector terciario, incluyendo actividades como comercio al por mayor y al por menor, centros comerciales, cámaras de comercio, San Andresitos, plazas de mercado, etc. Es decir, toda actividad que está directamente relacionada con comercialización de productos.
- *Sector financiero.* se refiere a todas las organizaciones cuyas actividades se enfocan en todo lo referente a lo bancario, financiero, seguros, fondos de pensión y cesantías, fiducias, etc. Cabe destacar que este sector, dentro de la clasificación anterior se encuentra como una actividad perteneciente al sector terciario o de servicios.
- *Sector de la construcción.* incluyendo a toda organización relacionada con la actividad constructora; bien sea empresas dedicadas a ofrecer servicios

en cuanto al tema de construcción (como por ejemplo lo son arquitectos e ingenieros), o compañías productoras de materiales para la construcción.

- *Sector minero y energético.* relacionando empresas dedicadas a la minería (extracción de carbón, esmeraldas, gas, petróleo, etc.) y producción de energía de cualquier tipo (a través de agua, aire, etc.)
- *Sector solidario.* como su nombre lo indica hace alusión a todas las actividades referentes a un fondo solidario al que personas pueden acceder, como lo son las cooperativas, cajas de compensación familiar, empresas solidarias de salud, entre otras.
- *Sector de comunicaciones.* Abarca a toda organización directamente involucrada con medios de comunicación, como lo son la telefonía fija, telefonía celular, publicidad, periódicos, televisión, etc.

De acuerdo con la clasificación anterior, la empresa SOCODA S.A.S se encuentra ubicada en dos sectores; el sector secundario o industrial, ya que SOCODA S.A.S transforma el acero y la madera en productos terminados; y en el sector terciario o de servicios, porque la empresa no solo fabrica sus productos, sino que además los comercializa a nivel nacional e internacional.

- **Descripción general de las actividades.**

Teniendo en cuenta que SOCODA S.A.S pertenece a dos sectores económicos, se hace necesario mencionar de manera más profundizada a que se dedica la empresa, es decir

cuál es su actividad principal, y sus actividades secundarias. Para ello, se hará referencia a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), el cual corresponde a la clasificación internacional de referencia de las actividades productivas; es una clasificación por tipos de actividad económica y no una clasificación de bienes y servicios. El CIIU no establece distinciones según el régimen de propiedad, el tipo de estructura jurídica o la modalidad de explotación, porque estos criterios no guardan relación con las características de la propia actividad. Su objetivo es proporcionar un conjunto de categorías de actividades que puedan utilizarse para la recopilación y presentación de informes de acuerdo con esas actividades.

La versión original de CIIU aparece por primera vez en 1948, desde ese momento la mayoría de los países en todo el mundo la han utilizado, convirtiéndose en un referente para los países en el desarrollo de sus clasificaciones nacionales de actividades, y en una importante herramienta para la comparabilidad de datos estadísticos sobre actividades económicas a nivel internacional. Con las nuevas categorías se buscó mejorar la relevancia de la clasificación estableciendo secciones que reflejaran mejor el entorno económico actual. Otra reforma importante fue la implementación de notas explicativas en todos los niveles para brindar información más detallada que permita una interpretación más precisa del contenido y los límites de cada clase facilitando su aplicación y mejorando la comparabilidad.

Acatando las recomendaciones internacionales proporcionadas por la Comisión de Estadística de Naciones Unidas, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en cabeza de la Dirección de Regulación, Planeación, Estandarización y Normalización, consolida un Sistema de Nomenclaturas y

Clasificaciones actualizado, lo cual se evidencia en el desarrollo del proceso de adaptación para Colombia de la CIIU Rev. 4, constituyéndose en una de las herramientas básicas para la producción de las estadísticas oficiales generadas por las entidades pertenecientes al Sistema Estadístico Nacional.

La llegada del siglo XXI ha traído consigo una nueva perspectiva en cuanto a la inserción de las nuevas tecnologías. En tal sentido, y en búsqueda de poder satisfacer todas las necesidades generadas en un mundo dinámico y globalizado, basado en la comunicación y en la accesibilidad de la información al instante, para todo tipo de usuario y desde cualquier lugar, contando además con la permanente concientización para la preservación del medio ambiente, se han generado nuevas actividades en los diferentes sectores económicos, con el fin de fortalecer y optimizar la utilización de los recursos y el tiempo en el desarrollo de estas actividades.

Debido a estas nuevas necesidades la Comisión de Estadística de Naciones Unidas vio la pertinencia de generar y presentar a la comunidad estadística una nueva revisión de la CIIU de todas las actividades económicas, donde se incluyen todas aquellas actividades que no se habían definido anteriormente y que revisten importancia en la actualidad, especialmente las relacionadas con las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), actividades financieras, profesionales y de apoyo a las empresas; además de la reorganización de actividades en todos los sectores económicos. Todo esto sin perder de vista el objetivo de establecer un estándar internacional que permita la comparabilidad y la armonización de la información

estadística en los diferentes ámbitos. DANE () Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas.

De acuerdo con la clasificación industrial internacional Uniforme del DANE, se analizará las actividades económicas de la empresa SOCODA S.A.S (de acuerdo al certificado de existencia y representación legal de sociedad por acciones simplificada), la organización tiene como actividad principal la C3110, la cual se identificó de la siguiente manera:

1. Se identifica la sección: C Industrias manufactureras.
2. Se identifica la división: 31 Fabricación de muebles, colchones y somieres.
3. Se identifica el grupo: 311 Fabricación de muebles.
4. Se identifica la clase: 3110 Fabricación de muebles.

Como actividad secundaria tiene la C2511, la cual se determinó de la siguiente forma:

1. Se identifica la sección: C Industrias manufactureras.
2. Se identifica la división: 25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.
3. Se identifica el grupo: 251 Fabricación de productos metálicos para uso estructural, tanques, depósitos y generadores de vapor.

4. Se identifica la clase: 2511 Fabricación de productos metálicos para uso estructural.

Finalmente, SOCODA S.A.S tiene otras dos actividades identificadas dentro de su certificado de existencia y representación legal de sociedad por acciones simplificada, siendo la primera la G4775, la cual se estableció de la siguiente manera.

1. Se identifica la sección: G Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.
2. Se identifica la división: 47 Comercio al por menor (incluso el comercio al por menor de combustibles), excepto el de vehículos automotores y motocicletas.
3. Se identifica el grupo: 477 Comercio al por menor de otros productos en establecimientos especializados.
4. Se identifica la clase: 4775 Comercio al por menor de artículos de segunda mano.

Y siendo la segunda la F4329, la cual identificó de la siguiente forma:

1. Se identifica la sección: F Construcción.
2. Se identifica la división: 43 Actividades especializadas para la construcción de edificios y obras de ingeniería civil.
3. Se identifica el grupo: 432 Instalaciones eléctricas, de fontanería y otras instalaciones especializadas.
4. Se identifica la clase: 4329 Otras instalaciones especializadas.

Adicionalmente, la compañía SOCODA S.A.S define dentro de su certificado de existencia y representación legal de sociedad por acciones simplificada, como objeto social:

1. diseño, desarrollo, importación y exportación de toda clase de insumos y/o materias primas, fabricación, representación, comercialización a nivel nacional o internacional, distribución, mercadeo de productos para instalar o ubicar en espacios interiores (viviendas, centros comerciales, instituciones -educativas, etc.) o exteriores (vías públicas, parques, etc.)
2. El establecimiento de factorías y almacenes para la fabricación y comercialización tanto nacional como internacional, directa o indirecta de artículos para instalar o ubicar en espacios interiores (viviendas, centros comerciales, instituciones educativas, etc.) o exteriores (vías públicas, parques, etc.)
3. la representación de casas nacionales o extranjeras con fines similares al de la sociedad.
4. la prestación de asesorías y servicios, relacionados con el diseño, fabricación, instalación, o comercialización de los productos a ser instalados o ubicados en los espacios interiores (viviendas, centros comerciales; instituciones educativas, etc.) o exteriores (vías públicas, parques, etc.).
5. la prestación de servicios de mantenimiento preventivo, correctivo o predictivo de mobiliario urbano o muebles fabricados en acero u otro material de la industria de la

construcción, y que son instalados o ubicados en los espacios interiores (viviendas, centros comerciales, instituciones educativas, etc.) o exteriores (vías públicas, parques, etc.) 6. importación de productos terminados y partes que sean complementarios de los productos fabricados por la sociedad. 7. la comercialización tanto nacional como internacional de toda clase de artículos y productos complementarios para aquellos fabricados y que hacen parte del objeto social de la sociedad. 8. construcción de obras civiles en general. Así mismo, la sociedad podrá realizar cualquier acto o contrato de comercio, siempre que el mismo sea lícito. (Esta información es la reportada por la cámara de comercio de Medellín para Antioquia).

