



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA

**IMPLEMENTACIÓN DEL CONTROL INTERNO DEL AREA DE VENTAS Y SU
INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA SARTOL S.A.**

TUTOR

PhD. JOSÉ ERNESTO PASMIÑO ENRIQUEZ, MBA

AUTORES

**SALAZAR VILLACRESES IVONNE ARACELY
TOLOZA MEDINA CRISTELL DENISSE**

GUAYAQUIL

2024

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

IMPLEMENTACIÓN DEL CONTROL INTERNO DEL AREA DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA SARTOL S.A.

AUTOR/ES:

Ivonne Aracely Salazar
Villacreses
Cristell Denisse Toloza Medina

TUTOR:

PhD. José Ernesto Pazmiño Enríquez, MBA

INSTITUCIÓN:

Universidad Laica Vicente
Rocafuerte de Guayaquil

Grado obtenido:

Contabilidad y Auditoría

FACULTAD:

Administración

CARRERA:

Contabilidad y Auditoría

FECHA DE PUBLICACIÓN:

2024

N. DE PÁGS:

127

ÁREAS TEMÁTICAS: Educación comercial y administración

PALABRAS CLAVE: Estado financiero, Empresa, Auditoría financiera, Rentabilidad.

RESUMEN:

En el trabajo de titulación presentado se ha realizado un estudio acerca del control interno del área ventas y como este incide en la rentabilidad de la empresa Sartol S.A., del año 2023. Por ello se plantea como objetivo general Determinar las debilidades del Control Interno del área ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Sartol S.A. Para el desarrollo del trabajo se ha llevado a cabo un estudio documental con enfoque mixto, de tipo descriptivo – correlacional, con un método analítico. Llegando a la conclusión que, el desempeño actual del departamento de ventas es deficiente, ya que, no cuenta con una coordinación para los procesos. Además, los objetivos que se han planteado para este departamento no son los adecuados para las situaciones

que se presentan. De la misma forma, el sistema de cobranza no posee un sistema apropiado, ya que existen falencias al momento de su ejecución y no se cuenta con un ciclo establecido para establecer las fechas de vencimiento. Y finalmente, se ha evidenciado que no existe una buena organización en general dentro de la empresa, por lo que con frecuencia el personal se ve confundido a las actividades a realizar en su puesto de trabajo, afectando el tiempo de los procesos, la respuesta y el resultado final de los mismos.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (Web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Salazar Villacreses Ivonne Aracely Tolozá Medina Cristell Denisse	Teléfono: 0959863081 0993002390	E-mail: isalazarv@ulvr.edu.ec ctolozam@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Decana: Mgtr. Betty Aguilar Echeverría Teléfono: 259 6500 Ext. 201 E-mail: baguilare@ulvr.edu.ec Directora: Mgtr. Martha Hernandez Armendáris Teléfono: 042596500 Ext. 271 E-mail: mhernandez@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE SIMILITUD

IMPLEMENTACIÓN DEL CONTROL INTERNO DEL AREA DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA SARTOL S.A.

INFORME DE ORIGINALIDAD

7 %	5 %	2 %	5 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

1%

★ Submitted to Universidad de Costa Rica

Trabajo del estudiante

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Apagado



Escaneado e identificado por:
JOSE ERNESTO
PAZMINO ENRIQUEZ

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El(Los) estudiante(s) egresado(s) Salazar Villacreses Ivonne Aracely y Toloza Medina Cristell Denisse, declara (mos) bajo juramento, que la autoría del presente Trabajo de Titulación, IMPLEMENTACIÓN DEL CONTROL INTERNO DEL AREA DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA SARTOL S.A., corresponde totalmente a el(los) suscrito(s) y me (nos) responsabilizó (amos) con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo (emos) los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)



Firma:

Ivonne Aracely Salazar Villacreses

C.I. 0953242807



Firma:

Cristell Denisse Toloza Medina

C.I. 0931432884

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DOCENTE TUTOR

En mi calidad de docente Tutor del Trabajo de Titulación IMPLEMENTACIÓN DEL CONTROL INTERNO DEL AREA DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA SARTOL S.A., designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Trabajo de Titulación, titulado: IMPLEMENTACIÓN DEL CONTROL INTERNO DEL AREA DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA SARTOL S.A. presentado por el (los) estudiante (s) Ivonne Aracely Salazar Villacreses y Cristell Denisse Toloza Medina como requisito previo, para optar al Título de Contabilidad y Auditoría, encontrándose apto para su sustentación.



Firmado electrónicamente por:
JOSE ERNESTO
PAZMINO ENRIQUEZ

Firma:

PhD. José Ernesto Pazmiño Enríquez, MBA

C.C. 0911930857

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a mi familia por jamás abandonarme en este proceso tan difícil, tan largo y lleno de muchos retos.

A mí compañera de tesis, gracias por compartir este camino juntas.

Gracias a mamá por jamás dejarme sola, a mí abuela por ser ese impulso, gracias a ustedes dos por nunca dejarme caer, gracias a ese apoyo nunca me rendí.

Aracely Salazar

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han hecho posible la realización de esta tesis.

A mi familia, por su amor incondicional, su apoyo emocional y por siempre creer en mí. Su aliento ha sido mi mayor motivación.

Finalmente, agradezco a todos aquellos que, de alguna manera, contribuyeron a la realización de este proyecto. Cada uno de ustedes ha sido parte importante de este logro.

Cristell Toloza Medina

DEDICATORIA

Dedicado a Dios y a mi mamá.

Aracely Salazar

Dedico esta tesis a Dios y a mi madre, Sr. Liceti Magalis Medina Caicedo, por su amor incondicional, apoyo constante y por inculcarme la importancia de la educación. Su sacrificio y dedicación han sido la luz que ha guiado mi camino.

A mi compañera de tesis, quien ha estado a mi lado en este viaje académico, brindándome su apoyo y motivación en los momentos más desafiantes.

Gracias a todos por ser parte de este logro.

Cristell Toloza Medina

RESUMEN

En el trabajo de titulación presentado se ha realizado un estudio acerca del control interno del área ventas y como este incide en la rentabilidad de la empresa Sartol S.A., del año 2023. Por ello se plantea como objetivo general Determinar las debilidades del Control Interno del área ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Sartol S.A. Para el desarrollo del trabajo se ha llevado a cabo un estudio documental con enfoque mixto, de tipo descriptivo – correlacional, con un método analítico. Llegando a la conclusión que, el desempeño actual del departamento de ventas es deficiente, ya que, no cuenta con una coordinación para los procesos. Además, los objetivos que se han planteado para este departamento no son los adecuados para las situaciones que se presentan. De la misma forma, el sistema de cobranza no posee un sistema apropiado, ya que existen falencias al momento de su ejecución y no se cuenta con un ciclo establecido para establecer las fechas de vencimiento. Y finalmente, se ha evidenciado que no existe una buena organización en general dentro de la empresa, por lo que con frecuencia el personal se ve confundido a las actividades a realizar en su puesto de trabajo, afectando el tiempo de los procesos, la respuesta y el resultado final de los mismos.

Palabras claves: Estado financiero, Empresa, Auditoría financiera, Rentabilidad.

ABSTRACT

In the degree work presented, a study has been carried out on the internal control of the sales area and how this affects the profitability of the company Sartol S.A., in the year 2023. Therefore, the general objective is to determine the weaknesses of the Internal Control of the area. sales and its impact on the profitability of the company Sartol S.A. For the development of the work, a documentary study has been carried out with a mixed approach, descriptive - correlational, with an analytical method. Coming to the conclusion that the current performance of the sales department is poor, since it does not have coordination for the processes. Furthermore, the objectives that have been set for this department are not appropriate for the situations that arise. In the same way, the collection system does not have an appropriate system, since there are flaws at the time of its execution and there is no established cycle to establish due dates. And finally, it has been shown that there is no good organization in general within the company, which is why staff are frequently confused about the activities to be carried out in their workplace, affecting process time, response and their final result.

Keywords: Financial status, Company, Financial audit, Profitability.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO I	4
ENFOQUE DE LA PROPUESTA.....	4
1.1 Tema:.....	4
1.2 Planteamiento del Problema:	4
1.3 Formulación del Problema:	6
1.4 Objetivo General	6
1.5 Objetivos Específicos.....	6
1.6 Idea a Defender	7
1.7 Línea de Investigación Institucional / Facultad.	7
CAPÍTULO II	8
MARCO REFERENCIAL	8
2.1 Marco Teórico:	8
2.2.10. Beneficios.....	19
2.2.11. Componentes.....	20
2.2.12. Ambiente de control	21
2.2.13. Evaluación de riesgos	22
2.2.14. Objetivos de control interno para el área de ventas	24
2.2.15. Evaluación del control interno para el área de ventas.....	25
2.2.16. Medición de riesgos para el área de ventas.....	25
2.2.17. Rentabilidad	25
2.2.16. Indicadores de rentabilidad	27
2.2.19. Niveles de rentabilidad	29
2.2.20. Medidas de rentabilidad	30
2.3 Marco Legal:	32
Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado (2002)	33

Normas Ecuatorianas de Auditorías	34
Contextualización del objeto de estudio	35
Breves Antecedentes Históricos	36
Misión	37
Visión.....	37
Clientes.....	37
Valores	37
CAPÍTULO III	38
MARCO METODOLÓGICO.....	38
3.1 Enfoque de la investigación	38
3.2 Alcance de la investigación:.....	38
3.2.1. Investigación descriptiva	38
3.2.2. Investigación correlacional.....	38
3.2.3. Investigación explicativa.....	39
3.3.4 Técnica e instrumentos para obtener los datos.....	39
Indicadores financieros aplicados en la empresa SARTOL S.A de los años 2022-2023.....	45
Análisis:.....	45
Análisis:.....	46
Análisis:.....	47
Análisis:.....	48
Análisis.....	48
Análisis:.....	49
Análisis.....	50
Análisis.....	51
Análisis.....	52
Análisis.....	52

Análisis.....	53
Análisis.....	54
Indicadores de endeudamiento	55
Análisis.....	55
Análisis.....	56
Análisis.....	57
Análisis.....	58
Análisis.....	59
Análisis.....	60
Análisis.....	60
Análisis.....	61
Análisis general de los indicadores financieros en relación al control interno	62
3.4.2 Población y muestra.....	64
3.4.3 Encuesta	65
Análisis e interpretación	66
Análisis e interpretación	67
Análisis e interpretación	68
Análisis e Interpretación.....	69
Análisis e Interpretación.....	70
Análisis e Interpretación.....	71
Análisis e Interpretación.....	72
3.4.4 Encuesta.....	72
CAPÍTULO IV	90
PROPUESTA O INFORME	90
CONCLUSIONES.....	96
RECOMENDACIONES	97
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.....	40
TABLA 2 ESTADO DE RESULTADO.....	44
TABLA 3 PREGUNTA 1.....	65
TABLA 4 PREGUNTA 2.....	66
TABLA 5 PREGUNTA 3.....	67
TABLA 6 PREGUNTA 4.....	68
TABLA 7 PREGUNTA 5.....	69
TABLA 8 PREGUNTA 6.....	70
TABLA 9 PREGUNTA 7.....	71
TABLA 10 CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO VENTAS	72

ÍNDICE DE FIGURAS

COMPONENTES DEL COSO	20
RESULTADO DE LA PREGUNTA 1.....	65
RESULTADO DE LA PREGUNTA 2	66
RESULTADO DE LA PREGUNTA 3	67
RESULTADO DE LA PREGUNTA 4	68
RESULTADO DE LA PREGUNTA 5	69
RESULTADO DE LA PREGUNTA 6	70
RESULTADO DE LA PREGUNTA 7	71

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 MODELO DE ENCUESTA.....	102
ANEXO 2 MODELO DE CUESTIONARIO DEL CONTROL INTERNO VENTAS.....	103

INTRODUCCIÓN

El control interno es indispensable puesto que es la base para que la empresa cumpla las políticas establecidas y así mantener una buena administración en la cual se verá reflejada en el rendimiento de la misma.

Así lo menciona Pelayo. (2018), “el control interno en el área de ventas permite realizar los procesos eficientemente, evitar fraudes, así como también obtener información financiera relevante para la toma de decisiones”. (p.30)

El control interno ayuda a gestionar los procesos de manera eficaz, prevenir fraudes y que la información de una empresa sea verídica y realista para que a su vez de manera oportuna ayude a la toma de decisiones.

Por otra parte, Aguilar. (2016), afirma la rentabilidad como una relación que existe entre la utilidad y la inversión precisa para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. (p.36)

Es decir que existe una relación entre el beneficio y la inversión necesaria para lograrlo, que mide tanto el beneficio de la venta como la eficiencia de la gestión del negocio, como lo indica el uso de los fondos.

Mediante esta investigación se analizó la incidencia del control interno en la rentabilidad de la empresa Sartol S.A., dedicada a la compra y venta de productos automotrices, para ello se tomó en cuenta los estados financieros y de resultados, los cuales se complementaron con los resultados obtenidos para así llegar a la situación real del área de ventas de la empresa.

La presente investigación está conformada por cuatro capítulos, en el primer capítulo se ha descrito la problemática que presenta la empresa Sartol S.A. y en base a esto se ha planteado el objetivo general que fue analizar el control interno del área ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Sartol S.A.; además se ha realizado las respectivas justificaciones en diferentes ámbitos, asimismo, se ha establecido la hipótesis y la delimitación de la investigación.

En el segundo capítulo, se analizó las teorías de diversos autores, donde se han incluido trabajos similares al tema de estudio, que ha permitido enfocarse en la investigación con mayor precisión. También se ha realizado el marco legal que influye reglamentos en los que se sustenta el trabajo de investigación para el análisis del control interno del área ventas de la empresa Sartol S.A.

En el tercer capítulo se ha descrito el diseño metodológico que se utiliza para la recolección de información, por ende, es una investigación de enfoque mixto que se apoya en cuestionarios, observaciones y encuestas dirigidas a los vendedores.

El cuarto capítulo presenta los datos recopilados a través de las técnicas de investigación, así como también la verificación de la hipótesis planteada, y la propuesta de mejora para el control interno de la empresa Sartol S.A.

CAPÍTULO I

ENFOQUE DE LA PROPUESTA

1.1 Tema:

IMPLEMENTACIÓN DEL CONTROL INTERNO DEL ÁREA DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA SARTOL S.A

1.2 Planteamiento del Problema:

En la actualidad, es fundamental contar con un adecuado sistema de control interno en todas las empresas, independientemente de su origen, tipo o tamaño, ya que previene riesgos, fraudes, protege y salvaguarda las actividades e intereses de las organizaciones, por otro lado, permite evaluar su eficiencia en términos de su dirección. Actualmente, el control interno es extremadamente importante para la estructura administrativa responsable de una empresa, esto asegura que la información financiera sea lo más confiable posible en términos de prevención de fraudes.

En consecuencia, algunos autores han afirmado:

Según López. (2018), el control interno es un proceso integral aplicado por la máxima autoridad, la dirección y el personal de cada organización, que proporciona una seguridad moderada para el logro de los objetivos institucionales y la protección de los recursos públicos (p.13)

Los sistemas de control interno según Vivanco (2017) significan que:

Todas las políticas y procedimientos (controles internos) adoptados por la administración organizacional pretenden asegurar hasta donde es factible la conducción de un negocio, incluyendo la adherencia a las políticas de la administración, la salvaguarda de archivos, la precaución y detección de fraudes y errores, la exactitud e integridad de los

registros contables y la oportuna preparación de la información financiera contable. (p.248)

Con estos conceptos se ha relacionado que un buen control interno ayudará aprovechar mejor los recursos humanos, materiales y financieros de una empresa, haciendo que todos estos elementos se encaminan hacia un mismo objetivo.

El sistema de control interno es importante dentro de una empresa, porque ayuda a que se respete una secuencia de procedimientos para la buena gestión cumpliéndose así los planes de la organización, si esto se mantiene implementando de manera óptima tendrán mejores resultados en las empresas en cuanto a su rentabilidad.

