



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN CARRERA DE
CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

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

TEMA

**CONTROL INTERNO CONTABLE EN EL ÁREA DE
VENTAS EN LA LUBRICADORA “OMAR” Y SU
INCIDENCIA EN LA TOMA DE DECISIONES.**

TUTOR

**Ing. Com. C.P.A. RICARDO D. SALCEDO LASCANO,
MT**

AUTOR

VILLACIS CORDERO JOSELYNNE CAROLINA

GUAYAQUIL

2025



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Control Interno Contable En El Área De Ventas En La Lubricadora "Omar" y Su Incidencia En La Toma De Decisiones.		
AUTOR/ES: Villacis Cordero Joselyne Carolina	TUTOR: Ing. Com. C.P.A. Ricardo D. Salcedo Lascano, MT	
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Licenciatura en Contabilidad y Auditoría	
FACULTAD: FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN	CARRERA: CONTABILIDAD Y AUDITORIA	
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2025	N. DE PÁGS: 105	
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración		
PALABRAS CLAVE: Control interno, Ventas, Decisiones.		
RESUMEN: En la presente investigación se visualiza un análisis de la incidencia del control interno contable en el área de ventas, para la toma de decisiones. La pyme escogida se dedica a la venta al por mayor y menor de lubricantes, aceites, filtros, etc. de marcas nacionales e internacionales. Al realizar este estudio se identificó, midió y evaluó la información de los procedimientos, funciones y las deficiencias existentes, todos estos datos se obtuvo de las entrevistas realizadas al personal. Luego se realizó un análisis financiero y del diagrama de flujo de proceso de ventas. Con todo esto se concluye que la lubricadora tiene un problema no solo en cómo está llevando su contabilidad si no también en la organización del inventario, por ello las recomendaciones sugeridas son que lleven un sistema contable sistematizado, establecer orden jerárquico, políticas y funciones de acuerdo con el área que se trabaja, con el objetivo de incrementar su rentabilidad.		
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: Villacis Cordero Joselyne Carolina	Teléfono:	E-mail: jvillacisc@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Mgtr. Betty Aguilar Echeverria Teléfono: 2-596500 Ext.201 E-mail: baguilar@ulvr.edu.ec Mgtr. Martha Hernández Armendáriz Telefono:2596500 Ext.285 E-mail: mhernandez@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Villacís / Salcedo

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%	8%	2%	4%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional Mayor de San Marcos Trabajo del estudiante	<1 %
2	theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
3	dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
4	repositorio.uia.ac.cr:8080 Fuente de Internet	<1 %
5	dspace.utb.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
6	mail.ues.edu.sv Fuente de Internet	<1 %
7	Submitted to Universidad de Guayaquil Trabajo del estudiante	<1 %
8	repositorio.umsa.bo Fuente de Internet	<1 %
9	pdfcoffee.com Fuente de Internet	<1 %
10	Submitted to Universidad Americana Trabajo del estudiante	<1 %
11	www.agrotropical.com Fuente de Internet	<1 %
12	livrosdeamor.com.br Fuente de Internet	<1 %

26	dspace.utpl.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
27	pt.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
28	dspace.uazuay.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
29	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
30	repositorio.unac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
31	Submitted to Universidad Tecnológica Indoamerica Trabajo del estudiante	<1 %
32	pesquisa.bvsalud.org Fuente de Internet	<1 %
33	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	<1 %
34	repositorio.unjbg.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
35	www.dspace.espol.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
36	dspace.unach.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
37	www.procapitales.org Fuente de Internet	<1 %
38	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 20 words

Excluir bibliografía

Activo



Firmado electrónicamente por:
RICARDO DAVID
SALCEDO LASCANO

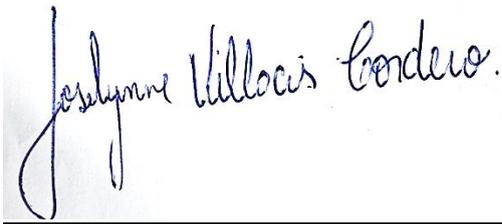
Ing. Com. C.P.A. Ricardo D. Salcedo Lascano, MT
C.C. 0918720798

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El estudiante egresado **JOSELYNNE CAROLINA VILLACIS CORDERO**, declara bajo juramento, que la autoría del presente Trabajo de Titulación, **CONTROL INTERNO CONTABLE EN EL ÁREA DE VENTAS EN LA LUBRICADORA “OMAR” Y SU INCIDENCIA EN LA TOMA DE DECISIONES**, corresponde totalmente a él suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

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

Autor

A handwritten signature in blue ink that reads "Joselynne Villacis Cordero." The signature is written in a cursive style and is positioned above a horizontal line.

VILLACIS CORDERO JOSELYNNE CAROLINA

C.C.:0950832832

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DOCENTE TUTOR

En mi calidad de docente Tutor del Trabajo de Titulación **Control Interno Contable en el Área de Ventas en la Lubricadora “Omar” y su Incidencia en la Toma de Decisiones**, 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: **Control Interno Contable en el Área de Ventas en la Lubricadora “Omar” y su Incidencia en la Toma de Decisiones**, presentado por la estudiante **Joselyne Carolina Villacís Cordero**, como requisito previo, para optar al Título de Licenciada de Contabilidad y Auditoría, encontrándose apto para su sustentación.



Firmado electrónicamente por:
RICARDO DAVID
SALCEDO LASCANO

Ing. Com. C.P.A. Ricardo D. Salcedo Lascano, MT
C.C. 0918720798

AGRADECIMIENTO

Quiero primero agradecer a Dios por haber sido mi guía en este proceso, por darme sabiduría y fortaleza para enfrentar este largo proceso de etapa universitaria, el camino no ha sido fácil entre altos y bajos y un sin fin de percances después de tantos días y noches de estudio Dios ha sido muy bueno dándome esta recompensa de poder culminar mi carrera.

Así mismo quiero extender el presente agradecimiento a mis padres, quienes me han brindado su apoyo y dedicación incondicional en todo este recorrido, sin duda alguna su presencia y amor hicieron que este proceso fuera mucho más llevadero y estable. Por último, pero no menos importante, de igual manera, quiero agradecer a mis amistades más cercanas quienes han estado brindándome palabras de aliento para no rendirme en este camino hicieron de este tiempo universitario el mejor de mi vida muchas gracias por todo.

DEDICATORIA

Esta dedicatoria es para mí papito Francisco Villacis mi pilar y mi cable a tierra desde que tengo memoria por ser mi complemento para que yo pudiera hoy por hoy vivir estos momentos tan emocionantes en mi vida, por ser mi pilar fundamental en toda mi carrera universitaria y como no también agradecer a mi mamita por su apoyo, por sus consejos para que no abandone el sueño de este título tan anhelado infinitas gracias por jamás dejarme sola y ser lo más importante en mi vida.

A mi hijo Sebastián por entender que mama se tiene que preparar para poderle brindar un mejor por venir, por ser ese impulso de superación en mi vida.

Este logro es para ustedes que son lo más importante en mi vida y para DIOS que jamás me abandono en todo este largo camino AMEN.

RESUMEN

En la presente investigación se visualiza un análisis de la incidencia del control interno contable en el área de ventas, para la toma de decisiones. La pyme escogida se dedica a la venta al por mayor y menor de lubricantes, aceites, filtros, etc. de marcas nacionales e internacionales. Al realizar este estudio se identificó, midió y evaluó la información de los procedimientos, funciones y las deficiencias existentes, todos estos datos se obtuvo de las entrevistas realizadas al personal. luego se realizó un análisis financiero y del diagrama de flujo de proceso de ventas. Con todo esto se concluye que la lubricadora tiene un problema no solo en cómo está llevando su contabilidad si no también en la organización del inventario, por ello las recomendaciones sugeridas son que lleven un sistema contable sistematizado, establecer orden jerárquico, políticas y funciones de acuerdo con el área que se trabaja, con el objetivo de incrementar su rentabilidad.

Palabras claves: análisis, sistema de control interno, auditoría contable, control financiero, evaluación.

ABSTRACT

In this research, an analysis of the incidence of internal accounting control in the sales area is visualized for decision making. The chosen SME is dedicated to the wholesale and retail sale of lubricants, oils, filters, etc. of national and international brands. When carrying out this study, information on procedures, functions and existing deficiencies was identified, measured and evaluated. All this data was obtained from interviews with staff. Then a financial analysis and the sales process flow diagram were carried out. With all this, it is concluded that the lubricator has a problem not only in how it keeps its accounting but also in the organization of the inventory, therefore the suggested recommendations are to have a systematized accounting system, establishing hierarchical order, policies and functions according to the area being worked on, with the aim of increasing its profitability.