Teniendo en cuenta lo anterior y la clasificación de las actividades de la compañía, se llega a concluir que dichas actividades, son establecidas y van encaminadas de acuerdo a lo estipulado en la empresa como su objeto social.

En resumen, la organización no solo fabrica, sino que además comercializa sus productos, ofreciendo a sus clientes un amplio portafolio enfocado en su promesa de servicio “Entregar a los clientes soluciones oportunas, integrales y funcionales” y en la política de gestión integrada “En Socoda S.A.S estamos comprometidos con la satisfacción de nuestros clientes, el cumplimiento de requisitos legales y el

mejoramiento continuo en un ambiente que promueve la salud ocupacional, previene la contaminación y es amigable con el entorno.” (SOCODA, 2017)

Como se mencionó, la compañía comercializa sus productos, y para ello cuenta con un amplio portafolio. Actualmente cuenta con las siguientes categorías de mobiliario:

- **Hogar.** “pensando siempre en entregar bienestar, la empresa es el líder en el mercado en soluciones en madera y acero para cocinas, baños y zonas de ropas”. (SOCODA, 2017)
- **Comercial.** “buscando soluciones que se adaptan a los diferentes proyectos y espacios, SOCODA fabrica productos para baños públicos y zonas comunes como divisiones sanitarias, bancas y basureras para las diferentes instituciones.” (SOCODA, 2017)
- **Urbana.** “para las ciudades, la línea urbana posee productos que aumentan la calidad y la productividad de estas como los paraderos de buses, los módulos de venta y las basureras.” (SOCODA, 2017)
- **Seguridad.** “se ofrecen soluciones integrales y productos de alta calidad como sanitarios, lavamanos y camastros para las diferentes cárceles de baja, media y máxima seguridad, garantizándoles calidad, durabilidad y asepsia.” (SOCODA, 2017)
- **Salud.** “pensando en cuidar las instituciones dedicadas a la salud y a quienes acuden a ellas, SOCODA produce estanterías y gabinetes que son soluciones en

laboratorios y zonas quirúrgicas de alta calidad que garantizan total asepsia.”

(SOCODA, 2017)

- **Composición de capital.**

Como se ha mencionado anteriormente, SOCODA S.A.S es una sociedad de capital netamente privado, es decir, fue y permanece conformada por particulares, por ello es necesario remitirnos al certificado de existencia y representación legal de sociedad por acciones simplificada, donde certifica que su capital está conformado de la siguiente manera:

Figura 1 Composición del Capital en SOCODA S.A.S

Tipo de capital	valor	acciones	Valor nominal
Capital autorizado	\$2.000.000.000	\$2.000.000	\$1.000
Capital suscrito	\$1.099.191.000	\$1.099.191.000	\$1
Capital pagado	\$1.099.191.000	\$1.099.191.000	\$1

- **De la administración y de los trabajadores.**

Inicialmente es necesario entender qué es un organigrama; es una representación visual de la estructura organizacional, donde se reflejan las líneas de autoridad, relaciones entre el personal, comités permanentes y las líneas de comunicación (Ferrell & Hirt, 2010).

Así mismo, es fundamental conocer los tipos de organigrama que se plantean en las organizaciones, para lo cual se plantea la siguiente clasificación (Franklin, 2013) y (de Zuani, 2005)

- ***De acuerdo a su naturaleza.*** Este a su vez se divide en tres subtipos de organigramas
 - *Micro administrativos.* corresponden a una sola organización, refiriéndose de manera global o a un área específica.
 - *Macro administrativos.* involucran a más de una organización.
 - *Meso administrativo.* consideran una o más organizaciones de un mismo sector. Este término es usado en el sector público, sin embargo, también se puede adaptar al sector privado.

- ***De acuerdo a su finalidad.*** Este grupo se divide en cuatro subtipos de organigramas
 - *Informativo.* diseñados con el objetivo de servir de información a cualquier tipo de usuario, es decir que sea entendible para todo tipo de público; estos organigramas en su forma física expresan partes del modelo y sus relaciones de líneas y unidades asesoras.

- *Analítico.* tiene como finalidad analizar aspectos del comportamiento organizacional, incluyendo cierto tipo de información que permite la visión macro o global de la misma, como, por ejemplo, el análisis de un presupuesto, distribución de la planta de personal, partidas de gastos, remuneraciones, etc.; en este caso sus usuarios serían personas especializadas en el conocimiento de estos instrumentos y sus aplicaciones.
 - *Formal.* se define como tal cuando representa el modelo de funcionamiento planificado o formal de una organización, y cuenta con el instrumento escrito de su aprobación.
 - *Informal.* se considera como tal, cuando representando su modelo planificado no cuenta todavía con el instrumento escrito de su aprobación.
- ***De acuerdo a su ámbito.*** Este grupo se divide en dos subtipos
 - *Generales.* contienen información representativa de una organización hasta determinado nivel jerárquico, según su magnitud y características.
 - *Específico.* Muestran en forma particular la estructura de un área de la organización.
 - ***De acuerdo a su contenido.*** Dentro de esta categoría se sub-clasifican tres tipos
 - *Integrales.* refleja a todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones de jerarquía o dependencia.

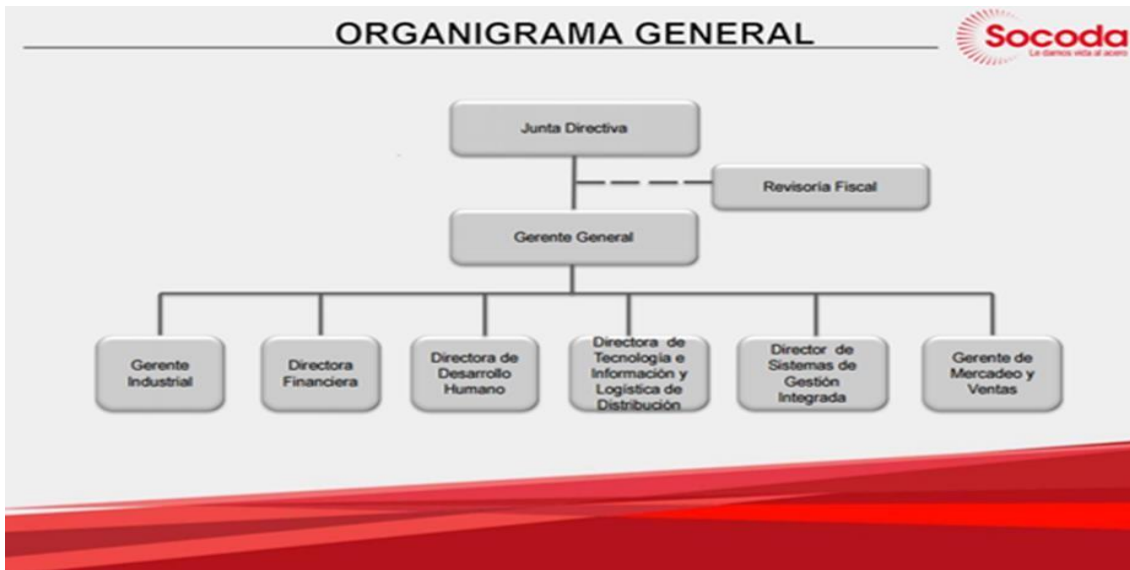
- *Funcionales.* refleja unidades, interrelaciones y funciones principales. En contexto es un resumen de la organización, de cómo se divide, y que funciones tiene cada cargo.
 - *De puestos, plazas y unidades.* en este caso se plasman las diferentes áreas y los puestos necesarios para el debido funcionamiento de dicha área, mostrando las que ya existen y las que hacen falta. Cabe anotar que se deben incluir los nombres de las personas que ya ocupan los diferentes cargos.
- *De acuerdo a su presentación o disposición gráfica.* Se divide en cinco subtipos
- *Verticales.* este tipo de organigrama es de los más usados en la administración ya que este, presenta cada una de las unidades que compone a la empresa; pues como su nombre lo indica, el organigrama va de arriba hacia abajo, empezando con el más alto cargo en la parte superior, y desagregando de manera jerárquica y escalonada hasta llegar a la parte inferior, donde generalmente se compone de operarios.
 - *Horizontales.* este a diferencia del caso anterior las áreas se plasman de izquierda a derecha, colocando al cargo más alto en el extremo izquierdo.
 - *Mixtos.* este caso es bien particular ya que usa características de las dos sub-clasificaciones anteriores (verticales y horizontales); es recomendable usarlo en organizaciones de gran extensión administrativa.
 - *De Bloque.* su principal característica es integrar un gran número de áreas en espacios más reducidos.