La rentabilidad según Jaime (2017), “hace referencia al beneficio, ganancia, utilidad que se ha obtenido de un recurso o dinero invertido”. (p.34)

Por otro lado, López. (2019), manifiesta “la rentabilidad como una medida de la productividad de los fondos comprometidos en un negocio”. (p.84)

Es decir que la rentabilidad es una medida de rendimiento del dinero invertido en la empresa. Desde un punto de vista a largo plazo, es aquí donde es importante asegurar la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa sin dejar atrás su valor agregado ya que es un elemento a considerar.

Sartol S.A., empezó como un pequeño negocio y con el transcurso del tiempo fue posicionándose en el mercado como una red de importación y distribución de productos para el área automotriz tales como neumáticos, cámaras de aire para neumáticos, llantas de la marca Bridgestone y Firestone. Con el pasar de los años, la actividad de la empresa creció, por lo que es necesario que tenga buen manejo del control interno, con el fin de evitar inconvenientes en sus actividades, por ello, se consideró importante explorar la incidencia del control interno en la rentabilidad de la empresa.

El área de ventas de Sartol S.A., no se encamina a una adecuada gestión, uno de los hallazgos fueron que, parte del personal realiza sus funciones empíricamente, es decir en base su experiencia, esto se da por las inadecuadas normas que el área de ventas maneja, provocando en muchas ocasiones conflictos internos en la empresa, trayendo como consecuencias la insatisfacción de los clientes. Por lo que se debe evaluar cuáles son los factores que actualmente están proporcionando resultados negativos, para de esa forma crear nuevas herramientas y manuales de procesos que hagan de todas las actividades eficientes, generando mejores resultados para los clientes y un mejor ambiente para el crecimiento de los trabajadores, en definitiva, mejorando la rentabilidad de la empresa.

La problemática de la empresa Sartol S.A., es la presencia de problemas referentes al control interno de ventas, procesos operativos y actividades de control que no están siendo ejecutados de manera eficiente, repercutiendo en la rentabilidad de la empresa y a su vez perjudicando el normal funcionamiento de esta misma.

1.3 Formulación del Problema:

¿Cómo incide la aplicabilidad de un adecuado control interno del área de ventas en la rentabilidad de la empresa Sartol S.A.?

1.4 Objetivo General

Determinar las debilidades del Control Interno del área ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Sartol S.A

1.5 Objetivos Específicos

- Determinar los fundamentos teóricos del control interno y de rentabilidad.
- Diagnosticar el manejo del control interno en las diferentes áreas de la empresa que afecten a la rentabilidad del negocio Sartol S.A

- Determinar la incidencia que tiene el control interno en la situación financiera de Sartol S.A

1.6 Idea a Defender

La importancia de implementar un sistema de control interno adecuado en el área de ventas en las microempresas, permitirá mejorar la rentabilidad y eficiencia operativa de la empresa Sartol S.A

1.7 Línea de Investigación Institucional / Facultad.

1.7.1. Línea de Investigación Institucional

Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

1.7.2. Líneas de facultad

Contabilidad, auditoría, tributaria y finanzas

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco Teórico:

El origen del control interno, surge después de la partida doble, que fue una de las medidas de control.

La importancia del control interno ha sido fundamental desde tiempo atrás dentro de la sociedad. Por ello, según Mantilla. (2013):

La primera empresa es la familia, debido a que en siglos pasados se realizaba el trueque o intercambio para satisfacer sus necesidades, con el pasar de los años las personas fueron adquiriendo nuevas necesidades y estas necesidades son reemplazadas por aprendizajes, la persona se vio obligada a trasladarse a otro pueblo para obtener otros bienes o proporcionar trabajo. El movimiento de personas y productos da paso al ya conocido comercio. (p. 37)

De esa forma inicia el mundo empresarial, en donde la empresa comienza a dividirse por sectores para implementar diferentes herramientas y técnicas para lograr sus objetivos de acuerdo a sus necesidades, con el pasar del tiempo se comenzó a implementar nuevas estrategias y con ello aparece el control interno debido a que beneficia a cumplir las leyes y normas implementadas en la empresa para un buen rendimiento.

Es por ello que para obtener un amplio criterio se realizó una revisión de diversos trabajos de investigación de los últimos 5 años sobre el control interno en el área ventas y rentabilidad, de lo expuesto se puede citar los diversos trabajos de investigación:

Como en la actualidad el control interno ha tomado importancia en las empresas debido al hecho de encontrarse en un campo cada vez más competitivo y exigente. Se propuso como objetivo general analizar la repercusión que tiene el control interno en las microempresas. La metodología de esta investigación se ha tomado como muestra representativa 175 empresas de la ciudad de Guayaquil debido a la diversidad de actividades y comercios existentes. El resultado obtenido fue que el 79% de la población, materia de estudio, ejecutan básicamente actividades de control del área de efectivo y equivalentes de efectivo, como es el caso del arqueo de caja, el más utilizado por ser más rápido, y las conciliaciones bancarias, en menor porcentaje, por ser más seguro. Como conclusión se observó que se cumple la premisa que sobresa el hecho de que este MIPYME de empresa son de tipo familiar, lo cual conlleva a encontrarse con fricciones en la toma de decisiones, hecho que dificulta en ocasiones que estas decisiones se las ejecute a tiempo y sean útiles para mejorar la economía de la organización. (p. 9)

De acuerdo a lo antes expuesto este estudio aporta en este trabajo investigativo en las bases teóricas, puesto que engloba elementos clave para la ejecución de la misma.

Por otro lado, Aguirre. (2017), exponen en su artículo científico:

La importancia de los controles internos para asegurarse de que el proceso funciona según lo previsto. Se obtuvo como objetivo general lograr la adhesión a las políticas de la dirección de las empresas. La metodología de esta investigación es de carácter descriptivo por lo que se basa únicamente en análisis hechos frente a situaciones diversas relacionadas al control interno de empresas pequeñas y medianas. Los resultados obtenidos muestran cómo las organizaciones indistintamente de su tamaño se enfrentan a un sinnúmero de riesgos desde fuentes internas y externas. Como conclusión el control interno debe ser empleado por todas las empresas independientemente de su tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, y diseñado de tal

manera, que permita proporcionar una razonable seguridad en lo referente a la efectividad y eficiencia de las operaciones, la confiabilidad de la información financiera, y el acatamiento de las leyes y regulaciones aplicables. (p.14)

En este artículo científico se utilizó como referencia la información para el diseño metodológico, que fue fundamental en la manipulación de los datos proporcionados por Sartol S.A.

Cantero. (2016), plantean en su artículo científico:

La rentabilidad económica, un factor para alcanzar la eficiencia empresarial. Su objetivo general fue diseñar un procedimiento para el análisis efectivo de la rentabilidad económica como indicador clave de resultado en la gestión empresarial. Su metodología utilizada fue teórica, empírica y estadística. De acuerdo a esto sus resultados obtenidos fueron los valores indican que la rentabilidad fue incrementándose gradualmente en el transcurso del tiempo. Esto constituye un resultado económico positivo para la organización. En conclusión, las metodologías y procedimientos existentes carecen de un análisis integral del accionar de las organizaciones donde se defina de forma coherente los criterios para el análisis de la rentabilidad económica como indicador que mide los resultados de la entidad en un período determinado. (p. 13)

De este artículo científico se tomó como referencia las bases teóricas sobre las variables

Según Sajami. (2020), sostienen en su artículo científico:

La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una empresa industrial. Su objetivo general es determinar

su importancia en la toma de decisiones. La metodología utilizada es descriptiva, de diseño no experimental y transversal. Los resultados muestran una distribución de probabilidad normal de los indicadores analizados. Con respecto a la rentabilidad sobre el patrimonio (ROE), los resultados dentro del periodo son favorables, aparte de tener una desviación estándar suficiente para ser una elección de inversión. En cuanto al rendimiento de los activos (ROA), si bien se obtuvieron valores bajos, además de mostrar una desviación baja, que podría ser de impulso para que la empresa opte por una opción de mejora en cuanto a la rentabilidad. En conclusión, se observó que la mayoría de los datos bajos se debió a factores externos, a decisiones que fueron para beneficio futuro de la empresa, como la construcción de una nueva planta, a emisión de acciones y proyectos. (p. 54)

En este artículo científico se tomó como referencia su metodología debido a que es descriptiva, diseño no experimental y transversal.

Por su parte Morillo. (2019), en su artículo científico manifiesta que:

Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos. El objetivo general fue conocer los factores de los cuales depende la rentabilidad y la reducción de costos. La metodología empleada fue la descriptiva por lo que se basa únicamente en análisis hechos frente a situaciones diversas relacionadas a la rentabilidad. El resultado obtenido fue que la contabilidad ofrece técnicas para la reducción de costos y la creación de valor, que contribuyen a elevar la rentabilidad financiera de la empresa al mejorar el margen de utilidades y la participación en el mercado. Se consiguió como conclusión que la rentabilidad continúa siendo la mayor motivación para los inversionistas ya que por medio de esta se enmarca la estabilidad económica de la empresa. (p. 39)

De este artículo científico contribuyo en aspectos completamente teóricos, mismos que ayudaron a relacionar conceptos con la situación financiera expuesta por la empresa Sartol S.A

Según Rojas. (2017), en su trabajo de tesis de pregrado en la Universidad de Perú se refiere:

La gestión de ventas y la rentabilidad. Su objetivo general es determinar si la gestión de ventas influye en la rentabilidad de las empresas del sector comercial del distrito de la Victoria - Lima, 2016. El estudio responde a un diseño no experimental porque estos estudios se realizan sin la manipulación de variables. Sus resultados esperados la gestión de ventas es un aspecto importante dentro de la gestión empresarial en especial el plan de ventas pues sin ella no existiera la orientación para cada estrategia a ejecutar. En conclusión, se ha determinado que la gestión de ventas influye favorablemente en la rentabilidad de las empresas del sector comercial del distrito de La Victoria - Lima, 2016. (p. 61)

De acuerdo con lo anterior, todos estos artículos científicos y tesis contienen similitud y se relacionan con el tema de investigación ya establecido, además de aportar aspectos teóricos y metodológicos importantes para la conducción y ejecución de esta investigación, utilizando las mismas técnicas que la cuestión del control interno.

En relación con lo anterior, la investigación ayuda a identificar los fundamentos teóricos del control interno y la rentabilidad, a los que se refiere el siguiente inciso.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Origen del control interno

A finales del siglo XX según Gómez. (2019), “los hombres de negocios se preocuparon por formar y establecer sistemas adecuados para la protección de sus intereses”. (p.19)

Es decir que con el paso de los años las personas dedicadas al negocio notan el aumento de la producción sobre ello, en lo cual se dan cuenta la dificultad de realizar varias actividades personalmente, los problemas productivos, comerciales y administrativos, llegando al punto de delegar funciones dentro de la organización conjuntamente con la creación de sistemas y procedimientos que previeron o disminuyeran fraudes o errores, debido a esto se comenzó a sentir la necesidad de llevar a cabo un control sobre la gestión de negocios, ya que habría prestado más atención a la fase de producción y comercialización que a la administrativa u organizativa, reconociéndose la necesidad de crear o implementar sistemas de control como consecuencia del importante crecimiento operado dentro de las entidades.

2.2.2. Definición

Gómez y Lazarte (2019) sostienen que “el control interno permite determinar la forma sistemática de cómo las empresas han visto la necesidad de implementar controles administrativos en todos y cada uno de sus operaciones cotidianas” (p.32)

Dichos controles deben establecerse con el objeto de reducir el riesgo de pérdidas y en sus defectos prever las mismas. Del mismo modo Vivanco, (2016) menciona al control interno como un contexto en el que se desenvuelven las organizaciones:

Un proceso mediante el cual se asienta el estilo de gestión con el que deberán ser administradas, permiten identificar posibles inconvenientes

dentro de los procesos organizacionales, convirtiéndose en una ayuda dentro del proceso de toma de decisiones, garantizando de esta manera un adecuado cumplimiento de las metas inicialmente establecidas. (p. 247)

De acuerdo a lo antes citado se manifiesta que el control interno ayuda a las empresas para que estas puedan alcanzar con sus metas y objetivos propuestos, minimizando cualquier tipo de riesgo que se presente en la ejecución de los objetivos, además este inspira mayor confianza al personal de trabajo.

2.2.3. Objetivo del control interno

Los objetivos son indispensables para llegar a la meta propuesta es por ello que en el control interno no es la excepción.

El control interno según Vivanco. (2016), forma parte del plan de organización y el conjunto de técnicas y procedimientos que aseguren que los activos están debidamente protegidos, que los registros contables son fidedignos y que la actividad de la empresa se desarrolla eficazmente según las directrices marcadas por la administración, de este modo detalla los objetivos del control interno:

- Proteger los activos y salvaguardar los bienes de la institución.
- Revisar la razonabilidad y confiabilidad de los informes contables y administrativos.
- Promover la adhesión a las políticas administrativas establecidas.
- Lograr el cumplimiento de las metas y objetivos programados (p.248)

El implementar un control interno en una entidad genera un cambio positivo de acuerdo a los objetivos mencionados, ya que cada uno se basa en el cumplimiento específico de las falencias encontradas en la entidad.

2.2.4. Elementos del control interno

Según Mantilla. (2018), las finalidades principales “incluyen controles administrativos y contables, clasificando su enfoque bajo los elementos de control interno de organización, sistemas y procesos, personal y supervisión”. (p.47)

2.2.5. Importancia del control interno

En toda organización, sea del sector público o privado es necesario contar con procedimientos de control interno, puesto que de alguna manera se asegura el cumplimiento de los objetivos proyectados y de ese mismo modo se brinda con seguridad que la información obtenida de las actividades realizadas sean verídicas.

El control interno de las empresas privadas de acuerdo con Capote, (2019). Se ha convertido últimamente en uno de los pilares en las empresas, pues permite observar con claridad la eficiencia y la eficacia de las operaciones, la confiabilidad de los registros, el cumplimiento de las leyes, normas y regulaciones aplicables” (p.23)

De igual manera, Capote. (2019), afirma que contar con un buen sistema de control interno en las entidades resulta poder medir la eficacia y la productividad al momento de establecerlo; en especial si se centra en las actividades básicas que ellas realizan, pues de ello dependen para mantenerse en el mercado. (p.32)

Es por ello que las empresas destinan recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros para lograr las metas y objetivos marcados por la gerencia, considerando el control interno como la herramienta fundamental de la empresa para su desarrollo y duración.

2.2.6. Beneficios del control interno

Los beneficios que posee el control interno son los siguientes según González. (2016):

- Ayuda a reducir sorpresas aportando confianza en el cumplimiento de los objetivos, provee feedback del funcionamiento del negocio.
 - Establece las formas de actuación en todos los niveles de la empresa, a través de la fijación de objetivos claros y medibles, y de actividades de control.
 - Otorga una seguridad razonable sobre la adecuada dirección de los riesgos del negocio.
 - Y el establecimiento de mecanismos de monitoreo formales para la resolución de desviaciones al funcionamiento del sistema de control interno.
- (p.51)

2.2.7. Origen del control interno según el informe de Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Comisión Treadway (COSO)

Dentro del control interno también encontramos el informe COSO el cual es utilizado en entidades privadas, debido a que fue constituida por organizaciones privadas, el cual también ampliaron conocimiento sobre el Marco Integrado.

El COSO. (2017), sostiene que es una comisión voluntaria constituida por representantes de cinco organizaciones del sector privado en EEUU:

Patrocinó un estudio más amplio sobre el control interno que culminó con la publicación del Marco Integrado de Control Interno es COSO para proporcionar liderazgo intelectual frente a tres temas interrelacionados la gestión del riesgo empresarial (ERM), el control interno, y la disuasión del fraude. Las organizaciones son:

- La Asociación Americana de Contabilidad (AAA)
- El Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados (AICPA)
- Ejecutivos de Finanzas Internacional (FEI)
- El Instituto de Auditores Internos (IIA)
- La Asociación Nacional de Contadores (ahora el Instituto de Contadores Administrativos (AMI)).