Keywords: analysis, internal control system, accounting audit, financial control, evaluation

2.1.13. Toma de decisiones	23
2.2.Marco Conceptual	26
2.2.1. Activo.....	26
2.2.2. Auditoría	26
2.2.3. Asiento Contable	26
2.2.4. Balance de Comprobación	27
2.2.5. Base Imponible.....	27
2.2.6. Cheque.....	27
2.2.7. Control Preventivo.....	27
2.2.8. Cultura Organizacional Ética	27
2.2.9. Cumplimiento Normativo	28
2.2.10. Cuentas por Cobrar.....	28
2.2.11. Cuentas por Pagar	28
2.2.12. Desviación de Recursos	28
2.2.13. Detección de Anomalías	28
2.2.14. Egresos.....	29
2.2.15. Estados Financieros.....	29
2.2.16. Existencias	29
2.2.17. Factura	29
2.2.18. Fraude.....	29
2.2.19. Gestión de Riesgos.....	30
2.2.20. Ingresos	30
2.2.21. Libros Contables	30
2.2.22. Monitoreo de Control Interno.....	30
2.3.Marco Legal	30

2.3.1. Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)	30
2.3.2. Normas Internacionales de Auditoría (NIA) (NIA 315).....	32
2.3.3. Ley de Régimen Tributario Interno	33
2.3.4. Ley Orgánica de Defensa al Consumidor	36
Capítulo III	40
Marco Metodológico.....	40
3.1. Enfoque de la investigación.....	40
3.2. Alcance de la investigación	40
3.3. Técnicas e instrumentos para obtener datos.....	40
3.3.1. Entrevista	40
3.3.2. Observación	41
3.4. Población y muestra	41
3.4.1. Tipo de muestra en investigación cualitativa	41
Capítulo IV	43
Análisis de Resultados.....	43
4.1. Resultados de las herramientas de recolección de datos.....	44
4.1.1. Resultados de la entrevista	44
4.1.2. Resultados de la observación	61
4.1.3. Resultados del Análisis Financiero.....	64
4.1.4. Análisis del diagrama de flujo del proceso de ventas.....	70
4.1.5. Identificación de procedimientos que requieren mejoras en el control interno contable del área de ventas.....	71
4.1.6. Medición del impacto de las deficiencias en el control interno contable sobre la efectividad de las decisiones financieras en el área de ventas.....	73
4.2. Discusión de los Resultados.....	75

CONCLUSIONES	77
RECOMENDACIONES.....	79
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	81
ANEXOS	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de riesgos	12
Tabla 2. Funciones del área de ventas	21
Tabla 3. Prácticas para mejorar la toma de decisiones empresariales	25
Tabla 4. Muestra	42
Tabla 5. Entrevista a Vendedor 1	45
Tabla 6. Entrevista Vendedor 2	48
Tabla 7. Entrevista Vendedor 3	51
Tabla 8. Cuadro comparativo de Entrevista a Vendedores	54
Tabla 9. Entrevista a gerente	57
Tabla 10. Comparativa de Criterio de Gerente Vs Criterio de Vendedores	59
Tabla 11. Resultados de la Observación.....	62
Tabla 12. Estado de situación inicial 2024	66
Tabla 13. Estado de Resultados 2024	67
Tabla 14. Áreas de mejora en el control interno contable del área de ventas ..	72
Tabla 15. Matriz de riesgos	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diagrama de flujo del proceso de ventas	70
---	----

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A. Guía de entrevista.....	87
Anexo B. Ficha de observación.....	89

INTRODUCCIÒN

El control interno contable es un conjunto de procedimientos y políticas diseñados para asegurar la fiabilidad de la información financiera, proteger los activos de la empresa y promover la eficiencia operativa. En este contexto, el control interno desempeña un papel fundamental en la toma de decisiones dentro de las organizaciones, particularmente en áreas clave como el área de ventas.

El control efectivo en esta área no solo contribuye a la transparencia y confiabilidad de los registros contables, sino que también influye directamente en las estrategias comerciales, la gestión de ingresos y la evaluación del desempeño de la empresa.

En la actualidad las empresas cometen el gran error de querer minimizar los gastos a corto plazo, dejando de lado al control interno en las diferentes áreas, sin embargo, si se visualiza a largo plazo esto hace que las pymes caigan en el manejo empírico debilitando los procedimientos, procesos y funciones del personal administrativo y operativo.

La Lubricadora "Omar", una empresa dedicada a la comercialización de lubricantes enfrenta el desafío de gestionar adecuadamente su área de ventas, donde los procesos contables son esenciales para garantizar una correcta facturación, control de inventarios, y evaluación de los resultados. Se evidenciaron problemas económicos y de control interno en todas las áreas, debido a que no se cuenta con visión, misión, organigrama empresarial, no hay reglamentos, manuales que sirvan de directrices para la personal e interfiere en una acertada toma de decisiones.

A través de un estudio exhaustivo, se busca identificar las fortalezas y debilidades del control interno en el área de ventas, así como determinar cómo estas prácticas impactan la eficiencia en la gestión y el proceso decisional de la empresa.

Al proporcionar una visión clara sobre el impacto de un control interno sólido en las operaciones diarias, esta investigación pretende contribuir al mejoramiento continuo de la Lubricadora "Omar", ayudando a optimizar sus procesos contables y, en consecuencia, mejorar la toma de decisiones en el futuro.

Por las razones antes mencionadas este estudio es factible, ya que no solo se identificará sus amenazas, debilidades, sino que se reforzara sus fortalezas y oportunidades, mediante el análisis de la situación contable financiera, el mismo que permitirá realizar correctivos mejore sus ingresos, que cuenten con un adecuado control de inventario y que la satisfacción del cliente sea buena.

CAPITULO I

Diseño de la investigación

1.1. Tema

Control interno contable en el área de ventas en la lubricadora “OMAR” y su incidencia en la toma de decisiones.

1.2. Planteamiento del Problema

Para determinar cuál es la problemática del presente trabajo investigativo es necesario mencionar el inicio de sus actividades económicas y su desarrollo, con la finalidad hallar cuales son los procesos contables que no se están controlando en el área de ventas, interfiriendo así con el incremento de sus ingresos.

La Lubricadora “OMAR” con RUC: 0914257506001 comenzó a atender a sus clientes el 26 de agosto del 2013, es un negocio creado y administrado de forma empírica. Se dedica a la venta al por menor de productos de limpieza, lubricantes y refrigerantes para vehículos automotores y está sujeto al régimen RIMPE.

El problema de este negocio no depende únicamente de la crisis económica y de la inseguridad que estamos viviendo, sino que, sumado a esto, he hallado lo siguiente en el área de ventas:

- No tienen políticas contables.
- Sus registros de transacciones lo realizan de forma empírica.
- Los registros de inventarios no son verificados.
- El propietario no tiene un análisis de resultados que le permita tomar decisiones correctivas en el área de ventas, ya que la información que tiene es básica.

De acuerdo con lo antes mencionado se puede visualizar la necesidad de realizar un estudio del control interno contable en el área de ventas, el cual permita establecer políticas y procedimientos contables, que garanticen la precisión y confiabilidad de la información financiera y operativa, que sirva como una base al momento de tomar decisiones correctivas, las mismas que servirán para obtener un incremento en su margen de ganancias.

1.3. Formulación del Problema

¿De qué manera impacta el control interno contable en la toma de decisiones, cuando no se establecen políticas y procesos en el área de ventas?

1.4. Objetivo General

Analizar la incidencia del control interno contable confiable, en la toma de decisiones.

1.5. Objetivos Específicos

- Evaluar la eficiencia del control interno contable en la precisión de la información utilizada en el área de ventas, para la toma de decisiones.
- Identificar en el área de ventas los procedimientos que se deben mejorar en el control interno contable, que afectan a la calidad de la información financiera y operativa.
- Medir el impacto de las deficiencias en el control interno contable sobre la efectividad de las decisiones financieras en el área de ventas.

1.6. Idea a Defender

El propósito de realizar un control interno es para establecer políticas y procedimientos contables confiables y precisos, los cuales permitan tomar decisiones acertadas, evitando así realizar gastos innecesarios y tener inventario

repetitivo en el área de ventas.

1.7. Línea de Investigación Institucional / Facultad

- Contabilidad, finanzas, auditoría y tributación.

CAPITULO II

Marco Referencial

2.1. Marco teórico

2.1.1. Antecedentes de la Investigación

Con la revisión de algunas fuentes bibliográficas, se desarrolló las bases de las variables participantes del presente trabajo de titulación:

Mendoza (2022) en el proyecto de investigación con el tema Control Interno y su Incidencia en la Gestión Administrativa del Departamento de Ventas de las Cadenas de tiendas el Arbolito CIA. LTDA, plantea que el control interno, a lo largo del tiempo ha significado para las empresas e instituciones de naturaleza pública o privada, un proceso sistemático e indispensable, cuya finalidad radica en la verificación y evaluación de las actividades que ejercen cada uno de los departamentos de la organización. En la actualidad, sus fines se han transformado de acuerdo con los acontecimientos generados por la globalización, puesto que, van direccionados a la ejecución de procedimientos, programas y acciones que garanticen el cumplimiento de los objetivos empresariales.

En el cumplimiento del proceso de control interno se requiere analizar todos los escenarios tanto externos como internos, en los que están expuesto las empresas, para que de esta manera se pueda obtener un panorama real, el cual permita evaluar los diferentes objetivos establecidos por los diferentes departamentos de una empresa.

La gestión administrativa del departamento de ventas comprende el conjunto de tareas y actividades que las empresas coordinan para el uso correcto de los recursos que poseen. En efecto, el departamento de ventas representa gran importancia en la organización puesto que es el responsable de custodiar la relación efectiva entre los clientes y la empresa, además de promover estrategias comerciales.

Cabe mencionar, que el control interno y la gestión administrativa en el departamento de ventas permite evaluar las acciones vigentes establecidas si cumplen con los requerimientos para alcanzar los objetivos departamentales

propuestos, este proceso es indispensable, ya que puede llegar a prevenir riesgos que afecten la estabilidad organizacional y por ende la rentabilidad del negocio.

En el contexto Mendoza expresa que el control interno es fundamental para las pymes, porque garantiza el cumplimiento de procesos y procedimientos definidos en la parte operativa como administrativa, haciendo más fácil el trabajo a los directivos para la toma de decisiones preventivas y correctivas.

De acuerdo con la información contenida en la Normas de Control Interno para las Entidades, Organismos del sector público y de las personas jurídicas de derecho privado que dispongan de recursos públicos emitido por la Contraloría General del Estado (CGE, 2023) define al control interno como:

Un proceso integral aplicado por la máxima autoridad, la dirección y el personal de cada entidad, que proporciona seguridad razonable para el logro de los objetivos institucionales y la protección de los recursos públicos. Constituyen componentes del control interno el ambiente de control, la evaluación de riesgos, las actividades de control, los sistemas de información y comunicación, y el seguimiento. El control interno está orientado a cumplir con el ordenamiento jurídico, técnico y administrativo, promover eficiencia y eficacia de las operaciones de la entidad y garantizar la confiabilidad y oportunidad de la información, así como la adopción de medidas oportunas para corregir las deficiencias de control (p.5).