- *Circulares.* este tipo de organigrama se caracteriza por que el cargo más alto se ubica en el centro de una serie de círculos concéntricos, cada círculo representa un nivel jerárquico, que decrece desde el centro hacia los extremos, y el último círculo.

Teniendo en cuenta la definición y clasificación de organigramas anteriormente mencionados, se analizará el caso particular de la empresa SOCODA S.A.S; pues bien, su organigrama esta implementado de acuerdo a su presentación o disposición gráfica, específicamente es de tipo vertical, ya que se desagrega de manera escalonada (de arriba hacia abajo), empezando con el cargo más alto (junta directiva), seguidamente y en orden jerárquico se encuentra la revisoría fiscal (ente regulador), luego el gerente general (representante legal) y finalmente se divide en seis grandes áreas, cada una cuenta con subalternos, que en conjunto forman la totalidad de la compañía, con un talento humano que asciende a quinientas personas.

Como se mencionó, SOCODA S.A.S cuenta con seis áreas, por lo cual en un primer momento se ilustrará el organigrama general de la compañía, el cual refleja cada una de las áreas que la componen y como se integran; y en un segundo momento se revelará el organigrama de cada una de las áreas y los cargos la complementan.

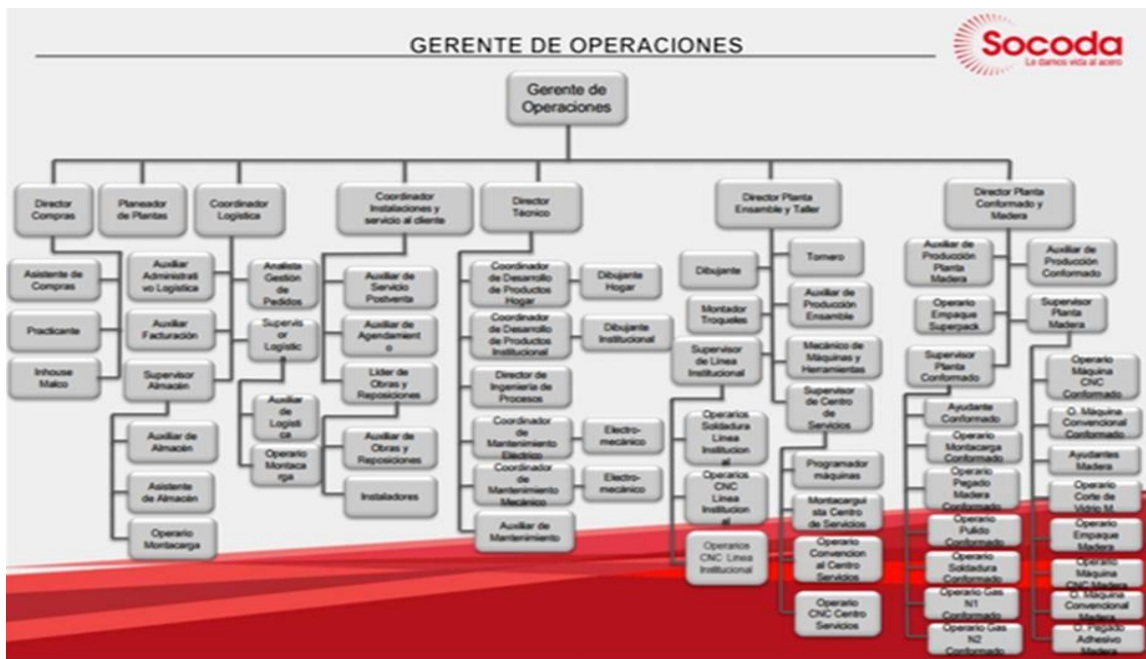
Figura 2 Organigrama general SOCODA S.A.S



Tomado de www.socoda.com.co

To

Figura 3 Organigrama Área de operaciones SOCODA S.A.S



mado de www.socoda.com.co

Figura 4 Organigrama Área financiera SOCODA S.A.S

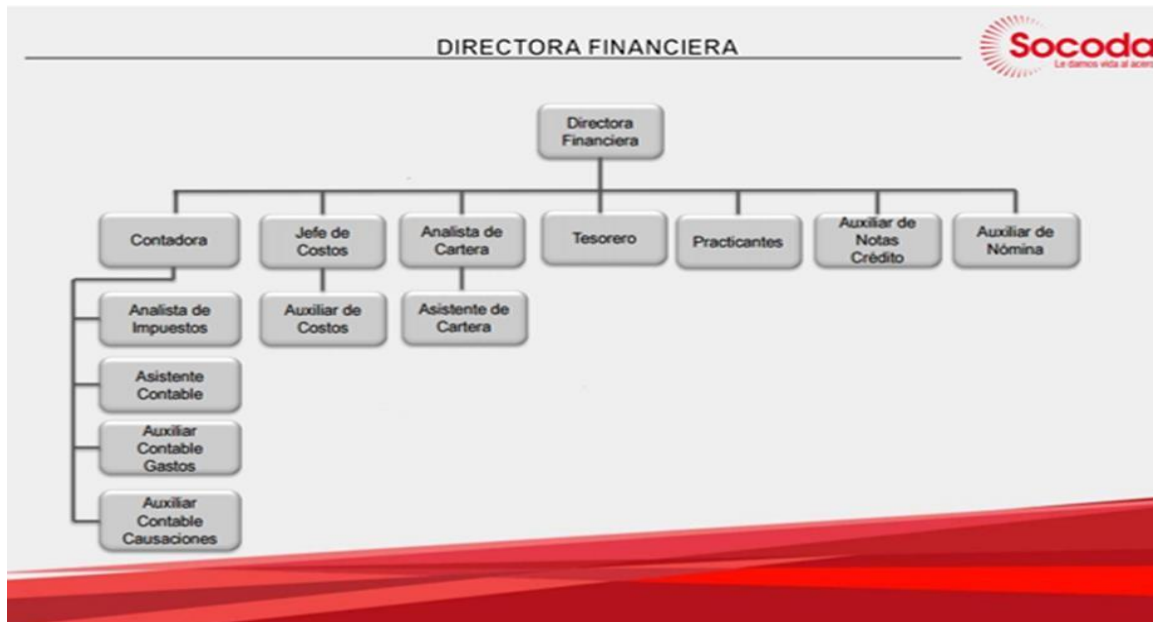
Tomado de www.socoda.com.co

Figura 5 Organigrama Área de desarrollo humano SOCODA S.A

Tomado de www.socoda.com.co

Figura 6 Organigrama Área de sistemas SOCODA S.A



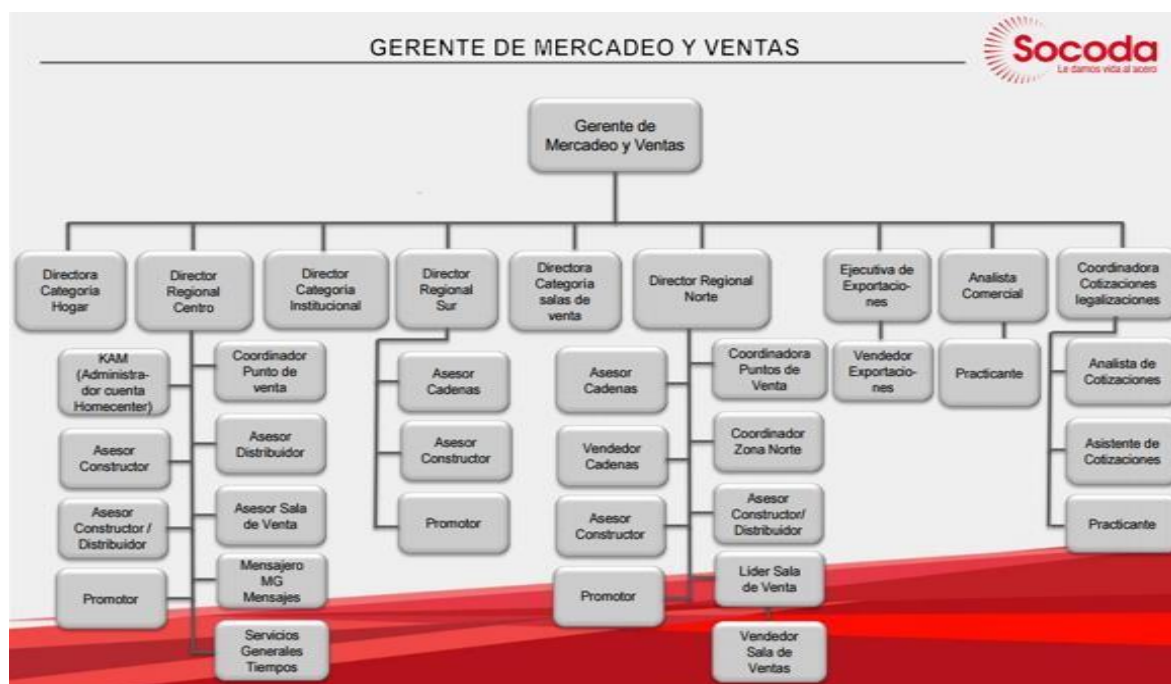
Tomado de www.socoda.com.co

Figura 7 Organigrama Área de gestión SOCODA S.A



Tomado de www.socoda.com.co

Figura 8 Organigrama Área de ventas SOCODA S.A



Tomado de www.socoda.com.co

- **Resumen del origen de la idea, selección y contactos previos realizados para lograr la consecución.**