Desde su fundación en 1985 en EEUU, promovida por las malas prácticas empresariales y los años de crisis anteriores, COSO estudia los factores que pueden dar lugar a información financiera fraudulenta y elabora textos y recomendaciones para todo tipo de organizaciones y entidades reguladoras como el SEC (Agencia Federal de Supervisión de Mercados Financieros) y otros. A lo largo del tiempo este modelo ha ido evolucionando de tal forma que hasta el momento existen tres tipos de modelo:

2.2.7.1. COSO I

Según COSO. (2017), en 1992 la comisión publicó el primer informe “Internal Control-Integrated Framework denominado COSO I con el objeto de ayudar a las entidades a evaluar y mejorar sus sistemas de control interno, facilitando un modelo en base al cual pudieran valorar sus sistemas de control interno y generando una definición común de control interno.

2.2.7.2. COSO II

En el 2004 se publicó el estándar “Enterprise Risk Management - Integrated Framework (COSO II) Marco integrado de Gestión de Riesgos que amplía el concepto de control interno a la gestión de riesgos implicando necesariamente a todo el personal, incluidos los directores y administradores. Es decir, COSO II (ERM) amplía la estructura de COSO I a ocho componentes.

2.2.7.3. COSO III

En mayo de 2013 se publicó la tercera versión COSO III. Las novedades que introducirá este Marco Integrado de Gestión de Riesgos son:

- Mejora de la agilidad de los sistemas de gestión de riesgos para adaptarse a los entornos
- Mayor confianza en la eliminación de riesgos y consecución de objetivos
- Mayor claridad en cuanto a la información y comunicación.

2.2.8. Definición

El modelo de control interno cumple una función esencial en las empresas, debido a que ayuda a encontrar diversas falencias que estén ocurriendo dentro de la empresa y de esta forma se puede mejorar las falencias para evitar una posible quiebra, además de eso brinda a las empresas a tener un mayor crecimiento económicamente y tomar decisiones en momentos correspondientes.

De acuerdo con Mendoza. (2018), el COSO define el control interno como un proceso, ejecutado por la junta de directores, la administración principal y otro personal de la entidad, diseñado para proveer seguridad razonable en relación con el logro de los objetivos de la organización. (p. 207)

Tales objetivos son: eficacia y eficiencia de las operaciones; confiabilidad de la información financiera; cumplimiento de normas y obligaciones; y salvaguarda de activos. Por ende, Mendoza, García, Delgado y Barreiro (2018) manifiestan que el control interno es un proceso, ejecutado por la junta directiva o consejo de administración de una entidad, por su grupo directivo y por el resto del personal, diseñado específicamente para proporcionarles seguridad razonable.

Las tres siguientes categorías se basan en:

- Efectividad y eficiencia de las operaciones
- Suficiencia y confiabilidad de la información financiera
- Cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicable” (p. 213)

2.2.9 Importancia

De acuerdo con Isaza. (2018), de manera razonable, el logro de los objetivos que la organización se propone cumplir y que el control interno es principalmente tarea de los directivos principales, “el control interno empieza desde lo alto, posiblemente, el eje integrador de estos criterios. (p. 28)

Isaza. (2018), establece los criterios para lograr una gestión efectiva y eficiente basada en la evaluación del riesgo y en la evaluación de los controles internos en las organizaciones, al mismo tiempo define con claridad el rol de las personas involucradas en el diseño, implementación y en la evaluación del interno. (p. 55)

2.2.10. Beneficios

En el ámbito de control, la definición e implementación de un Código de Ética, beneficia al momento de identificar los esquemas fraudulentos realizados dentro de la empresa, por ende, Gamboa. (2016), establecen los siguientes aspectos:

- Mejora de los procesos de la Compañía a través del establecimiento de controles, a nivel de automatización, alineación con los riesgos del negocio, y con el cumplimiento de objetivos.

- Cambios en la Función de Auditoría Interna alineada a los riesgos de negocio críticos, asegurando el cumplimiento y apego de políticas, así como las actividades de control claves definidos en cada componente (p. 351)

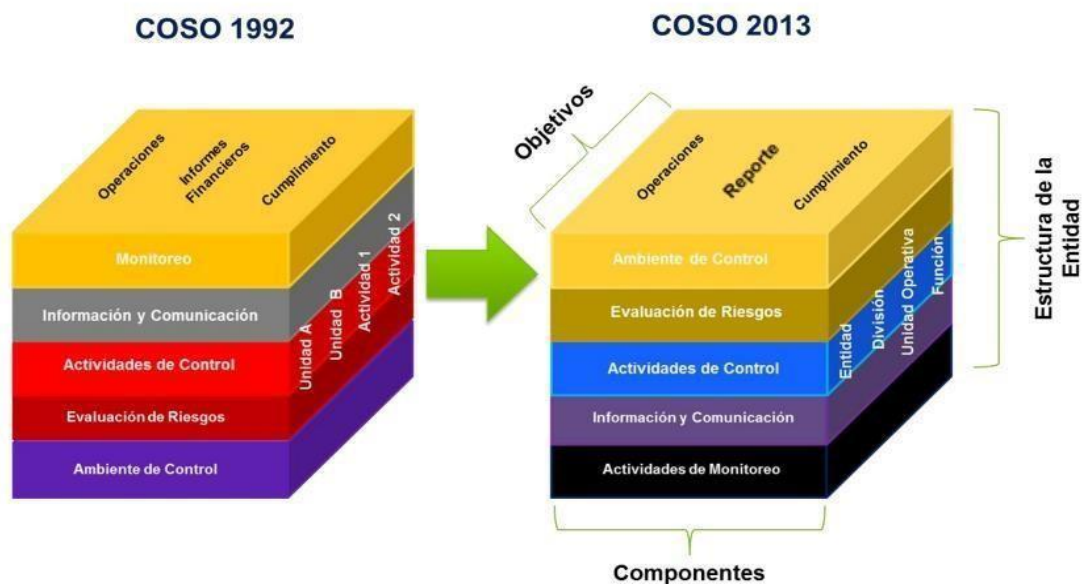
2.2.11. Componentes

Vega. (2016), indican que “existen cinco componentes, los cuales se puede abordar y analizar la realidad de la organización obteniendo un diagnóstico organizacional en cuanto a estructura, procesos, sistemas, procedimientos y recursos humanos” (p.7)

Así mismo Gaitán. (2015), mencionan que “existe una relación directa entre los objetivos de la entidad, los componentes y la estructura organizacional que es representada en forma de cubo” (p.5)

Figura 1

1 Componentes del Coso



Nota. La figura representa la evolución del COSO.

Tomado de: Deloitte (2018).

Los componentes son interdependientes, en tal virtud para Córdoba. (2019), existe una gran cantidad de interrelaciones y vínculos entre ellos. Es por ello que dentro de cada componente el marco establece 17 principios que representan los conceptos fundamentales y son aplicables a los objetivos operativos, de información y de cumplimiento. Los principios permiten evaluar la efectividad del sistema de control interno (p. 73)

2.2.12. Ambiente de control

En esencia el principal elemento sobre el que se sustenta o actúan los otros cuatro componentes e indispensable, a su vez, para la realización de los propios objetivos de control.

Díaz. (2021), Afirma que este componente crea la disciplina que apoya la evaluación del riesgo para el cumplimiento de los objetivos de la entidad, el rendimiento de las actividades de control, uso de la información y sistemas de comunicación, y conducción de actividades de supervisión, el entorno de control está compuesto por el comportamiento que se mantiene dentro de la organización, e incluye aspectos como:

- La integridad y los valores éticos de los recursos humanos
- La competencia profesional
- La delegación de responsabilidades
- El compromiso con la excelencia y la transparencia
- La atmósfera de confianza mutua
- La filosofía y estilo de dirección
- La estructura y plan organizacional
- Los reglamentos y manuales de procedimientos

- Las políticas en materia de recursos humanos y
- El Comité de Control (p.90)

2.2.13. Evaluación de riesgos

Vega. (2016), afirma que:

Este componente identifica los posibles riesgos asociados con el logro de los objetivos de la organización, toda organización debe hacer frente a una serie de riesgos de origen tanto interno como externo, que deben ser evaluados afectan a las entidades en diferentes sentidos, como en su habilidad para competir con éxito, mantener una posición financiera fuerte y una imagen pública positiva. (p.09)

Por ende, se entiende por riesgo cualquier causa probable de que no se cumplan los objetivos de la organización.

2.2.13.1. Actividades de control

Las actividades de control son aquellas normas, políticas y procedimientos que establece la gerencia y que debe ser llevado a cabo para poder cumplir diariamente con las actividades asignadas, enfocadas a controlar los riesgos.

Mantilla (2018) manifiesta que “son reglas, políticas y procedimientos establecidos por la dirección que deben ser implementados para poder cumplir con las actividades asignadas en el día a día, con un enfoque en el control de riesgos” (p.31)

Estas actividades están orientadas a minimizar los riesgos que dificultan la realización de los objetivos generales de la organización. Cada control que se realice debe estar de acuerdo con el riesgo que previene, teniendo en cuenta que demasiados controles son tan peligrosos como lo es tomar riesgos excesivos. Estos controles permiten:

- Prevenir la ocurrencia de riesgos innecesarios.
- Minimizar el impacto de las consecuencias de los mismos.
- Restablecer el sistema en el menor tiempo posible.

2.2.13.2. Información y comunicación

Para Quinaluisa. (2018), son elementos esenciales en una estructura de control interno, la información acerca del ambiente de control, la evaluación de los riesgos, los procedimientos de control y la supervisión, resulta necesaria para que los administradores puedan dirigir las operaciones y garantizar el empleo de las normativas legales, reglamentarias y de información. (p. 44)

En este punto debemos tener en cuenta que el personal no solo debe captar una información sino también intercambiarla para desarrollar, gestionar y controlar sus operaciones. Por lo tanto, este componente hace referencia a la forma en que las áreas operativas, administrativas y financieras de la organización identifican, capturan e intercambian información relevante de forma segura.

2.2.13.3. Supervisión y seguimiento

Gamboa. (2016), plantean que “es importante establecer procedimientos que aseguren que cualquier deficiencia detectada que pueda afectar al sistema de control interno sea informada oportunamente para tomar las decisiones pertinentes” (p 309)

Los sistemas de control interno tienden a cambiar constantemente, debido a que los procedimientos pudieron ser eficaces en un momento dado, pero de tal manera también pueden perder su efectividad por diferentes motivos, como la incorporación de nuevos empleados, restricciones de recursos, entre otros.

2.2.13.4. Sistema de control de ventas

Mantener un sistema de control interno de ventas es indispensable establecer procedimientos adecuados hacia la empresa en donde se asegure la maximización de sus ingresos.

Para ello se utilizan los siguientes documentos necesarios:

- Facturas
- Notas de crédito
- Nota de pedido
- Recibo de ingreso de caja
- Ordenes de despacho

Según Gamboa. (2016), indican que el sistema de control de ventas comprende una estructura las normas, el plan de organización y el conjunto de métodos y procedimientos de la empresa dirigidos a asegurar la maximización de los ingresos. (p.7)

2.2.14. Objetivos de control interno para el área de ventas

Los objetivos principales dentro del área de ventas para un control exitoso son:

- Velar por el cumplimiento de las normas establecidas.
- Proteger los recursos asignados al área.
- Certificar que las normas sean conocidas por los trabajadores.
- Comprobar que los recursos de la empresa sean utilizados eficientemente.
- Fundar una cultura de control.

2.2.15. Evaluación del control interno para el área de ventas

Se debe tomar en cuenta lo siguiente.

- Guardar un clima de confidencialidad y seguridad o usar los fondos de la entidad de forma responsable.
- Mantener una buena contabilidad y documentación ordenada.
- Prevenir conflictos de interés.
- Asegurar los niveles de autorización y aprobación.
- Realizar un proceso efectivo de supervisión.

2.2.16. Medición de riesgos para el área de ventas

Tomando en cuenta que el control es un proceso cíclico y repetitivo, este debe estar compuesto de cuatro elementos que se suceden:

- Establecimiento de estándares.
- Establece los criterios de evaluación o comparación, dadas por las políticas y normas.
- Evaluación de desempeño: acerca de las actividades establecidas en la empresa.
- Comparación del desempeño: donde se compara el desempeño con el estándar establecido para verificar si hay desviaciones o variaciones relevantes.
- Acción correctiva: corregir el desempeño para adecuarlo al estándar esperado (p.496).

2.2.17. Rentabilidad

La rentabilidad es la capacidad de una inversión determinada de la que se obtienen beneficios superiores a los invertidos después de la espera de un período determinado.

Según Gironella. (2017), la rentabilidad se define como la medida del rendimiento que producen los capitales invertidos en un determinado periodo de tiempo, lo que implica comparar el beneficio generado con el capital invertido o empleado para obtenerlo. (p. 74)

Chacón. (2015), sostiene que la rentabilidad es el retorno sobre la inversión que se da un tiempo determinado, donde el poder de generación de utilidades y la capacidad de obtener un rendimiento sobre la inversión permite obtener un elemento de análisis para la gestión empresarial. (p. 34)

Lira. (2015), define que una de las formas de medir la rentabilidad es a través de los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital, es decir, el porcentaje que muestra la utilidad sobre las ventas, activos o el patrimonio. (p. 272)

Según Sevilla. (2009), las empresas deben utilizar por lo menos una de las siguientes estrategias de la rentabilidad para determinar su política de calidad que determinará su rentabilidad:

- Es importante que la empresa cumpla con lo estipulado en las en el diseño y las características de la operación, estas deben acercarse a la norma deseada. Sobre este punto se han desarrollado muchas fórmulas de control: Sello Norven de calidad, normas ISO 9.000, ISO 14.000, etc.
- Otra característica importante de la calidad fundamental para la rentabilidad es que el producto tenga Durabilidad; referida al tiempo de vida del producto, cuanto más se mejor aceptación tendrá en el público si el promedio de vida útil más alto y por eso su alto precio.

- Finalmente, la seguridad de uso, esto implica que la empresa debe tener producto que funcione bien y que no tenga fallas de producción de tal manera que permita la oferta y la demanda (p. 12)

De acuerdo a lo ya expuesto se indica que la rentabilidad no es nada más que beneficios que se obtiene de acuerdo a diversas inversiones. Del mismo modo es utilizado como un indicador al desarrollo de las inversiones y la capacidad que tendría la empresa en saldar los recursos financieros utilizados, también podemos rescatar que producto de las decisiones que se tomen tanto en lo comercial como en lo operativo de alguna manera genera una consecuencia en la rentabilidad de la entidad.

Por ello es necesario que se evalúen todos los componentes financieros antes de poder tomar una decisión, esto acompañado de un sistema de información que permita mantener ordenado los reportes pertinentes, por lo tanto, la empresa tiene la responsabilidad de contar con este sistema que le permita estar actualizada financieramente.

2.2.16. Indicadores de rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad de acuerdo con Guajardo. (2016), “tratan de evaluar la cantidad de utilidades obtenidas con respecto a la inversión que las originó, ya sea considerando en su cálculo el activo total o el capital contable” (p.539).

Dicho de otro modo, el análisis de cada indicador de rentabilidad ayuda a evaluar financieramente los negocios debido a que estos necesitan producir utilidades al final de un ejercicio económico, ya que sin estas no podrán atraer capital externo y continuar eficientemente sus operaciones normales.

Sánchez. (2017), menciona que es necesario tener en cuenta una serie de cuestiones en la formulación y medición de la rentabilidad para poder así elaborar una ratio o indicador de rentabilidad con significado:

1. Las magnitudes cuyo cociente es el indicador de rentabilidad han de ser susceptibles de expresarse en forma monetaria.
2. Debe existir, en la medida de lo posible, una relación causal entre los recursos o inversión considerados como denominador y el excedente o resultado al que han de ser enfrentados.
3. En la determinación de la cuantía de los recursos invertidos habrá de considerarse el promedio del periodo, pues mientras el resultado es una variable flujo, que se calcula respecto a un periodo, la base de comparación, constituida por la inversión, es una variable stock que sólo informa de la inversión existente en un momento concreto del tiempo. Por ello, para aumentar la representatividad de los recursos invertidos, es necesario considerar el promedio del periodo.
4. También es necesario definir el periodo de tiempo al que se refiere la medición de la rentabilidad (normalmente el ejercicio contable), pues en el caso de breves espacios de tiempo se suele incurrir en errores debido a una personificación incorrecta. (p.18)

El estado de resultado y el balance de situación inicial son un medio de medir la rentabilidad, por ende, de acuerdo con Guajardo (2016):

El estado de resultados es el principal medio para medir la rentabilidad de una empresa a través de un periodo, ya sea de un mes, tres meses o un año. En estos casos, el estado de ganancias y pérdidas debe mostrarse en etapas, ya que al restar a los ingresos los costos y gastos del periodo se obtienen diferentes utilidades hasta llegar a la utilidad neta. Esto no quiere decir que se excluirá el balance general a la hora de hacer un análisis financiero, puesto que para evaluar la operación

de una empresa es necesario analizar conjuntamente los aspectos de rentabilidad y liquidez, por lo que es necesario elaborar tanto el estado de resultados como el estado de cambios en la posición financiera o balance general (p. 536)

A partir de este criterio se dice que el estado de resultados como el balance de situación financiera es necesario para construir indicadores de rentabilidad, ya que no sólo se requiere de información relacionada con resultados, ingresos o ventas, sino también es inevitable disponer de información relacionada con la estructura financiera, básicamente con los activos y el capital invertido.