En la actualidad las empresas deben contar con un control interno, sin embargo, la mayoría no lo realizan debido al desconocimiento o al no querer incurrir con gastos que serían innecesario desde su perspectiva y lo realizan según sus conocimientos empíricos, por ello surge la necesidad de tener claro la importancia de implementar un adecuado control interno ya que no solo depende de la máxima autoridad si no es un trabajo en equipo porque si todos cumplen con los procesos y funciones establecidas se podrá cumplir con los objetivos contables y financieros.

En el análisis del trabajo de investigación realizado por Flores y Viteri (2022) exponen que:

Muchas empresas por competitividad comercial implementan control interno en todas las áreas, sean estas administrativas y operativas en un ámbito con mayor exigencia en el entorno comercial. Uno de los factores perjudiciales que las empresas pequeñas y medianas experimentan es la ausencia o el incumplimiento de un control interno adecuado a las actividades operativas habituales, debiendo disponer un orden mediante normas y procesos; siendo estos un soporte de ayuda para salvaguardar la jerarquía de la organización, esto contribuye a mitigar el riesgo de fraude, y evitar la afectación de las operaciones financieras, además de su confiabilidad, y por consiguiente el cumplimiento de los objetivos institucionales (p.3).

Esta investigación hace hincapié a la prioridad que deben tener los negocios, no solo en cumplir con las obligaciones con las principales Instituciones como el SRI, IESS, Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros; sino, también de cuidar el cumplimiento de las actividades operativas y administrativas, al implementar un adecuado control interno se evita fraudes, malversación de fondos, exceso de confianza y una toma de decisiones oportunas.

2.1.2. Auditoría

La auditoría es una ciencia que a través de los años ha ido mejorando sus conceptos, procedimientos y aplicación, permite encontrar las falencias en el cumplimiento de actividades administrativas y operativas de las empresas, se las realiza con la finalidad de tomar decisiones oportunas, que permita su crecimiento económico. A continuación, algunas definiciones:

Arias et al. (2023) definen a la auditoría como:

Un examen especial realizado con varios propósitos, uno de ellos es realizar una inspección o verificación de los valores presentados en los

estados financieros de las empresas, es decir, se comprueba la veracidad de las cuentas, demostrando los valores correspondientes al ejercicio de la empresa, en el período determinado que se esté realizando la auditoría (p.12)

Estos autores hacen hincapié en la importancia de realizar un examen especial para las empresas, en base a los estados financieros que son los que permiten visualizar que la información sea transparente y confiable.

La auditoría para Manrique (2019), “es un proceso sistemático para obtener y evaluar evidencias de una manera objetiva y se aplica en distintas actividades de la organización social: empresas privadas y públicas, entidades de otros sectores, ámbito fiscal, operacional, medioambiental, forense, informático, etc.” (p.16).

Manrique señala que la auditoría es fundamental porque permite visualizar la evaluación de los hallazgos encontrados en las distintas áreas de la empresa, ya sean públicas o privadas.

2.1.3. Alcance de la Auditoría

El alcance de la auditoría de acuerdo con Manrique (2019), se refiere a los procedimientos considerados necesarios según las circunstancias para lograr el objetivo de la auditoría. Los procedimientos requeridos para efectuar una auditoría de acuerdo con las NIA deberán ser determinados por el auditor teniendo en cuenta los requisitos establecidos en estas normas, los establecidos por organismos profesionales competentes, las leyes, los reglamentos y, en cuanto sea apropiado, los términos del compromiso y los requerimientos de informes de la auditoría.

El autor en este texto hace énfasis la importancia de plantear objetivos en la auditoría, debido a que esto permitirá el cumplimiento de los procedimientos, reglamentos, políticas y leyes establecidas.

2.1.4. Técnicas de la Auditoría

Las técnicas de la auditoría para Manrique (2019), son herramientas o métodos prácticos de investigación y prueba que usa el auditor para obtener evidencias necesarias de auditoría y fundamentar su opinión en el informe, las que a su vez le sirven como base razonable para emitir opinión sobre los estados financieros en el dictamen de auditoría.

Manrique expresa que el auditor debe tener claro cuáles son sus herramientas de trabajo, para poder realizar un examen técnicamente de los estados financieros.

2.1.5. Naturaleza de la Auditoría

Manrique (2019), expone que para establecer la naturaleza los procedimientos de la auditoría, el auditor necesita tener conocimiento de:

- El giro del negocio
- Evaluación del control interno
- Importancia relativa
- Los riesgos
- El nivel de errores
- El tamaño de la muestra, etc.

Para este autor la naturaleza de la auditoría es importante, porque se debe tomar en cuenta la muestra y el universo, debido a que es la base del estudio de todo auditor.

2.1.6. Procesos de la Auditoría

Arias et al. (2023) señalan que los procesos de la auditoría se fundamentan en:

Establecer conformidad con los saldos operativos en todas y cada una de

las cuentas que conforman el estado financiero presentado por la administración de la empresa.

Dar fe y veracidad a través del dictamen de auditoría externa a la junta General de Accionistas, Superintendencia de Compañías, así como, el informe de cumplimiento de obligaciones tributarias para el Servicio de Rentas Internas.

Verificar tanto los ingresos como los egresos de las cuentas bancos que mantiene la sociedad, también una muestra muy significativa de comprobantes relacionados al último ejercicio, que sean atinentes a los egresos con las correspondientes firmas de responsabilidad y autorización, soportes como facturas, recibos, etc., así como, los comprobantes de ingreso y los registros en diarios y mayores, por lo que, los estudios realizados tienen por objetivo expresar la opinión independiente del auditor externo sobre su racionalidad.

Estos autores indican que los procesos de la auditoría permiten observar y controlar las cuentas del personal administrativo y el cumplimiento de obligaciones adquiridas con los entes reguladores de acuerdo con el giro del negocio.

2.1.7. Riesgos de auditoría

De acuerdo con Filgueira (2020), el riesgo de auditoría financiera se enfoca en primer lugar, en el riesgo de emitir un dictamen de forma incorrecta sobre los estados financieros, y, por otra parte, que las cifras o valores que se estén en los estados financieros no sean razonables.

Para Arias et al. (2023) los perfiles del riesgo y controles relacionados deben ser analizados de forma continua para asegurar que el mapa de riesgos continúe siendo válido, y que las respuestas a los riesgos son las correctas, además de certificar que los controles para mitigarlos sigan siendo efectivos.

Por ello, a continuación, se establecen los tipos de riesgos que pueden suscitarse en una auditoría:

Tabla 1. Tipos de riesgos

Tipos de riesgos		Características
Riesgo inherente (RI)		Se refiere a que una afirmación de los estados financieros contenga un error importante en función a las actividades de la empresa, características de la cuenta o transacción.
Riesgo de control (RC)		Se refiere a que un error significativo puede existir en los estados financieros y no sea detectado o evitado por el control interno de la empresa.
Riesgo de detección (RD)		Se refiere a que el auditor no detecte un error material a través de los procedimientos de auditoría.

Fuente: Arias et al. (2023)

Elaborado por: Villacís (2025)

El riesgo de auditoría hace referencia a la combinación de los tres tipos de riesgos detallados anteriormente y se representan a través de la siguiente fórmula:

$$\text{Riesgo de Auditoría} = RI + RC + RD$$

Para Montes y Vallejo (2021), la evaluación del riesgo de auditoría es un proceso que se realiza descendientemente, el mismo, hace referencia al análisis de los riesgos que se dan de la naturaleza de la empresa que está siendo auditada, de acuerdo con el contexto que le rodea.

Por otro lado, Arias et al. (2023) menciona que la máxima autoridad de la empresa deberá determinar los lineamientos requeridos para identificar, analizar y dar tratamiento a los riesgos a los que se encuentra expuesta la organización para conseguir sus objetivos. El riesgo es la probabilidad de ocurrencia de un riesgo o situación no deseada y que pueden perjudicar a la empresa o su entorno. Por ello, el departamento administrativo debe tener en consideración las siguientes funciones:

- Identificar riesgos.
- Diseñar un plan de mitigación de riesgos.

- Valorizar los riesgos.
- Dar respuesta al riesgo (plan de acción).

2.1.8. Auditoría Interna

La auditoría interna para la CGE (2023) es una actividad independiente y objetiva de aseguramiento y asesoría, concebida para agregar valor y mejorar las operaciones de una organización; evalúa el sistema de control interno, los procesos administrativos, técnicos, ambientales, financieros, legales, operativos, estratégicos y gestión de riesgos.

Cada institución, cuando se justifique, contará con una Unidad de Auditoría Interna organizada, con independencia y con los recursos necesarios para que brinde asesoría oportuna y profesional en el ámbito de su competencia, agregando valor a la gestión institucional y garantía razonable de que la gestión de la máxima autoridad y del personal, se realiza con apego a las normas vigentes.

La Unidad de Auditoría Interna estará integrada por personal multidisciplinario. Mediante técnicas y procedimientos de auditoría evaluará la eficiencia del sistema de control interno, la administración de riesgos institucionales, la efectividad de las operaciones y el cumplimiento de leyes y regulaciones aplicables que permitan: el logro de los objetivos institucionales, la protección de recursos y la generación de información oportuna y confiable. Proporcionará asesoría en materia de control a las autoridades, niveles directivos y personal de la entidad para fomentar la mejora de sus procesos y operaciones.

Los auditores de la Unidad de Auditoría Interna actuarán con criterio independiente respecto a las operaciones o actividades auditadas y no intervendrán en la autorización o aprobación de los procesos financieros, administrativos, técnicos, legales, estratégicos, operativos y ambientales.

La CGE da a conocer que la auditoría interna ayuda a mejorar los procedimientos que llevan las empresas generando una información oportuna

para la toma de decisiones eficientes.