Como se mencionó anteriormente, el programa de Contaduría Pública de la Universidad Católica Luis Amigó dentro de su proceso formativo exige realizar una práctica dividida en dos fases (teórica y aplicada), la cual debe ser sustentada por medio de un trabajo investigativo enfocado en la parte laboral del profesional contable, sin tener en cuenta el tipo de modalidad que el estudiante decida desarrollar. Para ello, se cuenta con el acompañamiento de varios docentes del área contable, tributaria e investigativa, donde orientan al estudiante a desarrollar y fortalecer los conocimientos adquiridos en el ámbito institucional, de tal manera que este logre elaborar un trabajo

en el cual pueda aportar desde su competencia “profesional” al lugar o al área en que decida desempeñar las practicas exigidas por el programa.

Para iniciar con este proceso es necesario cumplir con el ochenta por ciento como mínimo de los créditos exigidos para graduarse como Contador público, y elegir el tipo de modalidad que se desea desarrollar; en este caso en particular se eligió “práctica empresarial bajo contrato de aprendizaje”.

Inicialmente se cuenta con el acompañamiento y capacitación (introducción al mundo laboral) por parte de la coordinadora de prácticas la docente María Elena Valencia Corrales, que además cuenta con contactos previos en diferentes organizaciones a las cuales el estudiante puede aplicar; para ello se le envía la documentación principal y necesaria para proceder al envío de la misma a las diferentes organizaciones de su base de datos; sin embargo son las organizaciones las encargadas de hacer un estudio previo de los posibles candidatos y llamarlos, en esa llamada entre empresa – estudiante se agenda una entrevista; en ésta se conoce los deberes y derechos que tendrá el practicante dentro de la organización y así mismo como se hará el proceso de selección.

Es importante que el practicante tenga claro tres cosas, puesto que sus prácticas dentro de la empresa tendrán una duración de doce meses:

- Puede aplicar a la primera entrevista y pasar todo el proceso de selección, como también puede suceder que sea necesario presentar varias entrevistas;
- El estudiante debe identificar su interés en cuanto a la ubicación y área de trabajo;

- Debe analizar que las funciones asignadas le permitan cumplir los objetivos requeridos por la universidad.

Cabe anotar que en caso que el estudiante desee aplicar sus prácticas en una entidad diferente a las que posee la coordinadora en su base de datos, deberá pasar por un proceso de estudio y aprobación por parte del programa.

En este orden de ideas, el trabajo de prácticas a desarrollar será en la empresa SOCODA S.A.S, al respecto, primero se presentó una entrevista inicial con la Psicóloga (Ana Karina) de la compañía, paso seguido se realizaron unas pruebas psicotécnicas vía on-line, y por último se presentó una entrevista con la directora financiera, y quien será la jefa directa, María Edith Giraldo, siendo precisamente ella quien tendría la decisión final de acuerdo a los filtros realizados anteriormente. El cargo que se desempeña, es en el área de tesorería, donde la función principal es estar al pendiente de las diferentes salas de ventas que tiene la compañía a nivel nacional (actualmente son ocho), y como funciones secundarias todas las derivadas para el apoyo de dicha área.

Cabe mencionar que para legalizar y hacer oficial el lugar y las condiciones donde se desarrollaría la práctica, fue necesario hacer entrega de la documentación requerida, tanto en la institución educativa (Universidad Católica Luis Amigó) como en la empresa (SOCODA S.A.S). Finalmente, la práctica se protocolizó con la firma del contrato de aprendizaje entre las partes interesadas (empresa – estudiante practicante), por un periodo de un año (15 de agosto de 2017 – 14 de agosto de 2018).

Diagnóstico del área

Como se mencionó anteriormente en la reseña histórica de SOCODA S.A.S, la empresa cuenta con quinientos empleados (aproximadamente), tres plantas de producción y doce salas de ventas.

De acuerdo con la información suministrada por personal de la empresa y lo que se puede observar desde el área financiera, la empresa tiene varias maneras de llegar a los clientes a nivel nacional e internacional, ya que cuenta con varios canales de distribución, como son los vendedores puerta a puerta, los comerciales (el área de compras, usa fuentes de negociación), y las ocho salas de ventas.

A la fecha clientes como HOMECENTER y clientes del sector constructor son los que más aportan al ingreso operacional de la empresa, ya que sus ventas son las más representativas.

Como antes se mencionó, una manera de SOCODA S.A.S ofrecer sus productos es a través de doce salas de ventas, donde el cliente puede interactuar y percibir la funcionalidad y las características del o los productos que desea adquirir, estos se encuentran ubicados en Bogotá, Cali, Pereira, Manizales, Armenia, Rionegro y el área metropolitana del valle de Aburrá.

Encontrándose distribuidos de la siguiente manera:

En ciudades como Cali, Manizales, Pereira; Armenia y Bogotá se pueden encontrar un punto de venta en cada ciudad exceptuando Bogotá que hay dos.

En cuanto respecta al departamento de Antioquia, hay disponibles siete salas de ventas, una en Rionegro y seis más ubicadas en el área metropolitana del Valle de

Aburrá. Cabe mencionar que la organización se plantea como meta a mediano plazo abrir más puntos de venta.

Cabe aclarar que el trabajo a desarrollar se enfocará en las salas de ventas, por lo cual se hace necesario conocer el entorno en el cual se llevan a cabo dichas actividades, ya que involucran diferentes áreas de la compañía, como el área financiera, logística, almacén, y contabilidad. Cabe aclarar que, para este caso, se analizará desde el área financiera, ya que el ítem a evaluar serán las cajas de los diferentes puntos de venta (para el año 2017 eran diez puntos).

Hasta hace seis meses atrás el sistema manejado desde las distintas salas de venta era QAD (licencia de software contable en la empresa), este básicamente les permitía a los vendedores de las salas consultar, crear, modificar y eliminar información equivalente a las ventas realizadas desde la misma sala, lo que implicaba un gran riesgo financiero para la empresa. Por lo cual se ha optado por cambiar un sistema complejo y que tomaba mucho tiempo para los vendedores, a facilitarles el proceso en menor tiempo.

El sistema nuevo a implementar es el sistema POS (un medio de facturación solo para las salas) el cual consiste en básicamente facturar cada venta desde el computador y la información suministrada, sincroniza en la noche (cuando las salas de venta se encuentran cerradas), subiendo automáticamente a QAD; un claro ejemplo de este sistema, es el utilizado en almacenes de cadena como el éxito. Este sistema actualmente es implementado por todos los puntos de venta.

En todas las salas se hacen diferentes tipos de venta, las cuales son:

- **Ventas en efectivo.**

Es cuando el cliente compra uno o varios productos y el pago lo hace con dinero en efectivo.

- **Ventas con tarjeta débito y/o crédito.**

Cuando el cliente compra uno o varios productos y el pago lo realiza por medio de datafono con una tarjeta débito y/o crédito.

- **Ventas con tarjeta EPM.**

Este medio de pago solo se permite en algunas salas del área metropolitana del Valle de Aburrá, este se da cuando un cliente compra uno o varios productos y paga con tarjeta EPM (Empresas Públicas de Medellín). Este medio de pago se transfiere a una cuenta por cobrar a EPM ya que este es un medio de financiación (crédito), para usuarios de dicha tarjeta.

Adicionalmente, se dan diferentes casos a la hora del cliente solicitar un producto:

- **El cliente compra un producto que se encuentra en la sala.**

Este es el caso más común, donde el cliente compra el o los productos, realiza el pago y la vendedora le factura.

- **El cliente desea adquirir un producto que no se encuentra en la sala de venta.**

En este caso, el cliente solicita un producto que no se encuentra en el inventario disponible de la sala, para lo cual este debe realizar un anticipo del 50% del valor total del producto, como soporte a dicho cliente se le da un recibo de caja reflejando el valor adelantado, el vendedor solicita el producto a almacén (Guarne); finalmente cuando el producto llegué a sala y el cliente vaya por él, este cancelará el 50% restante y el vendedor le factura.

