

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo el diseño de un Sistema de Control Interno para la empresa Marketing Worlwide Ecuador S.A., domiciliada en la Provincia de Pichincha cantón Quito; dedicada a la venta de productos de belleza y salud. Este estudio se realizó en seis capítulos en los cuales se describen los aspectos más importantes a ser mejorados, tanto en los controles contables, como en los procedimientos administrativos de la empresa. En el marco teórico se describe todos los fundamentos teóricos y legales que sustentan la investigación realizada sobre el Sistema de Control Interno de Marketing Worlwide Ecuador S.A. El análisis situacional de la empresa se fundamentó en la metodología FODA, el cual nos permitió determinar la ventaja competitiva, aspectos positivos y negativos a ser considerados para formulación e implementación de controles y de esta manera fortalecer el Sistema de Control Interno. En el desarrollo del direccionamiento estratégico se describe la cultura corporativa que mantiene la empresa la cual está conformada por su misión, visión, valores y principios, además se plantea objetivos, políticas y estrategias para su logro. Con el conocimiento de todo lo relacionado con la empresa se procedió a realizar la evaluación del Sistema de Control Interno tomando en cuenta el modelo COSO ERM, cuyo resultado es la necesidad de diseñar y posteriormente implantar un Sistema de Control Interno, para mejorar su nivel de confianza y disminuir el nivel de riesgo que tiene actualmente la empresa. Es de gran importancia que todos los empleados conozcan los riesgos a los que está expuesta la empresa con el fin de establecer que acciones se deben tomar con el objeto de mitigar el riesgo. Y por último, se plantea las respectivas conclusiones y recomendaciones generales y de aplicación del trabajo realizado.

PALABRAS CLAVE:

DISEÑO

SISTEMA

CONTROL INTERNO

COSO ERM

RIESGO

ABSTRACT

This project has as objective to design an internal control system for the company Marketing Worldwide Ecuador SA, located in the province Pichincha, Quito. It is dedicated to sells beauty and health products. This study was conducted in six chapters which describe the most important improvement to be improved, both accounting controls, procedures and administrative aspects of the company. In the theoretician framework it describes every the theoretical and legal foundations that support research conducted on the Internal Control System of Marketing Worldwide Ecuador SA. The situational analysis of the company was based on the SWOT methodology, which allowed us to determine the competitive advantage, positive and negative aspects to be considered for formulation and implementation of the controls, and thus strengthen the internal control system. In the addressing development the strategic describes the corporate culture that it keeps, which is formed by its mission, vision, values and principles, also it arises objectives, policies and strategies for their achievement. With the knowledge of everything related to the company it proceeded with the assessment of Internal Control System taking into account the model COSO ERM, whose result is the need to design and then implement an internal control system to improve their confidence level and reduce the risk level that has currently the company. It is very important that all employees know of the risks to which the company is exposed in order to establish that actions should be taken in order to mitigate risk. And finally, arises the respective conclusions and general implementation and the application of work.

KEYWORDS:

DESING

SYSTEM

INTERNAL CONTROL

COSO ERM

RISK