2.1.9. Funciones de la Auditoría Interna

Manrique (2019) señala las funciones de la auditoría interna a continuación:

- Revisión de operaciones para verificar la autenticidad, exactitud y concordancia con las políticas y procedimientos establecidos.
- Control de los activos a través de los registros de contabilidad y toma física.
- Revisión de las políticas establecidas y procedimientos para evaluar su efectividad.
- Revisión de si los procedimientos contables fueron aplicados en forma consistente con los principios de contabilidad generalmente aceptados.
- Auditoría de otras organizaciones con las que existan relaciones contractuales para el cumplimiento de lo previsto en los contratos.
- Evaluación del cumplimiento de las estrategias de la organización.
- Verificar datos relacionados entre sí y prueba la efectividad del trabajo administrativo contable revisando evidencias: facturas, órdenes de compras, notas de entregas, pólizas de caja, etc.

Manrique señala las funciones esenciales con el objetivo de garantizar la eficiencia, transparencia y confiabilidad de las pymes.

2.1.10. Importancia de comunicar las debilidades de Control Interno

Es importante comunicar las debilidades del control interno con frecuencia

según Manrique (2019) porque la mayoría de los hallazgos son resultado del trabajo sobre control interno realizado durante la fase preliminar.

La primera fase de la evaluación de los controles que realiza el auditor debería dar como resultado la selección de los procedimientos de auditoría adecuados.

La segunda fase debería conducir a la preparación de una carta o informe para la dirección en donde se sugieran las mejoras a introducir en el sistema de contabilidad de la empresa.

Prácticamente debería prepararse una carta o informe en cada estudio realizado, aunque es posible que una empresa disponga de unos controles tan firmes y un negocio tan bien llevado que el auditor considere que no hay nada que decir sobre los mismos; incluso en estos casos sería conveniente redactarla y comunicar a la dirección que su sistema es eficaz y sus controles firmes.

Es prudente redactar una carta inmediatamente después de realizar el trabajo sobre el control interno. Debería redactarse también otra adicional con cualquier nuevo hallazgo después de haber finalizado el trabajo de auditoría. De hecho, sería conveniente redactar una segunda carta incluso para señalar que no se han encontrado deficiencias adicionales.

Una buena carta para la dirección no debe contener ninguna sorpresa. Si existe algún comentario crítico sobre determinado departamento, el primero en conocerlo debería ser el responsable de este.

Debería reconocer que el comentario es necesario y debería servirle de aviso antes de que sea llamado a consulta por la alta dirección. Este método iría encaminado a lograr la cooperación del responsable de este departamento en sucesivas auditorías.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente el informar oportunamente los hallazgos a los altos directivos permitirá que se hagan los correctivos

necesarios en cada departamento afectado y esto se lo hace mediante una carta.

2.1.11. Políticas y Prácticas Contables

Arias et al. (2023) definen las políticas y prácticas contables de la siguiente manera:

2.1.11.1. Políticas contables. Las empresas que por disposición legal están obligadas a dar cumplimiento de estas, son las establecidas por la Federación Nacional de Contadores y autorizadas por la Superintendencia de Compañías del Ecuador.

Estas políticas están basadas en Normas Ecuatorianas de Contabilidad, las cuales requieren que la administración realice estimaciones con el propósito de determinar la valuación y presentación de partidas que forman parte de los estados financieros.

Los auditores externos observan la correcta aplicación de las Normas Ecuatorianas de Contabilidad y el permanente estudio de las modificaciones y cambios de las mismas, así como también las normas legales que hacen relación con las disposiciones de la Ley de Compañías y la resolución de los organismos de control sobre el sistema impositivo, seguridad Social, Código de Trabajo y otros instrumentos legales que tienen que ver con el ejercicio profesional, siempre basados en principios básicos de Equidad, Uniformidad, Juicio y Criterio, Esencia sobre la forma, y otros.

2.1.11.2. Prácticas contables. A continuación, se detallan las principales prácticas contables seguidas para la presentación de los estados financieros.

- Ingresos por ventas.
- Caja y sus equivalentes.
- Provisión para Cuentas Incobrables.

- Valuación de Inventarios.
- Gastos e Impuestos Anticipados.

Este último corresponde principalmente a seguros prepagados por los bienes de la empresa, los que se devengan en un período de doce meses o de acuerdo con el tiempo de cobertura de cada póliza, se incluyen además los pagos anticipados del impuesto a la renta como las retenciones efectuadas por clientes en ventas a estos, los cuales se liquidan con el impuesto a la renta.

- Valuación de Activos Fijos: al costo de adquisición, de los activos fijos se deprecia de acuerdo con el método de línea recta en función de los años de vida útil estimada de 10 años para muebles y enseres y equipos de oficina, equipo y maquinaria e instalaciones, 20 % para vehículos, equipo electrónico el 33,33 % y los inmuebles de acuerdo con las tablas porcentuales para este efecto.
- Cartera activa: el fundamento de la cartera activa está en la verificación de los plazos de cumplimiento de las obligaciones por cobrar, vencimientos, determinar saldos vigentes y la posible incobrabilidad de ciertas cuentas. Debido al resultado del estudio, verificar la cuantificación que se ha dado a Provisiones para cuentas malas.
- Pasivo: la verificación del pasivo corriente está dada en el plazo que no debe ser superior a un año. La auditoría a este grupo de cuentas es determinar que se haya dado cumplimiento sobre: provisiones a beneficios sociales, obligaciones de pago por impuestos, Seguro Social, entre otros.
- Muestreo estadístico: el examen se efectuará mediante la utilización de muestreo estadístico, seleccionado parámetros uniformes para ser aplicados a la totalidad de la población involucrada en el examen o en una parte de ella.

2.1.11.3. Políticas y prácticas financieras. Son las expuestas a continuación:

- Estados Financieros Comparados: además de analizar las principales políticas y prácticas financieras establecidas por la empresa durante el ejercicio económico materia de la auditoría a ser practicada, para una prolija demostración del proceso económico de la empresa, se adjunta como parte los estudios e informes, estados financieros comparados entre los dos últimos años, cuyos incrementos o disminuciones, se sustentan tanto en cifras relativas como absolutas, las mismas que nos permiten apreciar el movimiento empresarial.
- El estudio horizontal: indica el efecto de las transacciones y los movimientos de los activos, pasivos, patrimonio y, en el vertical la importancia del grupo de cuentas por su mayor valor porcentual. En el estado de pérdidas y ganancias se realiza además del análisis horizontal un estudio vertical demostrando porcentualmente la incidencia del monto de Ventas Netas en relación con el Costo de Ventas, Gastos de Expedición y Ventas, de Administración y Gastos Financieros.
- Indicadores Financieros: sustentados en la información de rubros y cifras registradas en los estados financieros en el proceso económico de un período determinado, analiza el comportamiento financiero en base a las cifras históricas, las siguientes:
 - ✓ Capital de trabajo.
 - ✓ Índices de solvencia y liquidez.
 - ✓ Rotación de Inventarios.
 - ✓ Valuación de la cartera activa y su vencimiento.

 - ✓ Financiamiento del activo total.
 - ✓ Análisis vertical de los estados de resultados.

2.1.11.4. Complementos de la Auditoría. Son los siguientes procedimientos:

- ✓ Verificación de cumplimiento de la normatividad del en estudiado.
- ✓ Análisis de los procesos de registro y pago de los tributos a Rentas Internas.
- ✓ Verificación de los procedimientos de control Interno.
- ✓ Muestreo estadístico.
- ✓ Alcance al trabajo de auditoría.
- ✓ Circularización de saldos.
- ✓ Asignación de personal profesional.

Resultados:

- ✓ Informes o dictámenes para Junta de Accionistas y Superintendencia de Compañías.
- ✓ Carta de gerencia o informe confidencial.
- ✓ Informe sobre cumplimiento de obligaciones tributarias.

Las prácticas contables según estos autores buscan mejorar las gestiones, cuidar del patrimonio y cumplir los objetivos ya sean en las áreas administrativas como operativas.

2.1.12. Área de ventas

Los productos de una organización se distribuyen en el área de ventas. En este entorno se toman decisiones en relación con el comercio de un producto o servicio como: precios, puntos de distribución o ventas y publicidad (Alva, 2024). Esta área deberá:

- Determinar la rentabilidad a largo plazo de los productos o servicios.
- Mejorar la posición competitiva de la organización.
- Planificar la organización de las ventas y los puntos geográficos de distribución.

En la actualidad muchas empresas del sector comercial no saben lo que exactamente lo que es gestionar ventas, para Gómez (2022) este es un proceso que desarrolla procesos estratégicos para aplicar técnicas de ventas y de esta forma alcanzar las metas de una organización de manera constante, estas técnicas ayudan a permanecer en sintonía con el mercado a medida que se desarrolla, es considerada de gran relevancia puesto que abarca procesos que van desde la contratación y capacitación de la fuerza de ventas hasta la implementación de estrategias que ayuden a generar ingresos.

Para implementar el proceso de gestión de ventas se debe analizar: la estrategia de ventas, la planificación de ventas y la creación de informes y análisis.

- **Estrategia de ventas:** estas estrategias de ventas brindan objetivos claros para establecer el producto o servicio ante los clientes competentes o posibles consumidores. Asimismo, ofrece la identificación de los pasos o tácticas que se seguirán para conseguir los objetivos de ventas.
- **Planificación de ventas:** es el proceso que se enfoca en organizar las actividades para conseguir los objetivos de ventas. Además, ayuda a gestionar el canal de ventas, a obtener cuotas y a elaborar el control sobre las actividades.
- **Informes y análisis:** Estos informes contribuyen en la elaboración de pronósticos, con exactitud, las ventas y tendencias a largo plazo. Muestran el rendimiento y el éxito en las campañas de ventas. De esta manera, se consigue estar al tanto del rendimiento del equipo con informes visuales y optimizar el rendimiento a las necesidades de la empresa.