- **El cliente realiza un pedido especial.**

Este caso es cuando el cliente desea mandar hacer un producto, como por ejemplo, una cocina, y dicho producto se debe mandar hacer directamente a la planta (Guarne), para esta situación al igual que en la anterior, el cliente deberá entregar un anticipo del 50% del valor del producto, el soporte nuevamente será un recibo de caja, pero este deberá cancelar el monto total antes del despacho, es decir, la o el vendedor realiza por medio de una plataforma el pedido a planta, pero este se facturará y despachará por medio del CDIS llegando directamente a la puerta del cliente.

Finalmente, una situación que se puede dar muy esporádicamente es cuando el cliente desea devolver el producto, para esta circunstancia en particular hay dos posibles tipos de transacción.

- **El cliente devuelve el producto, pero desea cambiarlo por otro.**

En este caso el cliente desea adquirir a cambio un producto de la misma referencia u otro de diferentes características, para lo cual el vendedor solicita a cartera, diligencien una Nota Crédito (NC) a nombre del cliente, por el valor del producto que este devolvió, luego el Vendedor usará como medio de pago en la factura esa misma NC, cabe anotar que el producto nuevo debe ser de igual o mayor cuantía al producto devuelto, y el cliente puede llevar el producto ese mismo día u otro posterior.

- **El cliente devuelve el producto, pero desea la devolución del dinero.**

Aquí al igual que la anterior circunstancia el vendedor debe solicitar a cartera, diligenciar una NC a nombre del cliente y posteriormente cruzarla contra caja, cuentas por cobrar EPM o bancos según el caso del medio de pago en la venta inicial, y al cliente se le hace la devolución del dinero correspondiente al valor del producto.

Objetivo general y objetivos específicos

- **Objetivo general.**

Evaluar la implementación del sistema de control interno en los puntos de venta del área metropolitana de acuerdo a las políticas establecidas por la compañía.

- **Objetivos específicos.**

- Realizar el diagnóstico del manejo del efectivo en los puntos de venta del área metropolitana.

- Dictaminar cada uno de los procedimientos relacionados con ventas en las salas del área metropolitana.
- Identificar los riesgos en los procedimientos derivados de ventas en cada una de los puntos de venta del área metropolitana.
- Analizar los riesgos identificados.
- Establecer los controles a implementar en los procedimientos donde se encontraron los riesgos.

Marco Conceptual

- **Sistema de control interno.**

Según la contraloría general de la nación “Es el conjunto de acciones, actividades, planes, políticas, normas, registros, procedimientos y métodos, incluido el entorno y actitudes que desarrollan autoridades y su personal a cargo, con el objetivo de prevenir posibles riesgos que afectan a una entidad pública.” Se fundamenta en una estructura basada en cinco componentes funcionales:

- Ambiente de control
- Evaluación de riesgos
- Actividades de control gerencial
- Información y comunicación
- Supervisión

- **Caja.**

Según el Plan Único de Cuenta la caja se considera como el “Registro de la existencia en dinero efectivo o en cheques con que cuenta el ente económico, tanto en moneda nacional como extranjera, disponible en forma inmediata.” Adicionalmente su dinámica consiste en dos conceptos:

- ***Débitos***

- Por las entradas de dinero en efectivo y los cheques recibidos por cualquier concepto, tanto en moneda nacional como en moneda extranjera
- Por los sobrantes en caja al efectuar arqueos
- Por el mayor valor resultante al convertir las divisas a la tasa de cambio representativa del mercado
- Por el valor de la constitución o incremento del fondo de caja menor.

- ***Créditos***

- Por el valor de las consignaciones diarias en cuentas corrientes bancarias o de ahorro
- Por el valor de la negociación de divisas
- Por los faltantes en caja al efectuar arqueos
- Por el menor valor resultante al convertir las divisas a la tasa de cambio representativa del mercado
- Por la reducción o cancelación del monto del fondo de caja menor,

- Por el valor de los pagos en efectivo, en los casos que, por necesidades del ente económico, se requieran.

- **Débito y crédito.**

“Una de las herramientas más importantes de un sistema de contabilidad es el uso de los débitos y créditos. Se utilizan los débitos y créditos en un asiento de diario para cambiar la cantidad de dinero en una cuenta. Dependiendo del tipo de cuenta a ser cargada o abonada, la cuenta aumenta o disminuye. El tipo de cuenta es el factor principal que determina las diferencias entre los créditos y débitos. Adicional a esto cada entrada del diario, el importe cargado será igual al importe abonado.” (La Voz de Houston, s.f.)

En el caso de la caja, este se reconoce como un activo corriente y en el cual el débito significa aumento en la cuenta y crédito una disminución.

En este caso los débitos se consideran todas aquellas entradas de dinero en efectivo por concepto de las ventas, y los créditos son todas las salidas de dinero cuando la o el vendedor realiza la consignación a nombre de SOCODA S.A.S saliendo de caja y entrando directamente al Banco.

Es importante tener en cuenta que lo anteriormente mencionado es el procedimiento que se debe realizar en cuanto a caja propiamente de las salas. Solo se recibe efectivo y solo sale el dinero cuando se realiza la consignación. Es decir, el efectivo en ningún caso se tomará para gastos propios o de la misma sala como tal.

- **Activo corriente.**

“El activo corriente, también llamado activo circulante o líquido, es el activo de una empresa que puede hacerse líquido (convertirse en dinero) en menos de doce meses. Como, por ejemplo, el dinero del banco, las existencias, y las inversiones financieras.

Además, podemos entender el activo corriente como todos aquellos recursos que son necesarios para realizar las actividades del día a día de la empresa. Se conoce como corriente porque es un tipo de activo que se encuentra en continuo movimiento, puede venderse, utilizarse, convertirse en dinero líquido o entregarse como pago sin demasiada dificultad.” (Samper Arias, s.f.)

- **Medio de pago.**

“Un medio de pago es un bien o instrumento que puede ser utilizado para adquirir bienes, servicios y/o cancelar todo tipo de obligaciones.” (Educación financiera, s.f.).

Como anteriormente se mencionó en el numeral cinco (5) las salas de ventas pueden recibir varios medios de pago a cambio de la venta de uno o varios productos, o por concepto de un anticipo. Los medios de pago que pueden recibir es efectivo, tarjeta débito o crédito, consignación, tarjeta EPM y/o servicredito.

- **Anticipo**

Según el plan único de cuentas un anticipo es aquello que registra el valor de los adelantos efectuados en dinero o en especie por el ente económico a personas naturales o jurídicas, con el fin de recibir beneficios o contraprestación futura de acuerdo con las condiciones pactadas, incluye conceptos tales como anticipos a proveedores, a contratistas, a trabajadores, a agentes de aduana y a concesionarios.

- **Consignar**

Según el diccionario de la real academia, los siguientes son las definiciones que más se asemejan:

“5. tr. Entregar por vía de depósito, poner en depósito algo.

8. tr. Der. Depositar la cosa o cantidad debida a disposición del acreedor o

del juez. 9. tr. desus. Poner dinero en poder de alguien.”

- **Efectivo**

El efectivo es un estado en el que se encuentra una moneda de curso legal y que puede ser utilizado para saldar una deuda pública o privada o cumplir con una obligación financiera.

La forma más común de referirse al efectivo es hablar de dinero.

“En términos de empresa, cuando hablamos de efectivo nos referimos al activo circulante más líquido o bien, a cualquier activo que pueda convertirse en efecto en menos de un año. Es decir, de cuánto dinero puede disponer la empresa en un corto periodo de tiempo.” (Anónimo, s.f.).

- **Tarjeta débito y/o crédito**

Según el banco BBVA “En una tarjeta de débito, el pago se carga directamente en la cuenta –corriente, o libreta de ahorros- del titular. Así, solo permiten el cobro hasta el límite de los fondos de la cuenta. En cambio, con la tarjeta de crédito se puede pagar incluso si no se dispone de fondos, ya que se puede aplazar el cobro posteriormente. De esta forma, el titular contrae una deuda con el banco y esta tarjeta tiene un límite.”

- **Tarjeta EPM**

Según la página oficial del grupo SOMOS “Es un crédito que le permite a sus clientes adquirir productos y servicios pensados para mejorar el hogar, la calidad de vida y de la familia”. El pago consiste básicamente en un crédito que se adquiere con epm (Empresas Públicas de Medellín) y este se paga a través de unas cuotas que llegan en la factura de los servicios públicos.

En el caso de una venta efectuada en una de las salas de ventas, el cliente paga con esta tarjeta, y para SOCODA S.A.S automáticamente se convierte en una cuenta por cobrar a EPM.

Descripción metodológica

Determinar el tipo de metodología a usar en una investigación define el camino a seguir para el cumplimiento del objetivo a desarrollar. En la investigación existen dos tipos de metodología, que son la metodología cualitativa y la metodología cuantitativa. Por lo que se hace necesario definir los conceptos ya mencionados.