Todos los índices de rentabilidad que se construyan a partir de los estados financieros ya mencionados, permitirán medir la eficacia con que se ha manejado la empresa en sus operaciones, principalmente en el manejo del capital invertido por los inversionistas.

2.2.19. Niveles de rentabilidad

Para Pacheco, Castañeda. (2016), los conceptos de resultado e inversión determinarían un indicador de rentabilidad, el estudio de la misma en la entidad se puede llevar a cabo de acuerdo a dos niveles:

1. Nivel de rentabilidad económica o del activo, en el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad de los capitales económicos utilizados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la entidad.
2. Nivel de rentabilidad financiera, en el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos

propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos (p.77)

La razón de estos niveles es ir más allá de un simple análisis de los niveles de rentabilidad de una compañía. Para tener un criterio más sólido sobre el estado de la empresa, es importante entender cómo los diferentes niveles de rentabilidad se relacionan con las estrategias puestas en la entidad.

2.2.20. Medidas de rentabilidad

Existen muchas medidas de rentabilidad las cuales facilitan a los analistas la evaluación de las utilidades de la empresa respecto de un nivel dado de ventas, de un nivel cierto de activos o de la inversión del propietario.

Según Guajardo. (2016), “Sin ganancias, una empresa no podría atraer capital externo. Los propietarios, acreedores y la administración, ponen atención al impulso de las utilidades por la gran importancia que se ha dado a éstas en el mercado” (p.540)

Para Chacón. (2015), se establecen diversas mediciones de la rentabilidad que permiten al analista evaluar las utilidades de la organización en referencia a un determinado nivel de ventas, o de activos o de la inversión de los accionistas o al valor accionario:

- Estado de resultados en forma porcentual: es la herramienta más usada para evaluar la rentabilidad en referencia con las ventas. En este estado cada índice se expresa como una parte de las ventas, al permitir la fácil evaluación de la relación entre las ventas y los ingresos, así como gastos específicos.
- Margen bruto de utilidades (MBU): indica una parte de cada unidad monetaria en ventas después de que la entidad ha pagado todos sus bienes. Lo ideal es un margen bruto de utilidades lo más alto posible y un costo relativo de mercancías vendidas lo más bajo posible. (p. 41)

- Margen de utilidades de operación (MUO): representa lo que puede ser llamado utilidades puras, ganadas por la entidad entre cada unidad monetaria de ventas. Las utilidades de operación son puras en el sentido de que ignoran cargos financieros o gubernamentales (intereses o impuestos), y miden sólo las utilidades extraídas en las operaciones. Resulta preferible un alto margen de utilidades de operación. (p. 41)
- Margen neto de utilidades (MNU): determina la parte faltante sobre cada unidad monetaria de ventas, después de deducir todos los gastos, entre ellos los impuestos. El margen neto de utilidades de la entidad más alto será el mejor. Se trata de un índice citado con frecuencia como medición del éxito de la empresa, en referencia a las utilidades sobre las ventas. Los márgenes netos de utilidades satisfactorios difieren considerablemente entre las diversas industrias (p. 41)
- Rendimiento de los activos totales o Rendimiento de la Inversión (RAT): mide la efectividad total de la administración para generar utilidades con los activos disponibles. Cuanto mayor sea el rendimiento sobre los activos totales de la entidad, será más beneficiosa para esta. (p. 41)
- Rendimiento de capital (RC): mide el rendimiento percibido sobre la inversión de los propietarios, tanto accionistas comunes como preferentes, en la entidad. En general, cuanto mayor sea este índice, los dueños lo consideran mejor. (p. 41)
- Utilidades por acción (UPA): las utilidades por acción representan el número de unidades monetarias a favor de cada acción común en circulación. Tal valor es observado muy de cerca por el público capitalista, y es considerado como un importante indicador del éxito corporativo (p. 41).
- Razón precio/utilidades (P/U): se utiliza para determinar la valuación de las acciones. Esta razón representa la cantidad que los inversionistas están dispuestos a pagar por cada unidad monetaria de las utilidades de la entidad. El nivel de precio/ utilidades indica el grado de confianza

(o certidumbre) que tienen los accionistas en el desempeño futuro de la empresa. Cuanto más alto sea el valor de P/U, tanto mayor será la confianza del inversionista en el futuro de la organización. (p.41)

2.3 Marco Legal:

Para que el trabajo de investigación tenga validez legal, se han identificado las siguientes leyes y reglamentos a los que la empresa se rige Ley de compañías (2017).

Sartol S.A es una compañía de Sociedad Anónima la cual está regulada a partir de:

Art. 144. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determina la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima. Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías y Valores notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente Ley de Compañías. (2017)

La compañía posee papeles legales como: ruc, escritura pública, aumento de capital, nómina de socios y accionistas, certificado de cumplimiento de obligaciones y existencia legal, los mismos que se duplicaron y se recopilaron implementando las NIC.

- NIC 1 Estados financieros: Se aplica a todos los estados financieros de información general, que sean elaborados y presentados conforme a las NIIF.
- NIC 2 Existencias: El objetivo de esta norma es el tratamiento de las existencias.
- NIC 4 Depreciaciones: Esta norma debe ser aplicada en la contabilización de las depreciaciones de todos los activos depreciables. El importe se lo distribuye dependiendo de los años de vida útil del activo.
- NIC 7 Flujo del efectivo: Esta norma nos ayuda a evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y determinar las necesidades de liquidez.
- NIC 16 Propiedades planta y equipo: El objetivo de esta norma es establecer la propiedad, planta y equipo de la empresa
- Enmiendas a NIIF 9, NIC 39 y NIIF 7 “Reforma de las tasas de interés de referencia”.

Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado (2002)

La Contraloría General del Estado, además de las atribuciones y funciones establecidas en la Constitución Política de la República, tendrá las siguientes:

Art. 32 Controlar la legalidad de los procesos en los cuales el Estado delegue o concesione sus facultades al sector privado, de acuerdo con lo previsto en la Constitución Política de la República y la Ley. Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado. (2002)

Normas de Control Interno para las Entidades, Organismos del Sector Público y Personas Jurídicas de Derecho Privado que Dispongan de Derechos Públicos (2009)

Como función de la Contraloría General del Estado, es dirigir el sistema de control administrativo que se compone de auditoría interna, auditoría externa y del control interno de las entidades del sector público y de las entidades privadas que dispongan de recursos públicos; y, expedir la normativa para el cumplimiento de sus funciones. (Normas para el control Interno para el sector Público, 2009)

Art. 2. Las normas de control interno se aplicarán en todas las entidades, organismos del sector público y personas jurídicas de derecho privado que dispongan de recursos públicos, a las que se refiere el artículo 225 de la Constitución de la República del Ecuador”. Normas para el control Interno para el sector Público. (2009)

Normas Ecuatorianas de Auditorías

El término sistema de control interno significa todas las políticas y procedimientos (controles Interno) adoptados por la administración de una entidad para ayudar a lograr el objetivo de la administración de asegurar, tanto como sea factible, la conducción ordenada y eficiente de su negocio, incluyendo adhesión a las políticas de administración, la salvaguarda de activos, la prevención y detección de fraude y error, la precisión e integridad de los registros contables, y la oportuna preparación de información financiera confiable (Normas Ecuatorianas de Auditoría., 2001).

a. El ambiente de control que significa la actitud global, conciencia y acciones de directores y administración respecto del sistema de control interno y su importancia en la entidad. El ambiente de control tiene un efecto sobre la efectividad de los procedimientos de control específicos (Normas Ecuatorianas de Auditoría., 2001).

b. Procedimientos de control que significa aquellas políticas y procedimientos además del ambiente de control que la administración ha establecido para lograr los objetivos específicos de la entidad. Entre aquellos pasos están los siguientes:

- Reportar, revisar y aprobar conciliaciones.

- Verificar la exactitud aritmética de los registros.
- Controlar las aplicaciones y ambiente de los sistemas de información por computadora.
- Mantener y revisar las cuentas de control y los balances de comprobación.
- Aprobar y controlar documentos.
- Comparar datos internos con fuentes externas de información.
- Comparar los resultados de cuentas de efectivo, valores e inventario con los registros contables.
- Comparar y analizar los resultados financieros con las cantidades presupuestadas” (Normas Ecuatorianas de Auditoría., 2001).

En el artículo científico de Walter. (2018), mencionan que un manejo adecuado del control interno va a ayudar a las empresas en general a que tengan mayor rentabilidad, a que tengan un mayor control de todas sus cuentas e ingresos. (p. 219)

Con este aporte teórico se justifica nuestro criterio del control interno y la rentabilidad, en cómo estos dos componentes se relacionan y actúan conjuntamente para así minimizar las deficiencias y mejorándolas; para que las organizaciones cumplan con sus funciones correctamente.

Contextualización del objeto de estudio

Sartol S.A., fue constituida el 12 de noviembre de 1996, se encuentra inscrito en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio en Cantón Guayaquil el 21 de diciembre de 1998. La Junta General de Accionistas se encuentra integrada por seis socios. El capital social fue dividido en dos mil participaciones de mil sucres cada uno suscrito y pagado íntegramente. Los principales funcionarios son: los socios de la junta general, el presidente, y el gerente general, en donde el Sr. Fernando Castillo Zambrano es presidente.

Su ruc: 0953242807001 inicio con un capital de dos millones de sucres (2'000.000,00), cuyo capital en la actualidad asciende a setecientos cincuenta millones (\$750,000,000.00); el objeto social de la empresa es proporcionar servicios técnicos, profesionales, administrativos y laborales a entidades públicas o privadas. Esta se dedica actualmente en la venta al por mayor de accesorios, partes y piezas de vehículos automotores.

La empresa está ubicada en el cantón Guayaquil, Mapasingue Oeste Av. 3 Calle 4 y cuenta con cinco sucursales como tiendas ubicadas estratégicamente en diferentes sitios.

La compañía tiene 22 años en el mercado, esta pertenece al sector terciario de la economía debido a que su giro comercial es la comercialización de llantas, lubricantes y servicio automotriz, cuenta con la colaboración de 60 empleados, aspecto que la clasifica como mediana empresa, su zona de ventas es a nivel nacional. El inmueble fiscal lo reportan como propio y cuentan con 3 vehículos para su operación.

Breves Antecedentes Históricos

Sartol S.A. Forma parte del grupo comercial Dueñas Gutiérrez, fue creada por el señor Marcelo Quito Zambrano y su señora Viviana Alvarado Martinez en 1996 para el manejo comercial de lubricantes Valvoline para la zona Noroccidental del Ecuador, años después decidieron emprender con la importación directa de llantas de la marca Bridgestone y Firestone, con el objetivo de proveer productos y servicios para el sector automotriz.

Actualmente la empresa cuenta con canales de distribución con cobertura a nivel nacional tanto de llantas como lubricantes, ha incorporado a su cartera de productos baterías, aditivos, aros, filtros entre otros bienes, además cuenta con una amplia red de centros de servicios Automotriz propio en Guayaquil, Quito y Esmeraldas y más de 700 socios estratégicos en todo el país.

Misión

Somos parte de un Grupo Empresarial Comercial Automotriz que importa, comercializa y distribuye productos y servicios de alta calidad, para superar las expectativas de nuestros clientes y proveedores, generando valor para nuestros accionistas, beneficios a nuestros colaboradores y socios comerciales, contando con un talento humano altamente calificado y profesional, que aporta al crecimiento y desarrollo del país.

Visión

Ser en el 2025 el mejor socio comercial del sector automotriz ecuatoriano, siendo líderes en el Ecuador, con presencia internacional. Convertirnos en la empresa comercial más efectiva y confiable del sector automotriz en el Ecuador, líder en el mercado, de rápido crecimiento, aportando al bienestar de nuestros empleados, clientes, inversionistas y su comunidad.

Clientes

Sus principales clientes son personas naturales y jurídicas, nacionales o extranjeras, corporaciones, empresas medianas, y pequeñas quienes utilizan los productos tanto para el servicio de sus vehículos y maquinarias como para aquellos que se dedican a la venta de los mismos en Guayaquil.

Valores

Calidad excepcional, servicio y valor, guiada por la integridad, trabajo en gente, haciendo una mejor sociedad.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de la investigación

Esta investigación tuvo un enfoque mixto, ya que se utilizan tanto datos cuantitativos como cualitativos, para Hernández y Mendoza (2015):

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

3.2 Alcance de la investigación:

3.2.1. Investigación descriptiva

Para Martínez. (2018), “El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente”. (p.45)

Este tipo de investigación ayuda a comprender mejor sobre el departamento que nos vamos a enfocar dentro de la empresa en este caso al de ventas, describir todo lo relacionado a ello.

3.2.2. Investigación correlacional

Según Fidias. (2016), la finalidad de esta investigación “es determinar el grado de relación o asociación existente entre dos o más variables. En estos estudios, primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlación” (p.22)

3.2.3. Investigación explicativa

Esto ayuda a siempre saber cuál es la consecuencia de cada acto y de buscar siempre respuestas. Es por ello que cada tipo de investigación mencionada anteriormente aporta de manera significativa a nuestra investigación puesto que nos basaremos en cada una comenzando por la descriptiva y culminando en la explicativa. Para Fidas (2012):

La investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relación causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas, como de los efectos, mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos. (p.23)

3.3.4 Técnica e instrumentos para obtener los datos

Para la recolección de información se tomó en cuenta la observación al momento de realizar la visita a la empresa y por ende se aplicó encuestas, cuestionarios de control interno que fueron destinados a los ejecutivos de la empresa (ver anexo 1 y 2), estos sirvieron para la obtención de información, a estos aspectos se le añadieron los estados financieros de la entidad que fueron proporcionados por la máxima autoridad y contador de Sartol S.A.

3.4. Aplicación de los Instrumentos de Investigación

3.4.1. Análisis de la Información Financiera

En relación a esta temática se han tomado los 2 principales estados financieros con corte al 31 de diciembre de 2024 como son el Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados integrales, sobre los cuales se aplicarán y analizarán varias

ratios financieras, cuyos resultados nos permitan evidenciar que tipo de control interno no se ha aplicado adecuadamente o que controles internos no se han aplicado.