Bajo este contexto, las funciones que lleva a cabo el área de ventas o departamento comercial están enfocadas en incrementar las ventas y los ingresos de una empresa. Entre las funciones básicas se encuentran las siguientes:

Tabla 2. Funciones del área de ventas

Funciones	Acciones principales
Desarrollar pronósticos de ventas	<ul style="list-style-type: none">- Establecer un marco temporal- Estudio de mercado- Examinar la competencia- Analizar la tendencia histórica
Fijar precios	<ul style="list-style-type: none">- Adecuación a la capacidad adquisitiva de los clientes- Determinar los márgenes de beneficios- Comparar con precios de la competencia
Realizar promociones	<ul style="list-style-type: none">- Ofertas- Descuentos- Publicidad- Campañas temporales- Demostraciones
Establecer sistemas de análisis y control	<ul style="list-style-type: none">- Estadísticas de resultados- Seguimiento posventa- Determinación de ajustes correctivos

Fuente: Núñez y Carrasco (2023)

Elaborado por: Villacís (2025)

En diversas ocasiones las dos primeras funciones son realizadas por un departamento o área en específico, el departamento de ventas que depende del departamento comercial. Por otra parte, en empresas más pequeñas, todas las funciones son realizadas por el departamento de ventas, de tal manera que los nombres de departamento comercial y departamento de ventas son sinónimos en esos casos (Nuñez y Carrasco, 2023).

En este sentido, “la implementación de técnicas y estrategias de ventas que exalten las cualidades de los productos ofrecidos por la empresa podrá mejorar el pronóstico de ventas al ser realizado con base a movimientos reales de las ventas de los clientes lo que permitirán mejoras en los procesos de planificación de demanda, compras, producción y distribución” (Álava y Chancay, 2021, p. 33).

En el área de ventas se desarrolla la gestión de ventas, la cual es una disciplina. Aguirre (2020) estableció que se determina como un conjunto de

procesos empresariales que se encargan de planificar, organizar y desarrollar el ciclo de ventas y los ingresos de una organización, por lo tanto, esta incluye planes de capacitación y el seguimiento del desempeño de los colaboradores, ya que estos factores permiten optimizar la estrategia comercial. Por otra parte, existen seis procesos fundamentales que componen la gestión de ventas, los cuales son:

- La estrategia comercial: definición de la misión de la empresa, metas relativas a las ventas a realizar, prospección, técnicas de venta y delimitación del territorio que se pretende cubrir.
- Despliegue del reclutamiento y capacitación: en este caso se componen estos dos aspectos el de poder contar con un equipo de ventas óptimo y el de captar un número suficiente de vendedores y adiestrarlos en el enfoque requerido.
- Estimulación de la fuerza de ventas: El gerente o supervisor de la oficina de ventas puede recurrir a las siguientes estrategias: aumento en el sueldo base, ingresos adicionales y pago de un incentivo en el que se premia a los vendedores adicionales, sistemas que informen de la realización de ventas a sus poseedores, informes regulares sobre los trabajos realizados, resultados alcanzados, etc. y ventas como premio a los ganadores del concurso.
- Relación con el cliente: Este proceso tiene dos partes: datos registrados acerca de un contacto (nombres, apellidos, profesión, entre otros) y la cronología de sus obras respecto a este contacto (comentar de manera favorable o desfavorable).
- Administración de las ventas: El concepto engloba, guiar al equipo en la correcta realización de las actividades administrativas. Administración de las ventas, asegura la existencia de documentos estandarizados como: plantillas de contrato, formularios de cita, modelos de contratos, formularios, planillas de facturas, normas que se aplican en relación con los descuentos, entre

otros.

- **Análisis del rendimiento:** El gerente de ventas debe supervisar las actividades de cada miembro del equipo y evaluar su progreso en relación con los objetivos de venta y preparar informes para los directivos de la empresa.

A partir de lo mencionado, el área de ventas es la parte de la empresa que se centra en brindar y vender los productos o servicios a los clientes. Es considerado como un puente entre la organización y las personas que adquieren el producto o servicio. En esta área, los trabajadores laboran para entender lo que los clientes necesitan, presentarles las opciones disponibles y ayudarles a tomar decisiones de compra.

Las personas que trabajan en el área de ventas suelen interactuar directamente con los clientes, ya sea en persona, por teléfono o a través de internet. Su objetivo principal es convencer a los clientes de que compren lo que la empresa ofrece, asegurándose de que estén satisfechos con su elección.

2.1.13. Toma de decisiones

En ocasiones, la gerencia se centra en pensar que la única responsabilidad que les compete son las decisiones, pues por lo general son ellos quienes las realizan o delegan en quien lo hará y a qué hora. De igual forma hay que ver cómo se llevarán a cabo.

El proceso de toma de decisiones es solo un eslabón en el sistema de planificación. Aun en el supuesto de que se realice de manera urgente y sin una suficiente reflexión, o si en algún momento de este proceso se estableció un hecho que afecta solo por escasos minutos. Como parte de esta rutina, existe la planificación siempre. No es muy común hacer un estimado de una alternativa de manera única, puesto que tal vez cada decisión se encamine hacia otras de orden superior (Larreatigue y Tumbé, 2021).

Para la toma de decisiones se requiere del suministro de información que permita visualizar lo que está ocurriendo con la situación y los resultados financieros de la empresa, además, a prever lo que posiblemente pueda suceder y sirve de apoyo para la toma de decisiones. Ciertamente, los informes financieros de una empresa son parte indispensable para el proceso de toma de decisiones. La información es considerada la materia prima de los conocimientos, por lo que es necesario contar con información contable para que los directivos de la empresa aporten a través de sus conocimientos a la toma de decisiones para establecer un curso de acción (Zamorano, 2023).

Para la toma de decisiones generalmente las empresas toman en consideración una serie de elementos, incluidos dentro de estos la situación del mercado, la competitividad, tendencias de los consumidores, los recursos disponibles, capacidades internas y la cultura organizacional de la empresa, lo cual requiere del análisis de diversos factores a nivel interno y externo. Por ello, la toma de decisiones atiende a diversos escenarios posibles ante los cuales se determinan alternativas de acción que serían las más convenientes o adecuadas para la organización (Nuñez et al., 2023).

La toma de decisiones en sus inicios era analítica, y basada en datos con especial énfasis en la planificación a largo plazo y el análisis exhaustivo de los recursos y capacidades de la empresa. No obstante, a lo largo de los años la toma de decisiones en las empresas ha evolucionado y ha incluido nuevas perspectivas y enfoques diferentes. Los más recientes incluyen un enfoque holístico y una mayor atención hacia la innovación, participación, sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial (Ávila et al., 2022).

A continuación, se presenta una tabla con un resumen de algunas prácticas que se pueden llevar a cabo para la toma de decisiones de forma estratégica:

Tabla 3. Prácticas para mejorar la toma de decisiones empresariales

Prácticas	Descripción
Análisis de la situación actual	Hace referencia a la recopilación y análisis información importante o relevante sobre la empresa y su entorno, con el propósito de comprender la situación actual e identificar oportunidades y amenazas que puedan afectar la capacidad de la empresa para conseguir sus metas y objetivos estratégicos
Identificación de alternativas y establecimiento de metas y objetivos	En esta práctica se buscan y analizan diversas opciones y alternativas para conseguir los objetivos y metas determinadas, considerando los recursos disponibles y las capacidades de la organización, así como las oportunidades y amenazas del entorno
Evaluación de alternativas	Cuando se han identificado las diferentes opciones, se debe evaluar cada una de ellas en función de sus ventajas, desventajas, costos, beneficios y riesgos, para conocer cuál es la más adecuada para la empresa
Selección de la mejor alternativa	Una vez evaluadas todas las alternativas, se selecciona la que mejor se ajuste a los objetivos y metas establecidos, y que tenga el menor riesgo y los mayores beneficios
Implementación y monitoreo	Cuando se haya seleccionado la mejor opción, se debe planificar y ejecutar la implementación de la decisión, y realizar un monitoreo constante de su efectividad, para garantizar de que se están consiguiendo los objetivos deseados y realizar ajustes si es necesario
Ajuste de la estrategia	Aquí se deberán evaluar las acciones elaboradas, facilitando el aprendizaje y el impulso de posibles mejoras o nuevas alternativas, destacando la necesidad de estar en constante transformación, y aplicando correctivos y ajustes necesarios

Fuente: Núñez et al. (2023)

Elaborado por: Villacís (2025)

Por otro lado, es importante tener en cuenta que es posible que, aunque los procedimientos de control interno de una empresa sean adecuados existe la posibilidad de que la toma de decisiones sea errores, es decir, en muchas ocasiones la toma de decisión recae sobre una sola persona, que puede ser el director del departamento y por tanto en la honradez de esa persona recae también parte del buen funcionamiento de una empresa (Amat y Campa, 2022).

A partir de todo lo expuesto, se puede destacar que, el proceso de toma de decisiones es aquel que se lleva a cabo para seleccionar las acciones más convenientes para las empresas ya sea para mejorar ciertas actividades, resolver problemas o alcanzar metas específicas, basándose en información confiable y precisa. Además, hay que tener en consideración que, Este proceso implica pensar, evaluar la situación, considerar los recursos disponibles y elegir la opción que creas más adecuada para lograr lo que necesitas o deseas.

2.2. Marco Conceptual

2.2.1. Activo

Los activos son los bienes, derechos y otros recursos económicos que poseen las empresas y que son susceptibles de convertirse en beneficios o aportar un rendimiento económico a la compañía. Estos activos están controlados por la empresa como resultado de acciones pasadas (Diego, 2024).

2.2.2. Auditoría

La auditoría es el reflejo en su más puro estado de la contabilidad en una empresa. La definición de auditoría de alguna manera se entiende como el proceso relacionado llevado a cabo en una empresa con el objetivo principal de recopilar información de la contabilidad empresarial (Porter, 2024).

2.2.3. Asiento Contable

El asiento contable está conformado por todas las anotaciones, también

denominadas apuntes contables, existentes en el Libro Diario de Contabilidad de una sociedad. Cada uno de estos apuntes se realiza con el objetivo de reflejar cada movimiento económico de una sociedad, relacionado con su actividad empresarial (Porter, 2024).