- **Metodología**

“Es la ciencia en acción que, y favorece la producción de nuevos conocimientos en todas las áreas del saber humano, y constituye una herramienta básica para todos los profesionales de diferentes disciplinas, porque su manejo instrumental permite profundizar y generar nuevos conocimientos en el campo donde se estudia de manera científica. La metodología de la investigación juega un papel preponderante al proporcionar la formación teórico-operacional, la concepción, las técnicas científicas para el diseño y la conducción de la investigación científica.”. (Urdaneta, s.f.)

- **Metodología Cualitativa**

“Estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales—entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos – que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas”. (Rodriguez Gomez, Gil Flores, & Garcia Jimenez, 1996).

- **Metodología Cuantitativa:**

“Concibe el objeto de estudio como externo en un intento de lograr la máxima objetividad. Su concepción de la realidad coincide con la perspectiva positivista. Es una investigación normativa, cuyo objetivo está en conseguir leyes generales relativas al grupo” (Abalde Paz & Muñoz Cantero, 1992)

Además de la metodología a usar es necesario tener presente que técnica se desarrollará para el cumplimiento de los objetivos.

- **Trabajo de campo**

“Se refiere a los métodos tradicionales de investigación sobre el terreno, de las ciencias naturales y de las sociales, como la antropología cultural.” (Monistrol Ruano, 2007)

Teniendo en cuenta lo anterior y el cumplimiento del objetivo general y objetivos específicos:

- La metodología usada fue la cualitativa
- La técnica utilizada fue la de trabajo de campo

Por consiguiente y para complementar la metodología y la técnica implementada, se tomó una muestra de seis puntos de ventas (Industriales, Itagüí, Belén, Buenos Aires, Bello y Sabaneta), estos se encuentran ubicados en el área metropolitana del valle de Aburra; finalmente se emplearon instrumentos como entrevistas, experiencia personal y observaciones, para determinar los riesgos en cuanto al manejo del efectivo en cada uno de los puntos de venta de SOCODA S.A.S ubicados en el área metropolitana.

Resultados del análisis de la información

Una manera de SOCODA ofrecer sus productos es a través de puntos de ventas; actualmente hay doce puntos de ventas ubicados en Antioquia y algunos en ciudades como Bogotá, Cali, Manizales y Armenia.

SOCODA trata de llegar al cliente no solo con su amplio portafolio sino con las facilidades de compra y pago; los puntos de venta cuentan con la logística necesaria para recibir cualquier medio de pago, exceptuando los cheques. Las salas reciben pagos como efectivo, tarjeta débito/crédito, tarjeta éxito, servicredito, transferencias bancarias y en algunas salas del área metropolitana la tarjeta EPM.

Adicional, cabe mencionar que algunos productos se pueden encontrar en sala y otros deben ser despachados directamente desde el CDIS bien sea porque no se encuentran en inventario físico en el punto de venta o por sus características se deba mandar a fabricar; el primer caso es el más común en estos establecimientos de comercio y el más sencillo (Gráfico #1) el cliente paga y el vendedor le factura y entrega el producto. En cuanto al segundo caso (Gráfico #2), el vendedor monta la solicitud a través de la plataforma (llamada Galaxy), adjuntando como soporte el anticipo (50% / el valor del producto); el área de cartera verifica el pago total del producto por parte del cliente y procede a desbloquear el pedido; el área de logística es quien despacha y factura el producto, entregándolo directamente al cliente.

Para entender mejor el proceso obsérvense los siguientes gráficos:

Figura 9 Venta tradicional

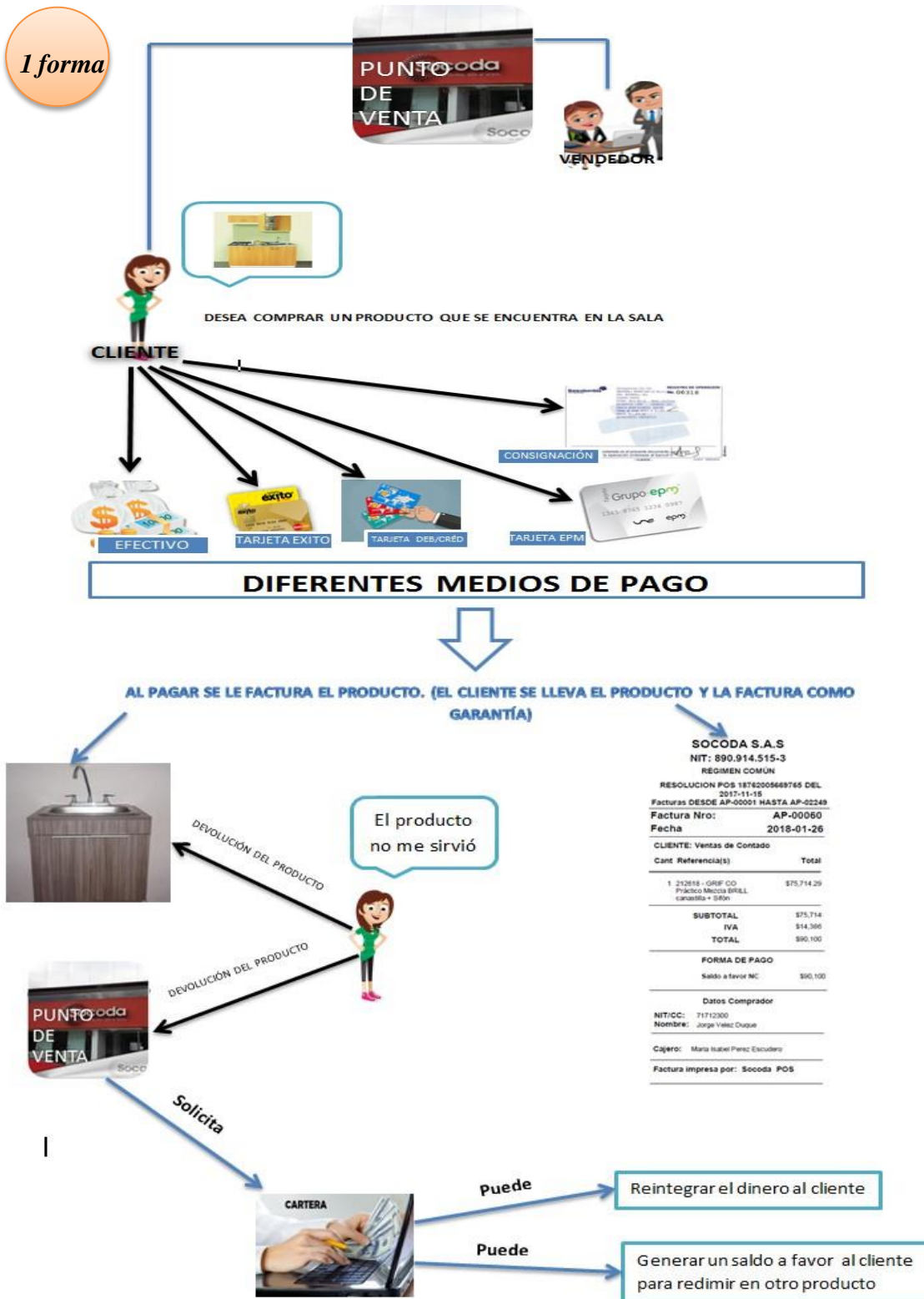
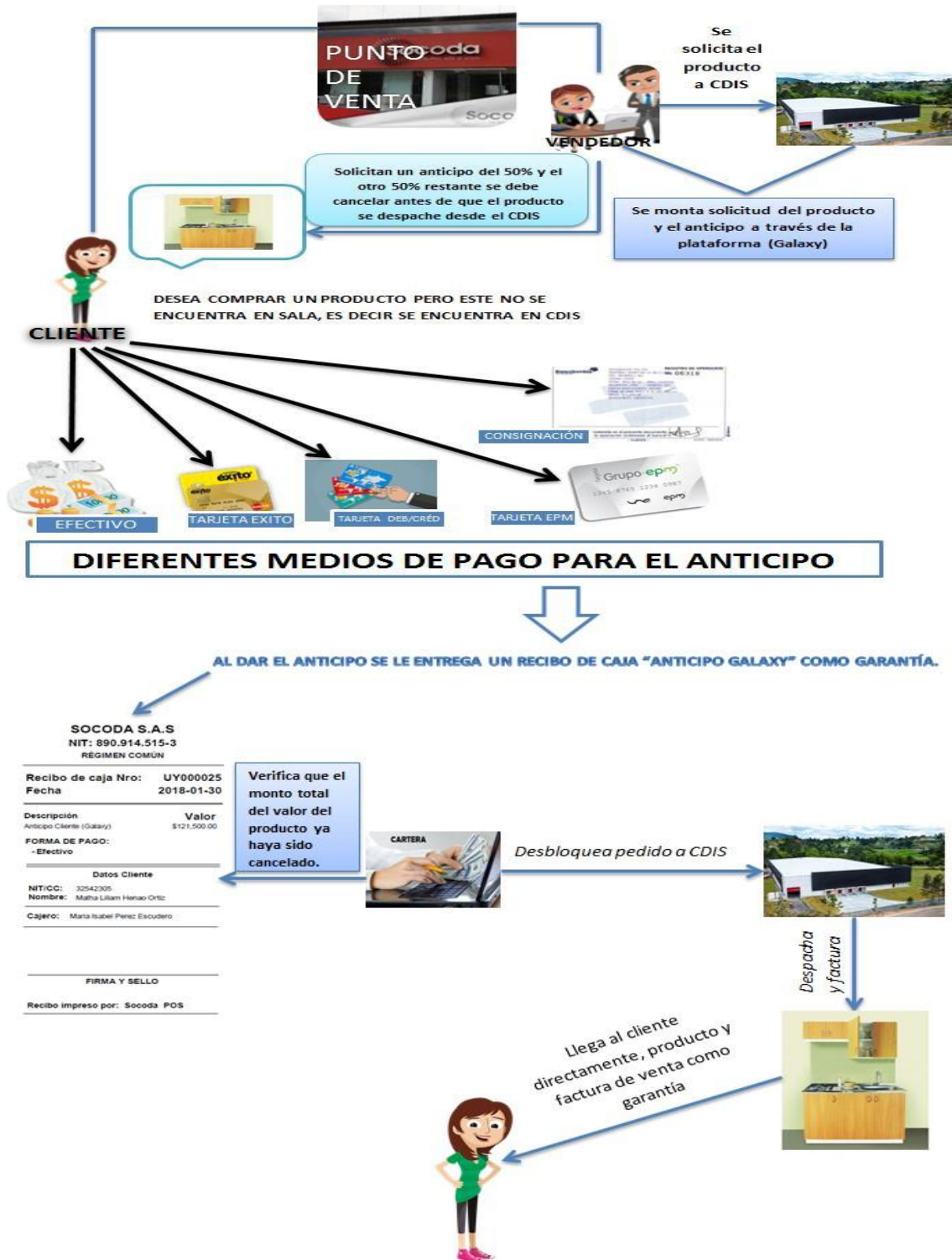