Tabla 1 Estado de Situación financiera

SARTOL S.A					
Estado de Situación Financiera					
Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2024					
Activos			Pasivo		
		323.300,60			3.136.275,35
Activo Corriente			Pasivo Corriente		
Efectivo	323.300,60		Cuentas y documentos por pagar comerciales corrientes	820.217,81	
Cuentas y documentos por cobrar corrientes		2.122.334,12	Otras cuentas y documentos por pagar	224.405,64	
Cuentas y documentos por cobrar clientes corrientes	2.273.725,60		Obligaciones con instituciones financieras	2.063.890,25	
menos: Deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos	322.253,90		Porción corriente de arrendamiento financiero por pagar	27.761,65	
Otras cuentas y documentos por cobrar relacionadas	170.862,42		Pasivo corriente por beneficio a empleados		42.496,09

Impuestos por activos corrientes		83.359,82	Participación trabajadores por pagar del ejercicio	9.622,45	
Crédito tributario a favor de sujeto pasivo (impuesto a la renta)	83.359,82		Obligación con el IESS	14.565,47	
Inventarios		2.423.022,14	Otros pasivos corrientes	18.308,17	
Mercaderías en Tránsito	445.411,93		Provisiones corrientes		28.961,97
inventario de producto terminado y mercado	1.964.391,37		Otras	28.961,97	
inventario de suministros, herramientas, repuestos y materiales	45.533,80		Total Pasivo Corriente		3.207.733,41
menos: Deterioro acumulado del valor de inventarios por ajuste al valor neto realizable	32.314,96		Pasivo No Corriente		500.384,75
Gastos Pagados por anticipado		17.167,81	obligaciones con instituciones financieras no corrientes	463.583,21	
Primas de seguro pagado por anticipado	11.608,58		Porción no corriente de arrendamientos financieros por	36.801,54	

			pagar		
Otros	5.559,23		Pasivos no corrientes por beneficios a los empleados		237.743,00
Total Activos Corrientes		4.969.184,49	Jubilación patronal	175.030,00	
Activo No Corriente			Desahucio	62.713,00	
Propiedades, planta y equipo		1.233.821,88	Total Pasivo No Corriente		738.127,75
Terrenos	472,51		Total del pasivo		3.945.861,16
Edificio y otros inmuebles	1.500.994,81	2.751.725,82	Patrimonio		1.023.937,32
Maquinaria, Equipo instalaciones y adecuaciones	425.705,64		Capital	750.000,00	
Muebles y enseres	111.039,42		Aportes de socios, accionistas, partícipes	273.937,32	
Equipo de computación	55.659,26		Reservas		255.182,54
Vehículo	185.814,69		Reserva legal	58.769,26	
menos: Depreciación propiedad planta y equipo	1.517.903,94		Reserva Facultativa	196.413,28	
Activos Intangibles		100.000,00	Resultados Acumulados		1.190.761,39

Marcas, patentes, licencias y otros similares	100.000,00		Utilidades acumuladas del ejercicio anterior	270.674,23	
Propiedades de inversión		27.182,80	Resultados acumulados por adopción por primera vez de las NIIF	18.114,47	
Terrenos	27.182,8		menos: Pérdida del ejercicio	790,28	
Inversiones no corrientes		3.000,00	Utilidades del ejercicio	27.388,51	2.469.881,25
En subsidiarias	3.000,00		Otros resultados integrales acumulados	875.374,46	
Activos por impuestos diferidos		82.553,24	Total Patrimonio		
Por diferencias temporarias	17.990,05				
Otros activos no corrientes	64.563,19				
Total Activo No Corriente		1.446.557,92			
Total Activo		6.415.742,42	Total Pasivo y Patrimonio		6.415.742,41

Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Tabla 2 Estado de Resultado

SARTOL S.A	
Estado de Pérdidas y Ganancias	
Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2024	
Ingresos	6094996,59
(-) Costos Operacionales	4576204,18
(=) Utilidad Bruta	1518792,41
(-) Gastos Operacionales	1306569,87
(=) Utilidad Operacional	212222,54
(+) Ingresos No Operacionales	44305,69
(-) Gastos Financieros y Otros gastos no operacionales	192378,58
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	64149,65
(-) Participación a trabajadores	9622,45
(=) Utilidad antes de Impuesto a la Renta	54527,2
(-) Impuesto a la Renta Causado	27138,69
(=) Utilidad Neta	27388,51

Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Indicadores financieros aplicados en la empresa SARTOL S.A de los años 2022-2023

Indicadores de liquidez

- **Razón corriente**

$$RC = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

Año 2022

$$RC = \frac{5107025.39}{3592066.39} = 1.42 \text{ veces}$$

Año 2023

$$RC = \frac{4969184.49}{3207733.41} = 1.54 \text{ veces}$$

Análisis:

En cuanto a los indicadores de liquidez, para el año 2022 la razón corriente fue de 1,42, mientras que para el año 2023 fue de 1.54 veces, es decir, que cuenta con los recursos necesarios para asumir las obligaciones, especialmente de aquellas que son a corto plazo.

- **Capital neto de trabajo**

$$CNT = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

Año 2022

$CNT = (\text{en 31 de diciembre del 2022}) = \$5107025.39 - \$3592066.39$

$CNT = \$1514.959$

Año 2023

$CNT = (\text{en 31 de diciembre del 2023}) = \$4969184.49 - \$3207733.41$

$CNT = \$1.761.451,08$

Análisis:

Dentro del mismo indicador el capital neto de trabajo en el año 2022 fue de \$1.514.959 con respecto al año 2023 que tuvo \$1.761.451,08 este valor demuestra la cantidad de dinero que posee la empresa para desempeñarse en sus actividades.

- **Prueba ácida**

Activo corriente – Inventarios

$PA = \frac{\text{Activo corriente – Inventarios}}{\text{Pasivo corriente}}$

Pasivo corriente

Año 2022

$\$5107025.39 - \274898.17

$PA = \frac{\$5107025.39 - \$274898.17}{\$3592066.39} = 1.34 \text{ veces}$

$\$3592066.39$

Año 2023

$$PA = \frac{\$4969184.49 - 2423022.14}{\$3207733.41} = 0.79 \text{ veces}$$

Análisis:

La prueba ácida en el año 2022 tuvo 1,34 veces, frente al 2023 que tuvo 0.79 veces, esto quiere decir que las deudas que tuvo la empresa se lograron solventar, porque en el año 2022 se observó un valor alto para cancelar deudas, en el año 2023 se observa que los pasivos corrientes han disminuido progresivamente, llegando a 0,79 centavos por deuda del pasivo corriente.

Indicadores de actividad

- **Rotación de cartera**

$$RC = \frac{\text{Ventas a crédito en el periodo}}{\text{Cuentas por cobrar promedio}}$$

Año 2022

$$RC = \frac{\text{Ventas a crédito en el periodo}}{\text{Cuentas por cobrar promedio } ((\text{Año actual} + \text{Año anterior}) / 2)} = \frac{820217.81}{((1.951.471,7 + 1.945.155,56) / 2)} = \frac{820217.81}{1.948.313,63} = 0.420$$

Análisis:

La rotación de cartera para el año 2023 se registró el 0,0420 veces, valor que representa el efectivo que ha sido transformado.

- **Rotación de proveedores**

$$RP = \frac{\text{Cuentas por pagar promedio} \times 365}{\text{Compras a crédito del periodo}}$$

Año 2023

$$RP = 1131790,82 \times 365$$

820217,81

$$RP = \frac{413103651,1}{820217,81}$$

=504 días

Análisis

La rotación de proveedores para el año 2023 fue de 504 días, que equivale aproximadamente un año y cinco meses, tiempo suficiente para que la empresa pague a tiempo sus obligaciones.

- **Rotación de inventario para empresas comerciales**

$$RIEC = \frac{\text{Costo de la mercadería vendida en el periodo}}{\text{Inventario promedio de mercancías}}$$

Año 2023

$$RIEC = \frac{\$4576204.18}{\$2335042.8}$$

$$RIEC = 1.96$$

$$RIEC = 6 \text{ días}$$

Análisis:

De acuerdo con la rotación de inventario para empresas comerciales con respecto al año 2023 la oferta en mercadería tuvo 1,96 veces.

- **Rotación de activos fijos**

$$RAF = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo Bruto}}$$

Año 2022

$$RAF = \frac{\$7167483,63}{\$3918742,02}$$

$$RAF = 1,83 \text{ veces}$$

Año 2023

\$6094996.59

$RAF = \frac{\quad}{\quad}$

\$4482366.00

$RAF = 1.36$ veces

Análisis

De hecho, en la rotación de activos fijos para el año 2022 se registró 1,83 veces y para el año 2023 el 1,36 veces, considerando que por cada \$1 se obtuvo 0,83 ctvs. Y 0,36 ctvs., de forma que se ha obtenido ventas a costa del alza en los activos.

- **Rotación de activos operacionales**

Ventas

$RAO = \frac{\quad}{\quad}$

Activos operacionales brutos

Año 2022

\$7167483.63

$RAO = \frac{\quad}{\quad}$

\$5420784.17

$RAO = 1.32$ Veces

Año 2023

\$6094996.5

$RAO = \frac{\quad}{\quad}$

\$5254493.98

$RAO = 1.16$ Veces

Análisis

En este punto se determina que la empresa solo generó para el año 2023 \$1.32 de ventas por cada \$1 invertido en activos exclusivamente operacionales mientras que para el año 2022 hubo un disminuyó dando así \$1.16 de ventas por cada \$1 invertido en activos operacionales.

Siendo algo desfavorable para la empresa.

Indicadores de rentabilidad

- **Rotación de activos totales**

$$RAT = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales brutos}}$$

Año 2022

$$RAT = \frac{7167483,63}{9726475,57} = 0.73 \text{ veces}$$

Año 2023

$$RAT = \frac{6094996,59}{15415181,99} = 0,39 \text{ veces}$$

Análisis

La rotación de activos totales para el año 2022 se tuvo 0.73 y para el 2023 el 0,39, lo que significa que por cada \$1 de ventas se generó 0,73 ctvs., representando una disminución hasta llegar al año 2023 con apenas \$0,39 ctvs., por ende, es notorio la ausencia de un buen manejo en los activos.

- **Margen bruto de utilidad**

$$MBU = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$$

Año 2022

$$MBU = \frac{\$-790,28}{\$7167483,63}$$
$$MBU = -0.00011 * 100$$
$$MBU = -0,011 \%$$

Año 2023

$$MBU = \frac{\$27388,51}{\$6094996.5}$$
$$MBU = 0.0044 * 100$$
$$MBU = 0,45\%$$

Análisis

En la rotación de activos fijos para el año 2022 se registró 1,83 veces y para el año 2023 el 1,36 veces, considerando que por cada \$1 se obtuvo 0,83 ctvs. Y 0,36 ctvs., de forma que se ha obtenido ventas a costa del alza en los activos.

- **Rendimiento del patrimonio**

$$RP = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

Año 2022

$$RP = \frac{\$-790,28}{\$2442492.74}$$

$$RP = -0,00032 * 100$$

$$RP = -0,032\%$$

Año 2023

$$RP = \frac{\$27388,51}{\$2469881.25}$$

$$RP = 0.011 * 100$$

$$RP = 1,1\%$$

Análisis

Por otro lado, el rendimiento por patrimonio, que para el año 2022 registra una cifra negativa con -0,032% y para el año 2023 el cuadro cambia a 1,1%, en este sentido, se puede apreciar que el crecimiento de la empresa de las utilidades ha sido mínimo para el año 2023 frente a casi nada de utilidad para el 2022.

- **Rendimiento del activo total**

$$RAT = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo total bruto}}$$

Año 2022

$$RAT = \frac{-790.28}{\$9726475.57}$$

$$RAT = -0.0011 * 100$$

$$RAT = -0.11\%$$

Año 2023

$$RAT = \frac{\$27388.51}{\$15415181.99}$$

$$RAT = 0.0018 * 100$$

$$RAT = 0.18\%$$

Análisis

El rendimiento del activo total, que para el año 2022 fue de -0.11% y en el año 2020 de 0,18%, esto quiere decir que hay una variación en la utilidad neta de la cuenta de activo total lo que significa que la empresa tiene un aumento significativo, pasando de un porcentaje negativo a un positivo.

Indicadores de endeudamiento

- **Nivel de endeudamiento**

$$NE = \frac{\text{Total pasivo con terceros}}{\text{Total Activo}}$$

Año 2022

NE= P/A

NE= \$4248223.32/\$6690716.06

NE= \$0,63

NE= 63%

Año 2023

NE= P/A

NE= \$3945861.16/\$6415742.4 1

NE= \$0,61

NE= 61%

Análisis

En cambio, el Endeudamiento donde el nivel para el año 2022 es de 63%, mientras que para el año 2023 es de 61%, un nivel que representa la inversión de la empresa frente a las aportaciones de los socios, por lo que es un nivel aceptable dentro del giro del negocio.

- **Endeudamiento financiero**

$$EF = \frac{\text{Obligaciones financieras}}{\text{Ventas Netas}}$$

Año 2022

$$EF = \frac{\$2066650,59}{\$7167483,63}$$
$$EF = 0.29 * 100$$
$$EF = 29\%$$

Año 2023

$$EF = \frac{\$2527473,46}{\$6094996,59}$$
$$EF = 0.41 * 100$$
$$EF = 41\%$$

Análisis

El endeudamiento financiero con el 29% en el año 2022 y con el 41% en el 2023, lo que significa que hay que cubrir las deudas que han tenido un crecimiento respecto a las obligaciones.

- **Cobertura de intereses**

$$CI = \frac{\text{Utilidad de operacion}}{\text{Intereses pagados}}$$

Año 2022

$$CI = \frac{\$211118}{\$251363,37}$$

CI = 0.8 veces

$$CI = \frac{\$212222,54}{\$192378,58}$$

CI = 1,1 veces

Análisis

La cobertura de intereses, en el año 2022 es de 0,8 veces y para el año 2023 1,1 veces, relativamente es baja la capacidad de afrontar intereses a los cuales ya tiene.

- **Apalancamiento financiero total**

$$AFT = \frac{\text{Pasivo totales con entidades financieras}}{\text{patrimonio}}$$

Año 2022

\$2066650.59

$CI = \frac{\quad}{\quad}$

\$2442492.74

$CI = 0.84$

Año 2023

\$2527473.46

$CI = \frac{\quad}{\quad}$

\$2469881.25

$CI = 1.02$

Análisis

El apalancamiento financiero total en el 2022 se tuvo el 0,84 y en el 2023 el 1,02, en ambos casos es menor el aporte en a la financiación de los activos dentro de los pasivos con entidades financieras y el patrimonio.

- **Concentración del endeudamiento en el corto plazo**

Pasivo Corriente

$CECP = \frac{\quad}{\quad}$

Pasivo total con Terceros

Año 2022

\$3592066.39

$CECP = \frac{\quad}{\quad}$

\$4248223.32

$CECP = 0,8455$

$CECP = 84\%$

Año 2023

\$3207733.4 1

$E. C. P = \frac{\quad}{\quad}$

\$3945861.1 6

$E. C. P = 0,8129$ $E. C. P = 81\%$

Análisis

La concentración del endeudamiento en el corto plazo en el año 2022 tuvo el 84% en vencimiento corriente en menos de un año, para el año 2023 con un 81% que tienen vencimiento a menos de un año.

- **Apalancamiento total**

$$AT = \frac{\text{pasivo total con terceros}}{\text{patrimonio}}$$

Año 2022

\$4248223.32

$AT = \frac{\quad}{\quad} = 1.73$

\$2442492.74

Año 2023

\$3945861.1 6

$AT = \frac{\quad}{\quad} = 1.59$

\$2469881.2 5

Análisis

El apalancamiento total en el año 2022 fue de 1,73% y en el año 2023 de 1,59%, para lo cual en el año 2023 se evidencia un decrecimiento en cuanto a las responsabilidades por parte de los dueños y accionistas.

- **Apalancamiento cortó plazo**

$$ACP = \frac{\text{Total pasivo corriente}}{\text{Patrimonio}}$$

Año 2022

$$ACP = \frac{3592066.39}{2442492.74} = 1.47$$

Año 2023

$$ACP = \frac{3207733.41}{2469881.25} = 1.29$$

Análisis

El apalancamiento cortó plazo en el año 2022 con 1,47 es mayor al año 2023, 1,29, lo que representa que el compromiso es mayor a corto plazo.

- **Impacto de la carga financiera**

$$\text{Gastos Financieros}$$
$$ICF = \frac{\text{Gastos Financieros}}{\text{Ventas Netas}}$$

Año 2022

$$ICF = \frac{\$251363.37}{\$7167483.63}$$
$$ICF = 0.0350 = 3.50\%$$

Año 2023

$$ICF = \frac{\$192378.58}{\$6094996.5}$$
$$ICF = 0.0315 = 3.15\%$$

Análisis

Para terminar, el impacto de carga financiera hay un mayor porcentaje en lo que respecta al año 2022 con el 3,50% frente al año 2023 con el 3,15%, porcentaje que corresponde al gasto financiero respectivo por cancelar en el nivel de ventas que ha generado la empresa.