2.2.4. Balance de Comprobación

El balance de comprobación, también llamado balance de sumas y saldos refleja el saldo de todas las cuentas que posee la empresa durante un período determinado. Es el balance que muestra los saldos deudores y los saldos acreedores de las cuentas pertenecientes a una sociedad.

2.2.5. Base Imponible

La base imponible es la cuantía sobre la cual se calcula el importe de determinado impuesto a satisfacer por una persona física o jurídica (Alcántara, 2020).

2.2.6. Cheque

Denominamos cheque al documento utilizado como medio de pago por el que una persona ordena a una entidad el pago de una determinada cantidad a otro (persona o empresa) (Banco Internacional, 2023).

2.2.7. Control Preventivo

Conjunto de medidas y procedimientos que se implementan con el objetivo de evitar que ocurran errores, fraudes o cualquier tipo de actividad no deseada dentro de la organización (García et al., 2022).

2.2.8. Cultura Organizacional Ética

El fomento de una cultura organizacional basada en principios éticos que desalienta las conductas fraudulentas a través de la educación, el liderazgo y el

ejemplo dentro de la empresa (Hernández, 2023).

2.2.9. Cumplimiento Normativo

Proceso mediante el cual una empresa se asegura de que todas sus actividades cumplen con las leyes, regulaciones y normas vigentes aplicables a su sector y operaciones (Massa et al., 2020).

2.2.10. Cuentas por Cobrar

Hablamos de cuentas a cobrar cuando una empresa tiene unos derechos pendientes de cobro sobre terceras personas, ya sean físicas o jurídicas, a una fecha determinada. Estos cobros pendientes suelen ocurrir cuando se realizan créditos que una empresa concede a sus clientes.

2.2.11. Cuentas por Pagar

Las cuentas para pagar son todas aquellas deudas que una empresa u organización ha contraído y que aún no se han saldado. Son deudas directamente relacionadas con la actividad que se desarrolla (Diego, 2024).

2.2.12. Desviación de Recursos

Uso indebido o inapropiado de los recursos de la empresa, generalmente asociado con la malversación de fondos o la utilización de recursos para fines personales en lugar de los fines de la organización (Maldonado et al., 2022).

2.2.13. Detección de Anomalías

Proceso de identificar actividades o patrones irregulares en los registros financieros o actividades operativas, que pueden indicar un posible fraude o actividad ilícita (Carriazo, 2021).

2.2.14. Egresos

El término egreso procede de la voz latina egresos que significa salida. En términos financieros se define egresos como toda salida de dinero que se produzca en una empresa o sociedad. Un egreso, es, por lo tanto, la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un compromiso de pago (Díaz, 2024)

2.2.15. Estados Financieros

Los estados financieros son el reflejo de la fidelidad de una empresa. Forman parte de un documento o informe que recopila actos precisos sobre la contabilidad de una compañía. Dentro de lo que es la definición de los estados financieros también debemos tener en cuenta que el periodo de tiempo estipulado para calcularlos se desarrolla anualmente.

2.2.16. Existencias

Son los bienes que cuenta la empresa en stock, utilizándose únicamente para ser parte del proceso de su actividad productiva o prestación de servicio (Angulo, 2019).

2.2.17. Factura

Una factura es un documento de tipo mercantil que sirve para recopilar toda la información relacionada con la compra y la venta de un producto o servicio. El concepto de factura abarca pues detalles específicos sobre la operación en cuestión, así una factura sirve para demostrar la entrega de un producto o servicio tras su compra a modo de justificante.

2.2.18. Fraude

Acto de engañar o manipular información con el objetivo de obtener un beneficio personal, generalmente a través de medios ilegales, afectando la integridad financiera o reputacional de una organización (Mazorra et al., 2022).

2.2.19. Gestión de Riesgos

Proceso sistemático de identificar, evaluar y priorizar los riesgos en una organización, seguido de la aplicación de recursos para minimizar, controlar o eliminar el impacto de esos riesgos (Moran et al., 2022).

2.2.20. Ingresos

En contabilidad, se entiende por ingreso el aumento de los recursos económicos. Este aumento no puede deberse a nuevas aportaciones de los socios, sino que deben proceder de su actividad, de prestar servicios o por venta de bienes (Porter, 2024).

2.2.21. Libros Contables

El concepto de libros contables hace referencia a los documentos o archivos donde se recoge la información financiera de la compañía, incluyendo las operaciones ejecutadas durante un plazo de tiempo determinado y los cuales hay que legalizar de forma periódica.

2.2.22. Monitoreo de Control Interno

Proceso continuo que permite a la organización revisar la efectividad de sus controles internos y realizar ajustes cuando sea necesario, para garantizar la prevención de errores y fraudes (Rodríguez, 2021).

2.3. Marco Legal

2.3.1. Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)

Las NIIF son un grupo de estándares contables que se elaboran con el objetivo de lograr homogeneidad, transparencia y comparabilidad de los estados financieros a nivel global. Tales normas son basillares para las corporaciones que

pretenden captar inversiones extranjeras o incursionar en diversos mercados, puesto que hacen uso de un mismo idioma en contabilidad.

Por el caso de una lubricadora como 'Omar', la utilización de las NIIF es importante para el control de las transacciones financieras y de ventas. Por ejemplo, la NIIF que señala 15, la que hace referencia al reconocimiento de ingresos, es pertinente para que se tenga la certeza que las ventas se efectúan y se registran dentro del periodo adecuado y cumpliendo con los criterios contables internacionales. Esto contribuye a que la información financiera que se presenta sea certera y fiable, mientras facilita la toma de decisiones internas y el cumplimiento de obligaciones financieras externas.

Marco Contable de las NIIF: Una de las políticas sustentadas en el hilo conductor de la NIIF es "la presentación razonable y el cumplimiento de las regulaciones", sin las cuales la compañía no podrá demostrar, de forma objetiva, los estados financieros. Se destaca la política de la continuidad de la empresa, la base contable del devengo, así como el principio de no compensación de ingresos y gastos, salvo en aquellos casos en los que una norma lo exige (IFRS Foundation, 2023).

NIIF Específicas: Entre las principales mencionamos:

- NIIF 15: Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes. Define los requisitos sobre el reconocimiento, medición y divulgación de ingresos, especialmente en compañías cuyo ingreso proviene de contratos, como es el caso de las lubricadoras.
- NIIF 16: Arrendamientos. Establece criterios para el reconocimiento, medición, presentación e información sobre arrendamientos.

Implementación de las NIIF: Las empresas deberán hacer una revisión diagnóstica previa en cuanto a la adopción de las NIIF, con el objetivo de determinar su diferencia con la contabilidad que realizan y el impacto que tendrá en sus procesos contables actuales, posteriormente hay que capacitar al

personal involucrado y modificar la infraestructura para cumplir con las normas NIIF. Esto es importante para lograr la transición y cumplir los objetivos solicitados por normas internacionales.

2.3.2. Normas Internacionales de Auditoría (NIA) (NIA 315)

Entre las Normas Internacionales de Auditoría, la NIA 315 se destaca en cuanto a la comprensión de la entidad y su entorno para los fines de identificar y evaluar los riesgos de declaración errónea material. Es importante para el desarrollo de cualquier auditoría porque sienta las bases para la construcción de un enfoque de auditoría basado en riesgos. La NIA 315 requiere que los auditores tengan un buen conocimiento de la entidad, incluida su estructura organizativa interna, la industria en la que opera y los sistemas de control interno implementados. Para una empresa como la lubricadora "Omar", el cumplimiento de la NIA 315 significaría un análisis exhaustivo de los procesos de "ventas", determinando qué riesgos, si los hay, podrían afectar la integridad de los estados financieros. Esto incluye la evaluación del proceso de reconocimiento de ingresos, la gestión de cuentas por cobrar y la protección de los activos contra fraudes y abusos a través de adecuados procesos de control mitigantes (Auditool, 2023).

La NIA es implementada por la IFAC por medio de su IAASB, y tal como se menciona en la introducción de la Normativa Internacional de Auditoría, son autónomas para su adopción. Se ajustan al contexto legal y empresarial de cada país miembro como Paraguay. Las Normas Internacionales de Auditoría (NIAs) regulan el desarrollo de auditoría con énfasis en estrategias y calidad y están orientadas a profesionales contables de firmas o empresas independientes y áreas de finanzas que desarrollan trabajos de auditoría.

Estructura y objetivos: La NIA proporciona orientaciones sobre la manera correcta de realizar y emitir un informe de auditoría en las empresas que deben rendir cuentas a los organismos e instituciones que fijan los procedimientos de rendición de cuentas financieras. La presentación y contenido de la auditoría diferenciada se determina adecuándose a los tipos de organismos cuya misión

establece el control de la satisfacción de necesidades sociales o fundacionales, orientados a la efectividad del uso de los recursos públicos.

Principales Normas y sus funciones: Principales normas se vinculan a propósitos como realizar las evaluaciones, determinar los procedimientos a seguir y formular dictámenes que el público interesado pueda entender. Estos además determinan, establecen criterios de evaluación para la atribución y publicidad de normas contables y determinación de resultados en entidades implementadoras de estas normas.

- NIA 500: Explica cómo el auditor debe obtener y evaluar la evidencia de auditoría necesaria para respaldar las conclusiones de la auditoría.
- NIA 700: Esboza los requisitos para formar una opinión sobre los estados financieros y emitir el informe de auditoría.

Impacto y Aplicación: La NIA ha sido adoptada en más de 130 países, y son críticas para alcanzar transparencia, fiabilidad y consistencia en los informes financieros auditados. Esto no solo ayuda a reducir riesgos y salvaguardar a los inversores, sino que también ayuda a construir confianza en los mercados financieros globales al proporcionar un estándar común sobre el cual se pueden realizar auditorías.