Figura 10 Venta con producto especial



La compañía ya ejerce control sobre un ochenta por ciento de los medios de pago y que a la fecha han sido eficientes; en gran parte esto se debe a que las entidades financieras han logrado parametrizar muchos de los movimientos generados en cada una de las cuentas, esto ha sido de gran ayuda para SOCODA de tal manera que puedan ejercer mayor control sobre estos. Unos ejemplos de ello son:

1. En las consignaciones realizadas por el cliente a las cuentas bancarias de SOCODA; el vendedor antes de facturar debe enviar un correo al tesorero solicitando la verificación de que dicho valor si haya ingresado a las cuentas bancarias de la compañía, El tesorero responde dicho correo y de ser afirmativo el vendedor procede a facturar jalando como medio de pago “Consignaciones”.
2. Los pagos efectuados con tarjeta crédito, débito y/o Éxito; están directamente vinculadas con el banco a la cual están sujetas y la fiduciaria a la cual esta entrelazado el datafono.
3. En los anticipos pagados por el cliente; el sistema de facturación POS esta parametrizado para facturar jalando como medio de pago “Voucher anticipo POS” siempre y cuando exista un documento que soporte el anticipo, en este caso es un Recibo de Caja y el monto total sea igual al facturar.
4. Para facturar y jalar como medio de pago “Nota crédito”; este debe ser previamente autorizado por el área de cartera a través de un correo electrónico, ya que es cartera quien genera el saldo a favor a cada cliente según el caso y según corresponda.

Sin embargo, el otro veinte por ciento corresponde al efectivo, el cual sigue siendo el que mayor riesgo representa debido al control nulo que se puede ejercer sobre este, en SOCODA se ha trabajado por mejorar los procedimientos y disminuir el riesgo sobre su manejo, pero

aún se encuentran falencias en variables como logística, seguridad y custodia, que en algún momento han generado inconvenientes en alguno de los puntos de venta.

Por consecuente se hace relevante analizar datos como promedio de ventas, promedio y frecuencia de las consignaciones por concepto de efectivo. Lo anterior ayuda a identificar el volumen de efectivo generado en cada una de las salas y por lo tanto cuales presentan mayor riesgo tanto para el vendedor como para el mensajero.

El promedio de ventas se realizó tomando como referente los diferentes puntos de venta que para el año gravable 2017 eran diez; la información es basada en las ventas realizadas en el año 2017; exceptuando algunas salas que se abrieron en el transcurso del mismo año:

- Belén → su apertura se realizó en septiembre
- Rionegro → se abrió la sala en octubre
- Itagüí y Buenos Aires → su servicio se presta a partir de diciembre

Para sacar el promedio, se suma las ventas generadas en efectivo de todo el año y posteriormente se divide por el número de meses de funcionamiento de cada sala, teniendo en cuenta la información extraída desde el software y su posterior verificación en los cuadros de caja físicos.

Figura 11 Promedio de ventas en efectivo

PROMEDIO DE VENTAS EN EFECTIVO	PUNTO DE VENTA	TOTAL	PROMEDIO
	Alcalá	119,455,162	9,954,597
	Alquería	399,463,249	33,288,604
	Bello	459,487,370	38,290,614
	Sabaneta	129,226,346	10,768,862
	Medellín	332,159,439	27,679,953
	Belén	43,531,098	10,882,775
	Rionegro	38,154,809	12,718,270
	Cali	122,881,292	10,240,108
	Itagüí	16,823,779	16,823,779
	Buenos Aires	8,879,188	8,879,188

El promedio de las consignaciones realizadas por el mensajero o en su defecto por el asesor del punto de ventas por concepto del efectivo generado en ventas se analizó de acuerdo a consignaciones efectuadas en el año gravable 2017. Para ello se tomó la información suministrada por el sistema contable y los cuadros físicos de cada una de las salas:

Figura 12 Promedio de consignaciones

PROMEDIO DE CONSIGNACIONES	PUNTO DE VENTA	TOTAL	PROMEDIO
	Alcalá	119,287,541	9,940,628
	Alquería	397,513,046	33,126,087
	Bello	441,068,031	36,755,669
	Sabaneta	126,718,561	10,559,880
	Medellín	332,892,115	27,741,010
	Belén	39,994,578	9,998,645
	Rionegro	37,464,609	12,488,203
	Cali	122,713,802	10,226,150
	Itagüí	14,938,279	14,938,279
	Buenos Aires	6,523,488	6,523,488

Por últimos, se toma un promedio de frecuencia de consignación semanal, tomando como referente las fechas de cada una de las consignaciones ejecutadas en el año 2017 y las veces que el mensajero semanalmente se dirige a cada una de las salas.

Figura 13 Frecuencia de recogida

PUNTO DE VENTA	FRECUENCIA
Alcalá	3
Alquería	5
Bello	3
Sabaneta	3
Medellín	3
Belén	2
Rionegro	2
Cali	3
Itagüí	2
Buenos Aires	3

Como se ha mencionado anteriormente los puntos de venta cuentan con varios medios de pago para ofrecer al cliente mayor eficiencia, sin embargo, en el manejo del efectivo es donde se encuentran los mayores riesgos desde que el vendedor lo recibe hasta el momento que es consignado.

De acuerdo a los procedimientos realizados en salas de ventas, lo observado en visitas realizadas a algunas de estas y encuestas realizadas a los vendedores se ha determinado variables que incrementan el margen de riesgo, de lo anterior cabe mencionar variables como la logística, seguridad y la custodia del dinero en efectivo, debido a que estas tres variables juegan un papel relevante y las que generan un mayor margen de riesgo; esto se debe en una parte a que un setenta por ciento de las salas de ventas es el mensajero quien va a recoger el efectivo y es el

mismo quien se dirige al banco más cercano a consignarlo, exceptuando las salas de Cali, Alquería y Bello que en estos casos por temas de logística son los vendedores quienes consignan. Estos mensajeros cuentan con seguros contra robos, el seguro cubre de acuerdo al cumplimiento de unos requisitos, como, por ejemplo, el monto máximo de dinero en efectivo con el que el mensajero puede movilizarse. Cabe anotar que solo el mensajero del área metropolitana del valle de Aburrá está directamente vinculado con SOCODA y el de Bogotá es tercerizado.