Análisis general de los indicadores financieros en relación al control interno

Estos resultados demuestran que SARTOL S.A., en cuanto a los indicadores de liquidez, para el año 2022 la razón corriente fue de 1,42, mientras que para el año 2023 fue de 1.54 veces, lo que significa que la empresa contó en el año 2018 con una ventaja de 0,12 veces en sus activos corrientes, es decir, que cuenta con los recursos necesarios para asumir las obligaciones, especialmente de aquellas que son a corto plazo.

Asimismo, dentro del mismo indicador el capital neto de trabajo en el año 2022 fue de \$1.514.959 con respecto al año 2023 que tuvo \$1.761.451,08 este valor demuestra la cantidad de dinero que posee la empresa para desempeñarse en sus actividades. Este indicador demuestra que es un factor positivo puesto que hay crecimiento económico de \$246.492,08 dólares más que el año anterior, un capital que representa solvencia para cubrir aquellas obligaciones y gastos que demanda la actividad comercial.

Finalmente, con respecto a la prueba ácida en el año 2022 tuvo 1,34 veces, frente al 2023 que tuvo 0.79 veces, esto quiere decir que las deudas que tuvo la empresa se lograron solventar, porque en el año 2022 se observó un valor alto para cancelar deudas, en el año 2023 se observa que los pasivos corrientes han disminuido progresivamente, llegando a 0,79 centavos por deuda del pasivo corriente.

Por otro lado, en los indicadores de actividad se ha constatado que, en la rotación de cartera para el año 2023 se registró el 0,0420 veces, valor que representa el efectivo que ha sido transformado, además, la rotación de proveedores para el año 2023 fue 504 días, que equivale aproximadamente un año y cinco meses, tiempo suficiente para que la empresa pague a tiempo sus obligaciones. De acuerdo con la rotación de inventario para empresas comerciales con respecto al año 2023 la oferta en mercadería tuvo 1,96 veces, de hecho, en la rotación de activos fijos para el año 2022 se registró 1,83 veces y para el año 2023 el 1,36 veces, considerando que por cada \$1 se obtuvo 0,83 ctvs. Y 0,36 ctvs., de forma que se ha obtenido ventas a costa del alza en los activos.

Sin embargo, en los indicadores de rentabilidad en la rotación de activos totales para el año 2022 se tuvo 0.73 y para el 2023 el 0,39, lo que significa que por cada \$1 de ventas se generó 0,73 ctvs., representando una disminución hasta llegar al año 2023 con apenas \$0,39 ctvs., por ende, es notorio la ausencia de un buen manejo en los activos.

Por otro lado, se encuentra el margen bruto de utilidad, que ha sido calculado en porcentajes, para el año 2022 se tuvo resultado negativo con -0,011% y en el año 2023 con 0,45%, los datos representan un cambio de pérdida a ganancia. Posterior a ello, está el rendimiento por patrimonio, que para el año 2022 registra una cifra negativa con -0,032% y para el año 2023 el cuadro cambia a 1,1%, en este sentido, se puede apreciar que el crecimiento de la empresa de las utilidades ha sido mínimo para el año 2023 frente a casi nada de utilidad para el 2022. Por último, en este indicador se midió el rendimiento del activo total, que para el año 2022 fue de -0.11% y en el año 2023 de 0,18%, esto quiere decir que hay una variación en la utilidad neta de la cuenta de activo total lo que significa que la empresa tiene un aumento significativo, pasando de un porcentaje negativo a un positivo.

Para finalizar, los indicadores analizados se da paso a los de endeudamiento, donde el nivel para el año 2022 es de 63%, mientras que para el año 2023 es de 61%, un nivel que representa la inversión de la empresa frente a las aportaciones de los socios, por lo que es un nivel aceptable dentro del giro del negocio. Al respecto, se analizó el endeudamiento financiero con el 29% en el año 2022 y con el 41% en el 2023, lo que significa que hay que cubrir las deudas que han tenido un crecimiento respecto a las obligaciones.

Por lo que, la cobertura de intereses, en el año 2022 es de 0,8 veces y para el año 2023 1,1 veces, relativamente es baja la capacidad de afrontar intereses a los cuales ya tiene. En cuanto al apalancamiento financiero total en el 2022 se tuvo el 0,84 y en el 2023 el 1,02, en ambos casos es menor el aporte en a la financiación de los activos dentro de los pasivos con entidades financieras y el patrimonio. Frente a la concentración del endeudamiento en el corto plazo en el año 2022 tuvo

el 84% en vencimiento corriente en menos de un año, para el año 2023 con un 81% que tienen vencimiento menos de un año.

Es así como el apalancamiento total en el año 2022 fue de 1,73% y en el año 2023 de 1,59%, para lo cual en el año 2023 se evidencia un decrecimiento en cuanto a las responsabilidades por parte de los dueños y accionistas, asimismo, en el apalancamiento cortó plazo en el año 2022 con 1,47 es mayor al año 2023, 1,29, lo que representa que el compromiso es mayor a corto plazo.

Para terminar, el impacto de carga financiera hay un mayor porcentaje en lo que respecta al año 2022 con el 3,50% frente al año 2023 con el 3,15%, porcentaje que corresponde al gasto financiero respectivo por cancelar en el nivel de ventas que ha generado la empresa.

En este sentido, se estima que la empresa tiene el 0.45% de sus ventas netas realizadas en función de su utilidad, puesto que el nivel de endeudamiento es alto ya que no sobrepasa el 60%. Además, tiene liquidez para poder hacer frente a sus deudas, es decir hay una solvencia; en cuanto a los inventarios, rotan muy poco ya que no existe movimiento de la cuenta, de igual forma, cuenta con el suficiente capital para continuar con el giro del negocio.

3.4.2 Población y muestra

Para Arias (2017) define población” un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”. (p.81)

Tamayo. (2016), define la muestra como: el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada. (p. 176)

Para este proyecto se consultó a la población que fueron 8 personas que conforman el área ventas de la empresa Sartol S.A Por tanto, la muestra fue 1 contador, 1 supervisor de talento humano y 6 personas del área operativa (ventas). Esta población es finita y pequeña, por esta razón no se calculó muestra, es decir, se consultó a la población.

3.4.3 Encuesta

Pregunta 1: ¿Considera usted que el desempeño del departamento de ventas en la actualidad es eficiente?

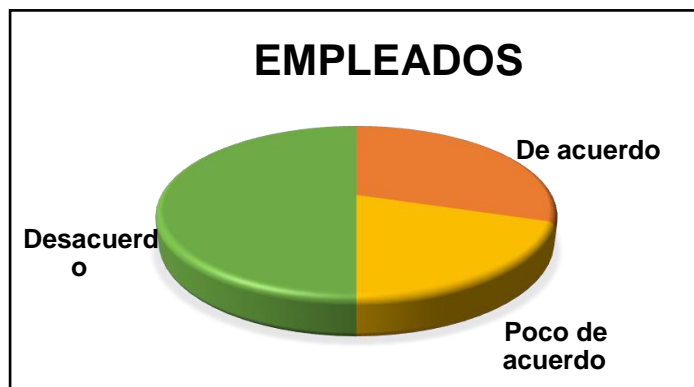
Tabla 3 pregunta 1

	Empleados	Porcentaje
De acuerdo	3	30%
Poco de acuerdo	2	20%
Desacuerdo	5	50%
Total	10	100%

Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Figura 2

2 Resultado de la Pregunta 1



Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Análisis e interpretación

Del total de los encuestados el 30% están de acuerdo que el desempeño del departamento de ventas es eficiente, mientras que el 20% le desinteresa si el desempeño es eficiente o no, y el 50% dice que no está de acuerdo que el desempeño del departamento de ventas sea eficiente porque consideran que existen fallas con respecto en el desempeño al momento de ejecutar las ventas, debido a la descoordinación que existe dentro del proceso de ventas como por ejemplo el no archivar la documentación sustentadora para la facturación.

Pregunta 2 ¿Cree usted que el departamento de ventas y cobranzas debería reformular sus objetivos de acuerdo a las necesidades actuales de la empresa?

Tabla 4 pregunta 2

	Empleados	Porcentaje
De acuerdo	4	40%
Poco de acuerdo	2	20%
Desacuerdo	4	40%
Total	10	100%

Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Figura 3

3 Resultado de la pregunta 2



Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Análisis e interpretación

Del total de los encuestados el 40% están de acuerdo que se reformulen los objetivos del departamento de ventas y cobranza, mientras que el 20% le desinteresa que se reformulen los objetivos del departamento de ventas y cobranza y el 40% dice que no está de acuerdo que se reformulen los objetivos del departamento de ventas y cobranza. Es importante acotar que la respuesta negativa de estas preguntas se debe a que en el momento de planificar y llevar a cabo las ventas estas se ven afectadas por la manipulación y distracción del personal en actividades diferentes a las de sus puestos asignados.

Pregunta 3 ¿Considera usted que las políticas de ventas – créditos y cobranzas actuales son las adecuadas para el logro de los objetivos de la empresa?

Tabla 5 pregunta 3

	Empleados	Porcentaje
De acuerdo	7	70%
Poco de acuerdo	2	20%
Desacuerdo	1	10%
Total	10	100%

Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Figura 4

4 Resultado de la pregunta 3



Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Análisis e interpretación

Del total de los encuestados el 70% están de acuerdo que las políticas de ventas – créditos y cobranzas actuales son las adecuadas para el logro de los objetivos de la empresa, mientras que el 20% le indiferente que las políticas de ventas – créditos y cobranzas actuales sean las adecuadas y el 10% dice que no está de acuerdo que las políticas de ventas – créditos y cobranzas actuales serían las adecuadas para el logro de los objetivos de la empresa ya que este porcentaje cree que estas políticas no conducen hacia los objetivos planteados para el área ventas.

Pregunta 4 ¿Cree usted que se deberían realizar reportes diarios de cómo se está manejando el área de ventas para así identificar posibles deficiencias que podría estar teniendo el proceso de ventas y cobranzas?

Tabla 6 pregunta 4

	Empleados	Porcentaje
De acuerdo	8	80%
Poco de acuerdo	2	20%
Desacuerdo	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Figura 5

5 Resultado de la pregunta 4



Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Análisis e Interpretación

Del total de los encuestados el 80% están de acuerdo que se deberían realizar reportes diarios de cómo se está manejando el área de ventas para así identificar posibles fallas que podría estar teniendo el proceso de ventas y cobranzas, también acotan los empleados que no se realizan evaluaciones en el proceso de ventas por ende no se identifican los errores que puedan existir tanto en el personal como en las actividades, mientras que el 20% tiene un desinterés que se deberían realizar reportes diarios de cómo se está manejando el área de ventas para así identificar posibles fallas que podría estar teniendo el proceso de ventas y cobranzas y nadie estuvo en desacuerdo. Esta podría ser una estrategia para identificar posibles errores que podría estar cometiendo el personal de ventas y a su vez ayudaría a corregirlas de una forma inmediata.

Pregunta 5 ¿Cree usted que el sistema de cobranzas que está actualmente en la empresa es el adecuado?

Tabla 7 pregunta 5

	Empleados	Porcentaje
De acuerdo	2	20%
Poco de acuerdo	8	80%
Desacuerdo	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Figura 6

6 Resultado de la pregunta 5



Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Análisis e Interpretación

Del total de los encuestados el 20% están de acuerdo con el sistema de cobranzas que está actualmente en la empresa es el adecuado, sin embargo, al 80% no le parece que sea adecuado, porque según los empleados existen falencias al momento de ejecutar las cobranzas, porque no tienen poder de decisión en función de las tareas establecidas, puesto que la recuperación de la cartera de crédito se realiza sin ninguna planificación y clasificación y no se maneja ningún ciclo o periodo de cobro que establezca fechas de vencimientos.

Pregunta 6 ¿Cree que es necesario reestructurar el control interno en el área de ventas para mejorar la rentabilidad?

Tabla 8 pregunta 6

	Empleados	Porcentaje
De acuerdo	10	100%
Poco de acuerdo	0	0%
Desacuerdo	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Figura 7

7 Resultado de la pregunta 6



Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Análisis e Interpretación

Del total de los encuestados el 100% está de acuerdo en que es necesario reestructurar el control interno en el área de ventas para mejorar la rentabilidad. La gran mayoría de los encuestados sugieren que debe existir un mejor control interno de las ventas lo que ayudará a la empresa a mejorar los índices de rentabilidad y mejorar su posición frente a la competencia.

Pregunta 7: ¿Cree que la rentabilidad incide directamente en la liquidez de la empresa?

Tabla 9 pregunta 7

	Empleados	Porcentaje
De acuerdo	10	100%
Poco de acuerdo	0	0%
Desacuerdo	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Figura 8

8 Resultado de la pregunta 7



Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Análisis e Interpretación

De acuerdo con la figura expuesta se puede evidenciar que el 100% de los encuestados están de acuerdo en que la rentabilidad incide directamente en la liquidez de la empresa, asegurando que los índices de rentabilidad influyen directamente a los índices de liquidez de la empresa ya que esto se relaciona directamente con las ventas, y al no tener ventas frecuentes o no establecer controles internos de ventas que permitan el aumento de dichas, la rentabilidad será baja y la liquidez también.

3.4.4 Encuesta

Tabla 10 Cuestionario de control interno ventas

CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO VENTAS							
No.	Preguntas	Respuestas			Pon d	Cal f	Observación
		Si	No	En part e			
AMBIENTE DE CONTROL INTERNO							
1	¿Cuenta SARTOLS.A con un reglamento interno?	X			10	10	
2	¿Se aplica sanciones disciplinarias de acuerdo a lo previsto en el reglamento	X			10	10	Las sanciones son notificadas mediante memorándums.

	interno?						
3	¿La empresa cuenta con un organigrama?	X			10	10	Actualmente el diseño del organigrama se encuentra en rediseño.
4	¿La estructura organizacional está de acuerdo a las necesidades de la empresa	X			10	10	
5	¿Existe un sistema adecuado para la selección del personal?			X	10	6	
6	¿Existe la suficiente delegación de funciones y responsabilidades?	X			10	10	
7	¿Posee la empresa un manual de políticas y procedimientos para ventas?	X			10	10	

8	¿Los vendedores tienen los conocimientos necesarios para desempeñar una actividad?			X	10	4	
9	¿Algún cliente ha denunciado a los vendedores por acciones inapropiadas?			X	10	3	Las denuncias han sido originadas por los choferes
10	¿El personal de ventas se encuentra capacitado para el desenvolvimiento y exigencias del proceso de ventas?			X	10	3	Todos no están capacitados.
11	¿La empresa motiva de alguna forma al personal de ventas?	X			10	10	Las comisiones.
ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS							
12	¿La empresa cuenta con una planificación estratégica?		X		10	0	Actualmente se está trabajando en esto.