2.3.3. Ley de Régimen Tributario Interno

La Ley de Régimen Tributario Interno (2018) indica que los comprobantes de venta son documentos que acreditan la transferencia de bienes o la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos y manifiesta lo siguiente:

Objeto del impuesto. - Establéese el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley (Art. 1).

Concepto de renta. - Para efectos de este impuesto se considera renta:
1.- Los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito o a título oneroso provenientes del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios; y 2.- Los ingresos obtenidos en el exterior por personas naturales domiciliadas en el país o por sociedades nacionales, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 98 de esta Ley (Art. 2).

Para fines tributarios, se entenderá como grupo económico al conjunto de partes, conformado por personas naturales y sociedades, tanto nacionales como extranjeras, donde una o varias de ellas posean directa o indirectamente 40% o más de la participación en derechos representativos de capital en otras sociedades (Art.5).

El artículo 1 y 2 de la Ley de Régimen Tributario Interno anuncia que los comprobantes de ventas respaldan las operaciones contables que se realiza.

En relación con el manejo de la contabilidad y estados financieros de las empresas manifiesta que:

Todas las sociedades están obligadas a llevar contabilidad y declarar los impuestos con base en los resultados que arroje la misma. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas cuyos ingresos brutos del ejercicio fiscal inmediato anterior, sean mayores a trescientos mil (USD \$. 300.000) dólares de los Estados Unidos, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos. Este monto podrá ser ampliado en el Reglamento a esta ley (Art.19).

Se establece el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad

industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley (Art. 52).

Para efectos de este impuesto, se considera transferencia: 1. Todo acto o contrato realizado por personas naturales o sociedades que tenga por objeto transferir el dominio de bienes muebles de naturaleza corporal, así como los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos, aun cuando la transferencia se efectúe a título gratuito, independientemente de la designación que se dé a los contratos o negociaciones que originen dicha transferencia y de las condiciones que pacten las partes. 2. La venta de bienes muebles de naturaleza corporal que hayan sido recibidos en consignación y el arrendamiento de éstos con opción de compraventa, incluido el arrendamiento mercantil, bajo todas sus modalidades; y, 3. El uso o consumo personal, por parte del sujeto pasivo del impuesto, de los bienes muebles de naturaleza corporal que sean objeto de su producción o venta (Art. 53).

El impuesto al valor agregado IVA, grava a todos los servicios, entendiéndose como tales a los prestados por el Estado, entes públicos, sociedades, o personas naturales sin relación laboral, a favor de un tercero, sin importar que en la misma predomine el factor material o intelectual, a cambio de una tasa, un precio pagadero en dinero, especie, otros servicios o cualquier otra contraprestación (Art. 56).

El sujeto activo del impuesto al valor agregado es el Estado. Lo administrará el Servicio de Rentas Internas (SRI). El producto de las recaudaciones por el impuesto al valor agregado se depositará en la cuenta del Servicio de Rentas Internas que, para el efecto, se abrirá en el Banco Central del Ecuador. Luego de efectuados los respectivos registros contables, los valores se transferirán en el plazo máximo de 24 horas a la Cuenta Corriente Única del Tesoro Nacional para su distribución a los partícipes (Art. 62).

Los sujetos pasivos del IVA tienen la obligación de emitir y entregar al adquirente del bien o al beneficiario del servicio facturas, boletas o notas de venta, según el caso, por las operaciones que efectúe, en conformidad con el reglamento. Esta obligación regirá aun cuando la venta o prestación de servicios no se encuentren gravados o tengan tarifa cero. En las facturas, notas o boletas de venta deberá hacerse constar por separado el valor de las mercaderías transferidas o el precio de los servicios prestados y la tarifa del impuesto; y el IVA cobrado. En caso de los derivados del petróleo para consumo interno y externo, Petro comercial, las comercializadoras y los distribuidores facturará desglosando el impuesto al valor agregado IVA, del precio de venta (Art. 64).

2.3.4. Ley Orgánica de Defensa al Consumidor

Dentro del marco legal del presente estudio es importante mencionar la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor (2011) debido a que establece los derechos y obligaciones de los consumidores y proveedores en el país, manifestando que:

Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;

5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado (Art. 4).

Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse (Art. 5).

Todos los bienes para comercializar deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medidas, de acuerdo con la naturaleza del producto. Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir, además del precio total, los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final. Además del precio total del bien, deberá incluirse en los casos en que la naturaleza del producto lo permita, el precio unitario expresado en medidas de peso y/o volumen (Art. 9).

El INEC o el Organismo que haga sus veces elaborará mensualmente, en base de criterios netamente técnicos, el Índice Oficial de Inflación, el Índice de Precios al Productor y el Índice de Precios al Consumidor (Art. 52).

2.3.5. Ley de Hidrocarburos

En relación con el giro del negocio es importante mencionar la Ley de Hidrocarburos (2018) la cual rige y establece las bases legales sobre las que debe operar la empresa y manifiesta que:

El transporte de hidrocarburos por oleoductos, poliductos y gasoductos, su refinación, industrialización, almacenamiento y comercialización, serán realizadas directamente por las empresas públicas, o por delegación por empresas nacionales o extranjeras de reconocida competencia en esas actividades, legalmente establecidas en el país, asumiendo la responsabilidad y riesgos exclusivos de su inversión y sin comprometer recursos públicos, según se prevé en el tercer inciso de este artículo.

La Secretaría de Hidrocarburos podrá delegar las actividades de transporte de hidrocarburos por oleoductos, poliductos y gasoductos, su refinación e industrialización celebrando contratos de asociación, consorcios, de operación o mediante otras formas contractuales vigentes en la Legislación Ecuatoriana. También podrá

constituir compañías de economía mixta.

La adjudicación de estos contratos se sujetará a los procedimientos de licitación previstos en el artículo 19 de esta Ley. La delegación por parte de la Secretaría de Hidrocarburos en ningún caso implicará transferencia de dominio de los bienes e instalaciones que en la actualidad son de PETROECUADOR o sus filiales (Art.3).

Se declara de utilidad pública la industria de hidrocarburos en todas sus fases, esto es, el conjunto de operaciones para su obtención, transformación, transporte y comercialización. Por consiguiente, procede la expropiación de terrenos, edificios, instalaciones y otros bienes, y la constitución de servidumbres generales o especiales de acuerdo con la Ley, que fueren necesarias para el desarrollo de esta industria (Art. 4).

La industria petrolera es una actividad altamente especializada, por lo que será normada por la Agencia de Regulación y Control. Esta normatividad comprenderá lo concerniente a la prospección, exploración, explotación, refinación, industrialización, almacenamiento, transporte y comercialización de los hidrocarburos y de sus derivados, en el ámbito de su competencia (Art. 9).

CAPITULO III

Marco Metodológico

3.1. Enfoque de la investigación

Para el presente estudio se aplica un enfoque mixto debido a que se combinaron elementos cuantitativos y cualitativos para comprender de una forma más amplia el problema sujeto a estudio, es decir, el impacto del control interno contable en el área de ventas y su incidencia en la toma de decisiones de la lubricadora. A partir de este enfoque se pudo obtener datos numéricos como estadísticos sobre el cumplimiento de controles internos y son complementados con información cualitativa como los puntos de vista u opiniones de los colaboradores de la empresa.

3.2. Alcance de la investigación

El alcance de la investigación corresponde al descriptivo debido a que permitió la recolección de datos específicos sobre las practicas que actualmente lleva la lubricadora en relación con el control interno de las ventas, se evaluaron sus componentes y efectividad. Este alcance ayudó además describir como se implementan los controles, los procedimientos aplicados y como estos han impactado en la calidad de información que se utiliza para la toma de decisiones en la empresa identificado áreas de mejora basadas en evidencias.

3.3. Técnicas e instrumentos para obtener datos

Para llevar a cabo la investigación sobre el control interno contable en el área de ventas de la Lubricado Omar, se utilizaron varias técnicas e instrumentos de recolección de datos, los cuales se mencionan a continuación:

3.3.1. Entrevista

Se establecieron entrevistas con trabajadores clave del equipo de ventas de la lubricadora sujeta a estudio, y con el gerente responsable del control interno

de la empresa. Para esta técnica se aplicó como instrumento de recolección de datos la guía de entrevista, la cual estuvo compuesta por preguntas abiertas que permitieron profundizar las experiencias, percepciones u opiniones sobre el control interno contable del área de ventas y su impacto en la toma de decisiones. A partir de esta técnica se pudo recopilar información cualitativa que sirvió de complemento a los datos cuantitativos recolectados a través de las encuestas (Ver anexo 1).

3.3.2. Observación

Se aplicó esta técnica con el propósito de visualizar y obtener información empírica de los controles actuales en el área de ventas. La observación directa fue realizada a través del registro de elementos importantes como la aplicación de controles internos, flujos de información e interacciones con los trabajadores de la lubricadora lo que permitió establecer las prácticas reales y compararlas con lo reportado en las entrevistas y encuestas. El instrumento que se utilizó para esta técnica es la guía de observación (Ver anexo 2).

3.4. Población y muestra

La población de la investigación estuvo conformada por los trabajadores directamente relacionados con el área de ventas de la Lubricadora Omar, quienes brindaron información relevante sobre el control interno contable del área y su incidencia en la toma de decisiones estratégicas.

3.4.1. Tipo de muestra en investigación cualitativa

El muestreo que se aplicó en el presente estudio es el muestreo no probabilístico intencional en el cual se seleccionan a los participantes debido a sus características y por las aportaciones que pueden brindar a la investigación. A través de este muestreo se garantiza que los trabajadores o participantes en la recolección de datos brinden información precisa sobre el control interno del área de ventas.

Tabla 4. Muestra

N.	Cargo	Área
3	Asesores de venta	Venta
1	Gerente / propietario	Gerencia general

Fuente: Lubricadora Omar

Elaborado por: Villacís (2025)

En ese sentido, la muestra del presente estudio estuvo conformado por 4 colaboradores del área de ventas.