Otros riesgos identificados de acuerdo a las tres variables fueron a través de una pequeña encuesta realizada a los asesores de ventas de cada una de las salas. La encuesta básicamente consistió en cuatro preguntas.

1. ¿Tienen caja fuerte para guardar el efectivo?
2. ¿Dónde guardan el efectivo derivado de las ventas?
3. ¿En la sala de ventas cuentan con cámaras de seguridad?
4. ¿El punto de venta cuenta con botón de pánico y/o alarma?

Basándose en el consolidado de las respuestas por parte de los asesores, se encuentra falencia en la mayoría de los puntos de ventas, puesto que no cuentan con un sistema de seguridad, como lo son cámaras, botón de pánico y/o alarmas; adicionalmente no tienen una caja de seguridad que brinde confianza al responsable de esta sobre el manejo del efectivo derivado de las ventas.

Presentación de la propuesta, herramienta o modelo de mejoramiento

Teniendo en cuenta las tres variables anteriormente mencionadas (logística, seguridad y custodia del efectivo) y las necesidades presentes en cada uno de los puntos de venta, se hace necesario recomendar los siguientes controles para el responsable de la caja como para la empresa:

- ***Arqueo de caja diario***

El vendedor diariamente debe conciliar el dinero en efectivo, para ello debe generar el reporte de cheques por consignar desde QAD (software), se verifica cada una de las facturas reflejadas en el reporte y el monto total (efectivo), paso seguido se valida contando el dinero que se encuentra físicamente en la caja y se concilia que este sea igual al arrojado por el reporte de cheques por consignar.

- ***Aplicación de anticipos y saldos a favor***

El vendedor debe llevar un control de los anticipos y saldos a favor (Nota crédito) que se han generado a sus clientes. Para ello se recomienda tener una carpeta física y una virtual de manera que pueda identificar que anticipos y/o notas crédito se generan durante el día, cuales aplicó y cuales quedan pendientes de facturar, esto evita fraudes ayudando a una mayor eficiencia en cuanto a la atención al cliente y las ventas.

- ***Logística de la sala***

Esta variable aplica en conjunto con la variable de seguridad, debido a que la logística hace parte del modelo de seguridad adecuado en el punto de venta.

Desde el momento de la apertura del punto de venta este se debe adecuar a los

estándares de seguridad más eficientes, como la instalación de cámaras de seguridad, el botón de pánico y/o alarma, lo cual ayudaría a disminuir el riesgo de hurtos, fraudes y/o pérdida de dinero o bienes materiales de la sala.

- ***Caja de seguridad***

Desde el momento de la apertura de una sala de ventas, se debe implementar una caja de seguridad donde el cajero responsable pueda guardar el dinero en efectivo generado en ventas; esto generará confianza sobre el manejo de este y disminuye riesgos en cuanto a hurtos y/o fraudes.

- ***Consignaciones***

El riesgo en la movilización de dinero en efectivo es latente debido a las condiciones culturales y de seguridad que hay en el país; por un lado, la empresa corre el riesgo de pérdida o hurto de este, lo cual generaría una pérdida en el ingreso operacional y por otra parte el mensajero es quien mayores riesgos tiene en el momento que él se moviliza con el efectivo que corresponden a las salas. Por lo que se debe considerar la contratación de una transportadora de valores, que, si bien puede ser un poco más costosa, el margen frente al riesgo disminuiría significativamente; es decir la relación costo beneficio es positiva.

Conclusiones

La compañía aún tiene pendiente por identificar riesgos a la hora de abrir un punto de venta, que, si bien las ventas generadas en estos puntos representan un ingreso

significativo para la compañía, también es necesario implementar controles que generen eficiencia y disminuyan el margen de riesgos, aumentando el margen de costo beneficio.

Como ya se ha mencionado, la compañía aún le falta ejercer control sobre un veinte por ciento, este veinte por ciento representado por las ventas en efectivo. De acuerdo a los análisis realizados se encuentra deficiencia en tres variables (logística, seguridad y custodia).

Estas deficiencias se pueden dar por temas de decisiones como lo es la instalación de cámaras de seguridad y la implementación de una caja de seguridad. En este caso representando un riesgo no solo para la empresa sino para el vendedor quien es susceptible de atracos y/o fraudes.

Para la empresa es relativamente económico abrir al público un punto de ventas, puesto que la mayor parte del inmobiliario, portafolio y decoración para la sala de ventas lo fabrica la misma compañía, es decir saliendo al costo; en cuanto al local se hace a través de un contrato de arrendamiento el cual se cubre con las ventas de la misma sala.

Siendo para la compañía positivo la apertura de puntos de venta, debe considerar no solo los ingresos que este le pueda generar sino también los riesgos que este le pueda traer y los controles que debe implementar para minimizar esos riesgos. Riesgos latentes como lo son el facturar en efectivo y no contar con ningún tipo de seguridad en la misma sala, siendo susceptible a robos, perdidas y/o fraudes.

Adicional otra posible contingencia a identificar y controlar por parte de la empresa es en el trayecto del mensajero de la sala de ventas al banco más cercano para consignar el dinero generado de las mismas ventas; en este caso el riesgo no es solo para la compañía sino también para el mensajero quien incurre con el peligro no solo de perdida monetaria sino a su integridad humana. En el caso de la perdida monetaria la compañía cuenta, con seguros, pero cabe recordad que la compañía debe velar por la integridad física de cada uno de sus empleados.

En conclusión, SOCODA debe considerar todos los escenarios y trabajar por mejorar ese veinte por ciento logrando mayor eficiencia y control sobre cada uno de los puntos de venta.

Recomendaciones

Teniendo en cuenta cada uno de los hallazgos, y el objetivo que tiene SOCODA a mediano plazo, “la apertura de nuevos puntos de venta a nivel nacional” deberá hacer un análisis y detectar los posibles riesgos a los cuales se ven sometidos los puntos de venta. Dentro de los hallazgos se encontró falencia en el manejo del efectivo para lo que se propone implementar los controles para el mejoramiento de las tres variables (seguridad, logística y custodia); controles como la instalación de cámaras de seguridad, alarmas y/o botón de pánico; delegar un vendedor responsable de la caja en cada punto de venta y emplear una caja de seguridad a la cual solo tenga acceso la persona responsable; finalmente, considerar la contratación de los servicios de una transportador de valores, que si bien, representaría un costo adicional, la relación costo-beneficio es positiva, además de lograr mayor eficiencia en las demás diligencias realizadas por el mensajero a nombre de la compañía y generar confianza en los vendedores responsables.

Referencias

- Abalde Paz, E., & Muñoz Cantero, J. M. (1992). Metodología cuantitativa vs. cualitativa. *Metodología educativa I. Jornadas de Metodología de Investigación Educativa* .
- Andalucía. (s.f.). *agrega2*. Obtenido de http://agrega.juntadeandalucia.es/repositorio/28012011/7a/es-an_2011012813_9103616/PAC_EC_U2_T3_contenidos.pdf
- Anónimo. (s.f.). *Economía simple.net*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/efectivo>
- Banco de la República. (s.f.). *Red Cultural del Banco de la Republica en Colombia*. Obtenido de http://enciclopedia.banrepultural.org/index.php?title= Sectores_econ%C3%B3micos
- de Zuani, E. R. (2005). *Introducción a la Administración de Organizaciones*.
- Decreto 410. (27 de Marzo de 1971). *Decreto 410 por el cual se expide el código de comercio*. Colombia.
- Educación financiera. (s.f.). *ASBA*. Obtenido de <http://www.asba-supervision.org/PEF/medios-de-pago/medios-de-pago.shtml>
- Facultad de ciencias administrativas, e. y. (25 de Enero de 2017). Reglamento de prácticas. Medellín, Antioquia, Colombia: Universidad Católica Luis Amigó.
- Ferrell, O., & Hirt, G. (2010). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.

- Franklin, E. B. (2013). *Organización de Empresas*. España: McGraw-Hill Interamericana.
- Icontec. (2015). Estándares. *Revista Estándares*.
- La Voz de Houston. (s.f.). *La Voz de Houston*. Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/las-diferencias-entre-el-debito-y-credito-en-contabilidad-4593.html>
- Monistrol Ruano, O. (2007). El trabajo de campo en investigación cualitativa (I) . *Nure Investigación*.
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2012). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/razon-social/>
- Rodriguez Gomez, G., Gil Flores, J., & Garcia Jimenez, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Granada: Aljibe.
- Samper Arias, J. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/activo-corriente.html>
- SOCODA. (2017). *SOCODA*. Obtenido de <https://www.socoda.com.co>
- Urdaneta, U. R. (s.f.). *Universidad Rafael Urdaneta*. Obtenido de http://www.uru.edu/estudios/espe_metodologia.htm