13	¿Los objetivos específicos que quiere alcanzar la organización son difundidos al personal de la empresa?	X			10	10	
14	¿El POA es evaluado con el propósito de cumplir los objetivos de la organización?		X		10	0	
15	¿Se han formulado objetivos específicos para ventas?		X		10	0	
IDENTIFICACIÓN DE EVENTOS							
16	¿La dirección de la empresa se anticipa a los posibles riesgos internos y externos?	X			10	10	
17	¿Se han determinado las técnicas para la identificación de eventos a nivel de la entidad estableciendo		X		10	0	

	los responsables, el alcance y la oportunidad de su aplicación?						
18	¿Se realiza de forma periódica la constatación física de los materiales en las bodegas?			X	10	5	
19	¿Utilizan órdenes de pedido diseñados por el departamento de ventas pre numerados?			X	10	5	Del 100% unos 50% son hechos bajo pedido ya que muchas veces se hace por medio de llamadas.
20	¿El jefe de ventas participa en la identificación de eventos?	X			10	10	
21	¿Cuándo existe una controversia la dirección la analiza inmediatamente ?		X		10	0	

22	¿La empresa ha analizado las preferencias de los clientes en marcas y precios?	X			10	10	Las llantas, baterías y lubricantes.
23	¿Se realizan periódicamente inventarios físicos por líneas de productos, tipos, presentaciones, rotación, etc.?			X	10	3	Una persona se encargaba de realizar, pero en la matriz no se hace muy seguido.
24	¿Al realizar una venta a crédito se verifican los datos del cliente antes de otorgar créditos?	X			10	10	
EVALUACIÓN DE RIESGOS							
25	¿SARTOL S.A cuenta con el personal designado para proteger los documentos de las ventas?	X			10	10	

26	¿En las ventas existe una persona encargada de la supervisión para el correcto cumplimiento del proceso?	X			10	10	
27	¿El coordinador de logística verifica que la mercadería separada corresponda a la que está en la orden de pedido?			X	10	4	No al 100%
28	¿El facturador revisa la orden de pedido contra las existencias de inventarios?	X			10	10	
29	¿Quién recibe la mercadería informa sobre las novedades (faltantes, daños, etc.)?			X	10	5	
30	¿A los nuevos productos para la venta se les evalúan los	X			10	10	

	riesgos?						
RESPUESTA A LOS RIESGOS							
31	¿Se encuentran restringidos el acceso a las bodegas a personal no autorizado?	X			10	10	
32	¿Se realiza una adecuada supervisión y evaluación en las debilidades para reducir el riesgo?		X		10	0	
33	¿Se compara las cantidades pedidas con las facturadas, como forma de control?	X			10	10	
34	¿SARTOL S.A cuenta con planes de contingencia para ventas?		X		10	0	
35	¿Existen normas o sistemas de control en relación a la protección de	X			10	10	

	los inventarios?						
36	¿El área de ventas emite reportes a gerencias para que sean revisadas y controladas?			X	10	4	
37	¿Se realizan análisis estadísticos de las ventas realizadas por vendedor?			X	10	3	Usualmente realizan análisis.
38	¿Se realizan análisis estadísticos de los cobros realizados por los vendedores?		X		10	0	
39	¿Se llevan estadísticas periódicas de los vencimientos de cartera por cliente/vendedor?			X	10	5	
ACTIVIDADES DE CONTROL							

40	¿La empresa realiza evaluaciones de desempeño al personal de ventas?		X		10	0	
41	¿La empresa implanta mecanismos de control para disminuir los riesgos y alcanzar los objetivos?		X		10	0	
42	¿La función de ventas está separada de la función de compra?		X		10	0	La misma persona que compra supervisa la venta.
43	¿Garantizan el cobro de la mercadería enviada a través de los pedidos previamente documentados los procedimientos y controles que realiza la empresa?			X	10	6	

44	¿Se requiere la aprobación de gerencia antes de permitir el acceso de particulares a la base de datos?			X	10	4	Esta aprobación también es realizada por el jefe de ventas.
45	¿Se realizan actividades de control suficientes para asegurar la protección física de la información de la entidad?		X		10	0	
46	¿Los procedimientos de ventas incluyen actividades de supervisión durante el desarrollo de las operaciones?		X		10	0	
47	¿Se realizan confirmaciones de saldos cortadas a una fecha específica en base a	X			10	10	Actualmente se lo realiza vía telefónica.

	muestras?						
48	¿Se realizan llamadas a los clientes para verificar que no se realizan pedidos ficticios, reclamos, quejas, etc.?		X		10	0	
49	¿Se realizan cierres de caja diarios conciliando las facturas de ventas emitidas contra el dinero en efectivo recibido?			X	10	5	El 50% ventas crédito.
50	¿Se lleva control secuencial de las facturas de ventas canceladas en efectivo?		X		10	0	
51	¿Se lleva control de los comprobantes de retenciones emitidos y		X		10	0	

	recibidos?						
52	¿Se realiza el depósito del efectivo recibido por las ventas al día siguiente?	X			10	10	
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN							
53	¿La comunicación entre las diferentes áreas de la empresa es ágil y rápida?		X		10	0	
54	¿El gerente ha dispuesto a todo el personal la responsabilidad de compartir la información con fines de gestión y control?	X			10	10	
55	¿La información dentro de ventas es formal?	X			10	10	

56	¿Existen resguardos apropiados de la información contra alteraciones, pérdida y falta de confidencialidad?	X			10	10	Política de confidencialidad del departamento de cobranza.
57	¿Los vendedores proporcionan información oportuna a los clientes acerca de sus productos?			X	10	2	
58	¿Los vendedores informan a la administración sobre inconvenientes con los clientes?		X		10	0	
59	¿Los usuarios del sistema de información están conformes con la confiabilidad y oportunidad de los informes que emiten los		X		10	0	El sistema es demasiado lento al momento de emitir los reportes.

	sistemas?						
60	¿Se entregan listados de nuevos precios y productos a los vendedores?			X	10	3	No siempre se realizan estas actualizaciones.
61	¿Existen reuniones entre los departamentos de ventas y financiero para planificar las próximas ventas?		X		10	0	
62	¿Se actualiza permanentemente la página web de la empresa?	X			10	10	
63	¿El jefe de bodega comunica a los departamentos involucrados las novedades acerca de las mercaderías?	X			10	10	

	enviadas (faltantes, sobrantes, daños, etc.)?						
64	¿El departamento de ventas remite al departamento de contabilidad inmediatamente la factura de ventas?	X			10	10	Primero se hace el ingreso al sistema y luego se envía.
SUPERVISIÓN Y MONITOREO							
65	¿Existe una persona que supervise que se cumpla el proceso en ventas?		X		10	0	
66	¿La Gerencia realiza supervisiones rutinarias para identificar deficiencias en el proceso de ventas?		X		10	0	
67	¿La empresa ha realizado monitoreo de operaciones		X		10	0	

	mediante evaluaciones individuales?						
68	¿Se recibe oportunamente la orden de pedido desde el departamento de ventas para proceder con la separación, embalaje y despacho de las mercaderías vendidas?	X			10	10	
69	¿Se han realizado auditorías anteriormente?	X			10	10	Solamente auditorías contables
70	¿Se ha tomado en cuenta resultados de auditorías anteriores?			X	10	3	
71	¿Existen planes de acción correctivos para el personal?		X		10	0	Se hacen informes, con las respectivas observaciones.
72	¿Los informes de auditorías externas son remitidos a todos los		X		10	0	Se comunica solamente el estado.

	departamentos ?						
	TOTAL				720	363	

Elaborado por: Salazar y Toloza, (2024)

Análisis de los Resultados de la Encuesta

El análisis de los resultados de la encuesta revela varias conclusiones clave sobre el departamento de ventas de la empresa Sartol S.A.

Eficiencia del departamento de ventas: El 50% de los encuestados opina que el departamento de ventas no es eficiente, mencionando problemas como la falta de coordinación y el archivado incorrecto de la documentación. Solo el 30% estuvo de acuerdo con la eficiencia del departamento.

Necesidad de reformular objetivos: Un 40% de los encuestados considera que es necesario reformular los objetivos del departamento de ventas y cobranzas para alinearse mejor con las necesidades actuales de la empresa.

Adecuación de las políticas actuales: El 70% de los encuestados cree que las políticas de ventas, créditos y cobranzas actuales son adecuadas para lograr los objetivos de la empresa, aunque un 20% muestra indiferencia, y el 10% considera que no son suficientes.

Reestructuración del control interno: Todos los encuestados (100%) están de acuerdo en que es necesario reestructurar el control interno en el área de ventas para mejorar la rentabilidad.

El análisis indica que hay un consenso general sobre la importancia de mejorar tanto la gestión interna como la eficiencia operativa para aumentar la rentabilidad y competitividad de la empresa.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA O INFORME

Una propuesta de mejora en la gestión de control interno dentro de Sartol S.A., enfocada en el área de ventas, es crucial para enfrentar los desafíos actuales en cuanto a la rentabilidad, la eficiencia operativa y la fiabilidad de los informes financieros. La propuesta, basada en marcos de referencia como COSO, busca la implementación de controles más estrictos que permitirán a la empresa maximizar su rentabilidad y minimizar las pérdidas operativas y errores contables.

4.1 Objetivo de la Propuesta:

Implementar un sistema de control interno que optimice el área de ventas, mejorando los procesos de registro, cobros, facturación y seguimiento de inventarios, y asegurando la eficiencia operativa y el cumplimiento normativo.

4.2 Diagnóstico de la Situación Actual

En Sartol S.A., el área de ventas enfrenta varios problemas relacionados con la falta de control interno efectivo. En primer lugar, no existe una estandarización en los procesos, lo que lleva a errores frecuentes en los registros de ventas, inconsistencias en el inventario y problemas de facturación. Esto afecta directamente la rentabilidad de la empresa, ya que los procesos ineficientes llevan a la pérdida de ingresos y a una mayor insatisfacción de los clientes.

4.3 Debilidades Identificadas

Inexistencia de procedimientos formalizados: Actualmente, el personal de ventas trabaja sin un marco normativo claro que guíe las actividades, lo que permite que algunos empleados operen de manera informal.

Falta de integración tecnológica: Aunque Sartol S.A. utiliza algunos sistemas básicos de registro, estos no están integrados de manera efectiva, lo que ocasiona errores en el manejo del inventario, cobros y facturación.

Control deficiente del inventario: Debido a la falta de un sistema automatizado de control de inventarios, existen problemas recurrentes con productos que no están disponibles para la venta o productos obsoletos que permanecen en los almacenes.

4.4 Impacto de las Deficiencias en la Rentabilidad

La ausencia de un sistema sólido de control interno en el área de ventas tiene un efecto negativo en la rentabilidad. Por ejemplo, la falta de un adecuado sistema de gestión de inventarios puede resultar en la pérdida de ventas debido a la falta de productos, mientras que el mal manejo de los registros contables puede llevar a la subestimación o sobre estimación de los ingresos y gastos, afectando directamente la rentabilidad de Sartol S.A. Además, los problemas de cobro a los clientes, derivados de la falta de control sobre las cuentas por cobrar, generan problemas de liquidez que dificultan el flujo de caja necesario para las operaciones diarias.

4.5 Estandarización de los Procesos

Para mejorar el control interno, es esencial que Sartol S.A. implemente un conjunto de procedimientos estandarizados que regule todas las actividades del área de ventas, desde la recepción de pedidos hasta el seguimiento postventa y la facturación.

4.5.1 Formalización de Políticas y Procedimientos:

Todos los empleados del área de ventas deben seguir un manual de procedimientos que incluya pautas claras para la recepción de pedidos, el control de inventarios, la facturación y los cobros.

Se recomienda desarrollar un Manual de Procedimientos Operativos que cubra cada una de las fases del proceso de ventas, incluyendo diagramas de flujo que muestren cómo deben interactuar los diferentes departamentos para garantizar una coordinación efectiva.

4.5.2 Implementación de Controles de Autorización:

Se sugiere que todos los descuentos, créditos o condiciones especiales ofrecidos a los clientes pasen por un proceso de autorización con un supervisor, lo que reduce el riesgo de otorgar condiciones desfavorables para la empresa sin el debido análisis.

Documentación Rigurosa: Cada transacción debe estar respaldada por la documentación adecuada, que se archive de manera electrónica y física. Esto asegura que las auditorías internas y externas tengan acceso a un registro preciso y detallado.

4.6 Implementación de Tecnología

El uso de tecnologías avanzadas es clave para asegurar un control interno efectivo y eficiente. La propuesta incluye la implementación de un sistema de gestión integrado como un ERP (Enterprise Resource Planning), que permita gestionar de manera unificada las ventas, los inventarios y las cuentas por cobrar.

Integración de ERP: Un sistema ERP permitirá que todas las áreas de la empresa, incluyendo ventas, finanzas y operaciones, trabajen de manera sincronizada. Esto no solo evitará duplicaciones y errores, sino que también facilitará la toma de decisiones con base en datos precisos y en tiempo real.

El sistema ERP automatizará tareas como la facturación, el registro de ventas y el control de inventarios, lo que reducirá los errores manuales y permitirá a la gerencia tener una visión más clara de las operaciones.

Seguimiento de Inventarios en Tiempo Real: Al implementar un sistema de seguimiento en tiempo real, Sartol S.A. podrá controlar de manera efectiva su inventario, evitando tanto el sobrestock como la falta de productos. Esto optimiza el flujo de ventas y mejora la relación con los clientes al garantizar la disponibilidad de productos.

4.7 Capacitación del Personal

Una parte esencial de la propuesta es la capacitación continua del personal para asegurar que los empleados no solo comprendan, sino que también sigan los nuevos procedimientos y usen de manera efectiva las herramientas tecnológicas implementadas.

4.7.1 Formación en Control Interno:

Se debe realizar un programa de capacitación que enseñe a los empleados la importancia del control interno y cómo su cumplimiento impacta en la rentabilidad y la sostenibilidad de la empresa.

4.7.2 Capacitación Tecnológica:

El personal de ventas debe recibir formación específica sobre el uso del ERP y las demás herramientas tecnológicas implementadas. Esta capacitación debe ser continua para asegurar que los empleados se mantengan actualizados con las mejoras y actualizaciones del sistema.

4.7.3 Evaluación del Desempeño:

Se recomienda establecer un sistema de evaluación del desempeño que permita medir el grado de adherencia del personal a los nuevos procedimientos y herramientas. Los empleados que demuestren un manejo eficaz del sistema pueden ser incentivados, mientras que aquellos que presenten dificultades recibirán formación adicional.

4.8 Resultados Esperados y Beneficios de la Implementación

La implementación de estas mejoras en el área de ventas de Sartol S.A. producirá una serie de beneficios que impactarán directamente en la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y, sobre todo, en la rentabilidad de la empresa.

4.9 Mejora en la Fiabilidad de la Información Financiera

Con un sistema de control interno más robusto, los informes financieros serán mucho más precisos y fiables. Esto permitirá a la alta gerencia tomar decisiones más informadas, basadas en datos actualizados y correctos. Además, un sistema de control eficiente reducirá los errores en los registros de ventas, lo que mejorará la presentación de los estados financieros y facilitará las auditorías.

4.10 Incremento de la Rentabilidad

Uno de los objetivos clave de esta propuesta es mejorar la rentabilidad de Sartol S.A. a través de la reducción de errores operativos, el mejor manejo de inventarios y la optimización de las ventas. Al tener un mayor control sobre los procesos de ventas, la empresa podrá reducir pérdidas por productos obsoletos, mejorar los tiempos de respuesta a los clientes y evitar problemas con la facturación y los cobros.

4.11 Optimización del Flujo de Caja

Al mejorar los controles sobre las cuentas por cobrar, Sartol S.A. podrá optimizar su flujo de caja, lo que le permitirá cumplir con sus obligaciones financieras de manera más eficiente. La implementación de un sistema que automatice los recordatorios de cobro y realice un seguimiento estricto de las cuentas pendientes reducirá los retrasos en los pagos y mejorará la liquidez de la empresa.

4.12 Reducción de Riesgos Operativos

Con un control más estricto sobre las operaciones de ventas y el inventario, se reducirán los riesgos operativos, como la pérdida de mercancía, el robo o el deterioro de productos. Además, la implementación de auditorías internas regulares permitirá detectar y corregir posibles errores o fraudes antes de que estos tengan un impacto significativo en la rentabilidad de la empresa.

CONCLUSIONES

- El desempeño actual del departamento de ventas es deficiente, ya que existen fallas al momento de la ejecución de las ventas, no se maneja alguna coordinación para los procesos y no se mantiene un orden mientras se realizan las actividades de facturación.
- Los objetivos del departamento de ventas y cobranzas no son los adecuados para las situaciones con las que se manejan en la actualidad, no se ejecutan como deberían y no cuentan con la supervisión de las actividades que se deben realizar, por lo que las ventas se ven afectadas por la distracción del personal. De la misma forma, las políticas de ventas créditos y cobranza y sus objetivos no están planteados con claridad para los trabajadores, quienes presentan confusión ante las políticas planteadas para el logro de objetivos.
- No se lleva ningún control diario de cómo se maneja y reporta el área de ventas, por lo que no se conoce con exactitud el grado de falencia que se presenta con los trabajadores. El sistema de cobranza no cuenta con el sistema adecuado, ya que existen falencias al momento de ejecución, sin poder de decisión de acuerdo con las tareas ya establecidas y no se cuenta con un ciclo establecido para establecer las fechas de vencimiento.
- No existe una buena organización en general, por lo que con frecuencia el personal se ve confundido de acuerdo a cuáles son las actividades a realizar para su puesto, afectando el tiempo de los procesos, la respuesta y el resultado final de los mismos.

RECOMENDACIONES

- Crear y mantener diarios de las actividades que se realizan en el departamento de ventas, las cuales deben ser revisadas periódicamente para evitar que existan fallos por tiempo prolongado. De la misma forma, se debe supervisar que los diarios cuentan con un formato uniforme para mantener la sincronía, capacitando al personal sobre su llenado y aplicando metodologías o herramientas en dicho diario de registro que permita un manejo total de los mismos.
- Capacitaciones periódicas sobre las herramientas de registro y control de ventas, con las cuales se expliquen las nuevas tecnologías aplicadas, así como la información necesaria para hacer de los procesos uno más eficiente y eficaz.
- Elaboración de manuales de funcionamiento sobre las diferentes áreas de la empresa, de atención al cliente, de procesos internos de producción, logística, estadísticas y demás de acuerdo sea necesario.
- Reestructurar el departamento de venta de acuerdo con las fallas presentadas actuales, cuáles son las soluciones y cuáles son los agentes involucrados en la misma, mejorando el desempeño y la rentabilidad.
- Plasmar a nivel general de la empresa cuales son los objetivos a corto, mediano y largo plazo, para de esta forma crear estrategias y herramientas que permitan el alcance de las mismas, identificando las situaciones que se pueden presentar, quienes serán los participantes, cuáles serán las actividades a realizar y cuál será el control que se tendrá para el cumplimiento de las mismas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, A. (2016). *Evaluación del control interno de inventarios para la venta*. Obtenido de [Tesis de grado] Universidad Técnica de Machala.
- Aguirre, R. A. (2017). *La importancia del control en las pequeñas y medianas empresas en México*. Obtenido de Revista El Buzón de Pacoli:
https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no76/68d_la_importancia_del_control_interno_en_las_pequeñas_y_medianas_empresas_en_mexicox.pdf.
- Cantero, H. y. (2016). La rentabilidad económica, un factor para alcanzar la eficiencia empresarial. *Ciencias Holguín*, 1-17.
- Capote, C. (2019). El control interno y el control. *Revista Economía y Desarrollo*, 31-69.
- Chacón, G. (2015). *La contabilidad de costos, los sistemas de control de gestión y la rentabilidad empresarial. Actualidad Contable Faces*. .
- Commission, C. o. (2013). *Internal Control - Integrated Framework (Executive Summary)*. . Obtenido de <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/COSO-Sesion1.pdf>
- Commission, C. o. (2017). *Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission (COSO)*. Obtenido de <https://www.coso.org/Documents/2017-Coso-Erm-Integrating-with-strategy-and-performance-executive-summary.pdf>
- Córdova, S. (s.f.). *Coso control interno: Historia, Evolución, Descripción y Aplicación de sus Componentes*. Obtenido de [Tesis doctoral, Universidad Ricardo Palma] .
- Díaz, P. ,. (2021). *El control interno en las Pymes: Caso Empresa Noble L.G.A. Visionario digital*. . Obtenido de <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v5i2.1641>

- Estupiñan, R. (. (s.f.). *Control interno y fraude*. Obtenido de https://www.academia.edu/37046081/Control_Interno_y_Fraudes_2da_edici%C3%B3n
- Gaitán, R. y. (2015). *Control interno y fraudes: analisis de informe COSO I, II Y III con base en los ciclos transaccionales*. Recuperado el Julio de 2024, de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=qcO4DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT18&dq=historia+del+control+interno+&ots=MGcrzsppn&sig=LJs6Oyo5EB2irYPMuRg8guk43jo#v=onepage&q=historia%20del%20control%20interno&f=false>
- Gamboa, P. P. (2016). Importancia del control interno en el sector público. *Dialnet.*, 487-502.
- Gómez, M. y. (2019). *Control interno*. Obtenido de [Tesis de grado]. Universidad nacional de Tucumán
- Guajardo, G. (2016). *Contabilidad financiera*. Mc Graw Hill, 536-545. .
- Isaza, S. (2018). *Control interno y sistema de gestión de Calidad*. Ediciones de la U.
- Lira B. (2015). *Finanzas y Financiamiento*. The American economic.
- Lopez, C. (2019). *La rentabilidad: análisis de costes y resultados*. ESIC Editorial. 30-72.
- López, J. (2018). *El control interno en el Sector publico Ecuatoriano. Caso de Estudio: gobiernos autónomos descentralizados cantonales de Morona Santiago*. Scielo Analytics.
- M.E, G. (2017). El apalancamiento financiero: de cómo un aumento del endeudamiento puede mejorar la rentabilidad financiera de una empresa. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 71-91.
- Mancero, M. A. (2019). *Modelo d control interno para pymes en base al informe coso-erm*. Obtenido de Instituto de Investigaciones Transdisciplinarias Ecuador.: <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/375/775>

- Mantilla y Mantilla. (2013). *Samuel Alberto Mantilla B.* Pamplona : Ecoediciones.
- Mantilla, S. A. (2018). *Control interno (Informe Coso)*. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2018/04/Auditori%CC%81a-delControl-Interno-4ed.pdf>
- Mendoza, Z. G. (2018). El control interno y su influencia en la gestión administrativa del sector público. *Dialnet*, 206-240.
- Montoya, O. (2016). *Visión integral del control interno TT-Integral vision of internal control* *Visión global de controle interne* *Visão integral do controle interno. Contaduría* . Obtenido de Contaduría Universidad de Antioquia: <https://search.proquest.com/docview/1927854811?accountid=45097>
- Morillo, M. (2019). *Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/257/25700404.pdf>
- Navarro, F. &. (2016). El control interno en los procesos de producción de industria litográfica en Barranquilla. *Equidad y Desarrollo* (25, 245-267.
- Pacheco, J. C. (2016). *Indicadores Integrales de Gestión*. al Mc Graw Hill. 77-85. .
- Pelayo, M. y. (2018). La supervisión del control interno en el área de refacciones de empresa dedicada a la compra venta de maquinaria agrícola, refacciones y taller de servicio. *Visión Contable*, 28-51.
- Pilaloa A., y. O. (2016). *Control interno al área de ventas para mejorar la rentabilidad en Borletí SA*. Obtenido de [Tesis de grado]. Universidad de Guayaquil.
- Quinaluisa N, G. M. (s.f.). *Evaluación del sistema de control interno en empresas privadas*. Obtenido de Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial: https://www.ecorfan.org/spain/researchjournals/Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial/vol3num8/Revista_de_Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial_V3_N8_3.pdf
- Quinaluisa, N. P. (2018). *El control interno y sus herramientas de aplicación entre Coso y Coco*. Obtenido de Cofin Habana: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612018000100018

- Rojas Quijano, Z. G. (2017). *La gestión de Ventas y la Rentabilidad*.
- S, C. D. (2019). *El control de inventarios y su incidencia en la rentabilidad de las empresas del sector ferretero, distrito Mariano Melgar - Arequipa, 2018*.
Obtenido de [Tesis de grado]. Universidad Tecnológica de Peru.
- Sajami, C. M. (220). La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una empresa industrial. *Investigación Valor Contable*, 50-64.
- Sánchez, J. (2017). *Análisis de Rentabilidad de la empresa*. Obtenido de Moneda y Crédito: 3-24.
- Ubillus, J. T. (2016). El control interno como herramienta eficiente en las pymes de la ciudad de Portoviejo. *ECA Sinergia*. , 8-15
<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/378/298> .
- Vega, C. y. (2016). Procedimiento para la Gestión de la Supervisión y Monitoreo del Control Interno. *Ciencias Holguín.*, 1-19.
- Vivanco, V. (2016). Los manuales de procedimientos como herramientas de control interno de una organización. *Revista Scielo*, 247-252.
- Vivanco, V. (2017). Los manuales de procedimientos como herramientas de control interno de una organización. *Universidad Y Sociedad*, 9(3), 247-252.

ANEXOS

Anexo 1 Modelo de Encuesta

Escala

De acuerdo

Poco de acuerdo

Desacuerdo

Pregunta 1: ¿Considera usted que el desempeño del departamento de ventas en la actualidad es eficiente?

Pregunta 2 ¿Cree usted que el departamento de ventas y cobranzas debería reformular sus objetivos de acuerdo a las necesidades actuales de la empresa?

Pregunta 3 ¿Considera usted que las políticas de ventas - créditos y cobranzas actuales son las adecuadas para el logro de los objetivos de la empresa?

Pregunta 4 ¿Cree usted que se deberían realizar reportes diarios de cómo se está manejando el área de ventas para así identificar posibles deficiencias que podría estar teniendo el proceso de ventas y cobranzas?

Pregunta 5 ¿Cree usted que el sistema de cobranzas que está actualmente en la empresa es el adecuado?

Pregunta 6 ¿Cree que es necesario reestructurar el control interno en el área de ventas para mejorar la rentabilidad?

Pregunta 7: ¿Cree que la rentabilidad incide directamente en la liquidez de la empresa?

CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO VENTAS							
No.	Preguntas	Respuestas			Pond	Calf	Observación
		Si	No	En parte			
AMBIENTE DE CONTROL INTERNO							
1	¿Cuenta SARTOL S.A con un reglamento interno?				10		
2	¿Se aplica sanciones disciplinarias de acuerdo a lo previsto en el reglamento interno?				10		
3	¿La empresa cuenta con un organigrama?				10		
4	¿La estructura organizacional está de acuerdo a las necesidades de la empresa				10		
5	¿Existe un sistema adecuado para la selección del personal?				10		
6	¿Existe la suficiente delegación de funciones y responsabilidades?				10		
7	¿Posee la empresa un manual de políticas y procedimientos				10		

	para ventas?						
8	¿Los vendedores tienen los conocimientos necesarios para desempeñar una actividad?				10		
9	¿Algún cliente ha denunciado a los vendedores por acciones inapropiadas?				10		
10	¿El personal de ventas se encuentra capacitado para el desenvolvimiento y exigencias del proceso de ventas?				10		
11	¿La empresa motiva de alguna forma al personal de ventas?				10		
ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS							
12	¿La empresa cuenta con una planificación estratégica?				10		
13	¿Los objetivos específicos que quiere alcanzar la organización son difundidos al personal de la empresa?				10		
14	¿El POA es evaluado con el propósito de cumplir los				10		

	objetivos de la organización?						
15	¿Se han formulado objetivos específicos para ventas?		X		10	0	
IDENTIFICACIÓN DE EVENTOS							
16	¿La dirección de la empresa se anticipa a los posibles riesgos internos y externos?				10		
17	¿Se han determinado las técnicas para la identificación de eventos a nivel de la entidad estableciendo los responsables, el alcance y la oportunidad de su aplicación?				10		
18	¿Se realiza de forma periódica la constatación física de los materiales en las bodegas?				10		
19	¿Utilizan órdenes de pedido diseñados por el departamento de ventas pre numerados?				10		
20	¿El jefe de ventas participa en la identificación				10		

	de eventos?						
21	¿Cuándo existe una controversia la dirección la analiza inmediatamente ?				10		
22	¿La empresa ha analizado las preferencias de los clientes en marcas y precios?				10		
23	¿Se realizan periódicamente inventarios físicos por líneas de productos, tipos, presentaciones, rotación, etc.?				10		
24	¿Al realizar una venta a crédito se verifican los datos del cliente antes de otorgar créditos?				10		
EVALUACIÓN DE RIESGOS							
25	¿SARTOL S.A cuenta con el personal designado para proteger los documentos de las ventas?				10		
26	¿En las ventas existe una persona encargada de la supervisión				10		

	para el correcto cumplimiento del proceso?						
27	¿El coordinador de logística verifica que la mercadería separada corresponda a la que está en la orden de pedido?				10		
28	¿El facturador revisa la orden de pedido contra las existencias de inventarios?				10		
29	¿Quién recibe la mercadería informa sobre las novedades (faltantes, daños, etc.)?				10		
30	¿A los nuevos productos para la venta se les evalúan los riesgos?				10		
RESPUESTA A LOS RIESGOS							
31	¿Se encuentran restringidos el acceso a las bodegas a personal no autorizado?				10		
32	¿Se realiza una adecuada supervisión y evaluación en las debilidades para reducir el riesgo?				10		

33	¿Se compara las cantidades pedidas con las facturadas, como forma de control?				10		
34	¿SARTOL S.A cuenta con planes de contingencia para ventas?				10		
35	¿Existen normas o sistemas de control en relación a la protección de los inventarios?				10		
36	¿El área de ventas emite reportes a gerencias para que sean revisadas y controladas?				10		
37	¿Se realizan análisis estadísticos de las ventas realizadas por vendedor?				10		
38	¿Se realizan análisis estadísticos de los cobros realizados por los vendedores?				10		
39	¿Se llevan estadísticas periódicas de los vencimientos de cartera por cliente/vendedor?				10		
ACTIVIDADES DE CONTROL							

40	¿La empresa realiza evaluaciones de desempeño al personal de ventas?				10		
41	¿La empresa implanta mecanismos de control para disminuir los riesgos y alcanzar los objetivos?				10		
42	¿La función de ventas está separada de la función de compra?				10		
43	¿Garantizan el cobro de la mercadería enviada a través de los pedidos previamente documentados los procedimientos y controles que realiza la empresa?				10		
44	¿Se requiere la aprobación de gerencia antes de permitir el acceso de particulares a la base de datos?				10		
45	¿Se realizan actividades de control suficientes para asegurar la protección física de la información de la entidad?				10		

46	¿Los procedimientos de ventas incluyen actividades de supervisión durante el desarrollo de las operaciones?				10		
47	¿Se realizan confirmaciones de saldos cortadas a una fecha específica en base a muestras?				10		
48	¿Se realizan llamadas a los clientes para verificar que no se realizan pedidos ficticios, reclamos, quejas, etc.?				10		
49	¿Se realizan cierres de caja diarios conciliando las facturas de ventas emitidas contra el dinero en efectivo recibido?				10		
50	¿Se lleva control secuencial de las facturas de ventas canceladas en efectivo?				10		
51	¿Se lleva control de los comprobantes de				10		

	retenciones emitidos y recibidos?						
52	¿Se realiza el depósito del efectivo recibido por las ventas al día siguiente?				10		
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN							
53	¿La comunicación entre las diferentes áreas de la empresa es ágil y rápida?				10		
54	¿El gerente ha dispuesto a todo el personal la responsabilidad de compartir la información con fines de gestión y control?				10		
55	¿La información dentro de ventas es formal?				10		
56	¿Existen resguardos apropiados de la información contra alteraciones, pérdida y falta de confidencialidad?				10		

57	¿Los vendedores proporcionan información oportuna a los clientes acerca de sus productos?				10		
58	¿Los vendedores informan a la administración sobre inconvenientes con los clientes?				10		
59	¿Los usuarios del sistema de información están conformes con la confiabilidad y oportunidad de los informes que emiten los sistemas?				10		
60	¿Se entregan listados de nuevos precios y productos a los vendedores?				10		
61	¿Existen reuniones entre los departamentos de ventas y financiero para planificar las próximas ventas?				10		
62	¿Se actualiza permanentemente la página web de la empresa?				10		

63	¿El jefe de bodega comunica a los departamentos involucrados las novedades acerca de las mercaderías enviadas (faltantes, sobrantes, daños, etc.)?				10		
64	¿El departamento de ventas remite al departamento de contabilidad inmediatamente la factura de ventas?				10		
SUPERVISIÓN Y MONITOREO							
65	¿Existe una persona que supervise que se cumpla el proceso en ventas?				10		
66	¿La Gerencia realiza supervisiones rutinarias para identificar deficiencias en el proceso de ventas?				10		
67	¿La empresa ha realizado monitoreo de operaciones mediante evaluaciones individuales?				10		

68	¿Se recibe oportunamente la orden de pedido desde el departamento de ventas para proceder con la separación, embalaje y despacho de las mercaderías vendidas?				10		
69	¿Se han realizado auditorías anteriormente?				10		
70	¿Se ha tomado en cuenta resultados de auditorías anteriores?				10		
71	¿Existen planes de acción correctivos para el personal?				10		
72	¿Los informes de auditorías externas son remitidos a todos los departamentos ?				10		
	TOTAL				720		