CAPITULO IV

Análisis de Resultados

El análisis de resultados constituye una fase dentro del presente estudio, ya que permite interpretar la información obtenida a través de las técnicas de investigación aplicadas, con el fin de evaluar la incidencia del control interno contable en la toma de decisiones del área de ventas de la Lubricadora “OMAR”.

En este capítulo se presentan los hallazgos derivados del procesamiento y análisis de los datos recopilados, los cuales proporcionan una visión detallada sobre la eficiencia y eficacia de los controles implementados, así como las posibles deficiencias que afectan la calidad de la información financiera y operativa utilizada en la gestión del negocio. La identificación de estas variables permitirá establecer lineamientos estratégicos orientados a optimizar la administración contable y mejorar la capacidad de toma de decisiones en la empresa.

El desarrollo de este capítulo se basa en la aplicación de herramientas analíticas que posibilitan una evaluación objetiva de los procedimientos contables implementados en el área de ventas, considerando aspectos como la precisión en el registro de transacciones, la gestión de inventarios y la confiabilidad de la información utilizada para la planificación financiera.

A través del contraste entre la información teórica y los datos empíricos obtenidos, se busca determinar el impacto de un control interno eficiente sobre el desempeño organizacional, identificando oportunidades de mejora que contribuyan al fortalecimiento de la gestión empresarial en la Lubricadora “OMAR”.

4.1. Resultados de las herramientas de recolección de datos

4.1.1. Resultados de la entrevista

Para comprender el impacto del control interno contable en el área de ventas de la Lubricadora Omar, se realizaron entrevistas a los colaboradores directamente involucrados en el proceso, incluyendo al gerente/propietario y a los asesores de ventas.

A través de estas entrevistas, se identificaron las prácticas actuales de control, las principales dificultades en la toma de decisiones financieras y las oportunidades de mejora en la gestión contable del negocio. Los resultados obtenidos reflejan la necesidad de fortalecer los procedimientos internos, optimizar la calidad de la información financiera y capacitar al personal en la importancia del control contable para una mejor toma de decisiones estratégicas.

A continuación, se presentan los hallazgos más relevantes obtenidos en cada una de las entrevistas realizadas.

Tabla 5. Entrevista a Vendedor 1

Pregunta	Respuesta
1. ¿Cuáles son los controles internos contables que aplica actualmente la lubricadora en el área de ventas?	Principalmente llevamos un registro manual de las ventas diarias y las facturas emitidas. También realizamos arqueos de caja al final del día para verificar que los ingresos coincidan con los valores registrados.
2. ¿Cuáles son las principales dificultades que perciben al momento de utilizar la información financiera para la toma de decisiones en el área de ventas?	Muchas veces la información contable no está actualizada, lo que genera incertidumbre al momento de analizar las cifras de ventas. Además, los registros no son detallados y carecen de un formato estandarizado.
3. ¿Qué procedimientos o controles internos cree usted que son los más efectivos y eficientes en el área de ventas?	El registro diario de ventas y el control de inventarios son claves. Sin embargo, sería más efectivo si se utilizara un software contable para evitar errores en los cálculos manuales.
4. ¿De qué manera le afecta a la lubricadora la calidad de la información financiera para la toma de decisiones respecto al área de ventas?	Nos afecta en la planificación de compras y en la fijación de precios. A veces compramos más productos de los necesarios o fijamos precios sin un análisis adecuado de costos y margen de ganancia.
5. ¿Cómo identifican y gestionan los riesgos contables asociados con el área de ventas?	Se intenta llevar un control manual de los ingresos y egresos, pero no se realiza una auditoría periódica que permita identificar riesgos con precisión.
6. ¿Con qué frecuencia se realizan revisiones o controles internos al desempeño del área de ventas?	De manera informal, el dueño revisa los resultados semanalmente, pero no hay un procedimiento estructurado para auditorías internas.
7. ¿Qué tipo de capacitaciones han recibido los trabajadores del área de ventas sobre la importancia del control interno en la toma de decisiones?	No hemos recibido capacitaciones formales. Solo se nos ha dado instrucciones básicas sobre cómo registrar las ventas.
8. ¿Qué tipo de problemas han tenido en relación con la deficiencia del control interno contable en el área de ventas que haya generado impactos negativos en las decisiones financieras?	En ocasiones, se han encontrado diferencias entre el efectivo y los registros contables, lo que genera confusión. También ha habido problemas de inventario, donde productos aparecen como vendidos, pero no se reflejan en los registros contables.
9. ¿Qué aspectos considera que deberían ser reforzados en el control interno contable del área de ventas?	Se debe implementar un sistema de facturación electrónica y controles más estrictos en el manejo de inventarios. Además, sería útil recibir capacitaciones sobre control contable.
10. ¿Qué tipo de indicadores de rendimiento aplican generalmente para monitorear el desempeño del área de ventas?	Se analiza la cantidad de ventas diarias y el total de ingresos generados, pero no hay métricas establecidas como tasas de conversión o rentabilidad.
11. ¿Qué acciones correctivas han tomado para mejorar la capacidad de respuesta ante posibles deficiencias o riesgos en el área de ventas?	Se han reforzado los controles manuales y se realizan verificaciones más frecuentes de los registros de ventas. Sin embargo, aún hay margen de mejora.
12. ¿Qué tipos de informes emite el área de ventas a la dirección general para mantener el control financiero y garantizar la toma de decisiones oportunas?	Se entregan reportes diarios con el resumen de ventas, pero no incluyen análisis de tendencias ni comparaciones con periodos anteriores.

Fuen Lubricadora Omar

Elaborado por: Villacís (2025)

El análisis de los resultados obtenidos en la entrevista revela deficiencias importantes en el control interno contable del área de ventas de la Lubricadora Omar, lo que afecta la precisión de la información financiera y su utilidad para la toma de decisiones.

Uno de los principales hallazgos es que el control interno contable se basa en registros manuales de ventas y arqueos de caja diarios. Si bien estas prácticas permiten cierto nivel de control, presentan limitaciones significativas en cuanto a precisión y actualización de datos. La falta de un sistema digitalizado impide un monitoreo eficiente de las transacciones y aumenta el riesgo de errores contables.

Entre las principales dificultades identificadas, destaca la falta de actualización en los registros financieros, lo que genera incertidumbre en la planificación de compras y en la fijación de precios. Esto ha ocasionado compras innecesarias y problemas en la gestión de inventarios, afectando la rentabilidad del negocio. Asimismo, la ausencia de auditorías internas estructuradas limita la capacidad de detectar y corregir errores oportunamente.

El estudio también evidencia la falta de capacitación en control interno contable para los trabajadores del área de ventas. No se han implementado programas formales de formación, lo que repercute en la calidad de los registros financieros y en la capacidad del personal para gestionar riesgos contables. Esta deficiencia se traduce en inconsistencias en los registros de ventas y en la aparición de discrepancias entre el inventario y las transacciones reportadas.

En cuanto a las acciones correctivas, se han implementado controles manuales más estrictos y se han aumentado las verificaciones de registros de ventas, aunque sin una metodología formal. No obstante, persiste la necesidad de reforzar el sistema de control mediante la automatización de los procesos contables y la adopción de indicadores clave de rendimiento que permitan evaluar de manera más efectiva el desempeño del área de ventas.

Finalmente, los informes que el área de ventas entrega a la dirección

general se limitan a un resumen diario de ingresos sin un análisis detallado de tendencias o comparaciones históricas. Esto restringe la capacidad de la gerencia para tomar decisiones estratégicas basadas en información financiera confiable y actualizada.

En conclusión, los resultados reflejan una serie de deficiencias en el control interno contable del área de ventas que requieren medidas urgentes, como la implementación de un sistema digital de facturación, auditorías internas periódicas, capacitaciones para el personal y el desarrollo de indicadores de desempeño más específicos. Estas mejoras permitirán optimizar la gestión financiera de la empresa y fortalecer la toma de decisiones estratégicas.

Tabla 6. Entrevista Vendedor 2

Pregunta	Respuesta
1. ¿Cuáles son los controles internos contables que aplica actualmente la lubricadora en el área de ventas?	Registramos las ventas en un cuaderno y luego pasamos la información al propietario. También verificamos que el efectivo cuadre con las ventas realizadas.
2. ¿Cuáles son las principales dificultades que perciben al momento de utilizar la información financiera para la toma de decisiones en el área de ventas?	A veces no se tienen registros actualizados de los productos vendidos, lo que genera demoras en los pedidos y afecta la disponibilidad de inventario.
3. ¿Qué procedimientos o controles internos cree usted que son los más efectivos y eficientes en el área de ventas?	Un sistema digital ayudaría mucho, ya que actualmente dependemos de registros manuales que pueden contener errores. También sería útil llevar un control más estricto del inventario.
4. ¿De qué manera le afecta a la lubricadora la calidad de la información financiera para la toma de decisiones respecto al área de ventas?	Si no se tiene información clara sobre los ingresos y costos, se pueden tomar decisiones incorrectas, como fijar precios demasiado bajos o comprar productos que no se necesitan.
5. ¿Cómo identifican y gestionan los riesgos contables asociados con el área de ventas?	Principalmente revisamos que las facturas y el efectivo cuadren al final del día, pero no hay un sistema formal para gestionar riesgos.
6. ¿Con qué frecuencia se realizan revisiones o controles internos al desempeño del área de ventas?	El propietario revisa las ventas semanalmente, pero no hay un control estructurado que garantice una supervisión constante.
7. ¿Qué tipo de capacitaciones han recibido los trabajadores del área de ventas sobre la importancia del control interno en la toma de decisiones?	No hemos recibido capacitaciones. Aprendemos sobre la marcha con la experiencia en el negocio.
8. ¿Qué tipo de problemas han tenido en relación a la deficiencia del control interno contable en el área de ventas que haya generado impactos negativos en las decisiones financieras?	En ocasiones, no se han registrado correctamente las ventas, lo que ha generado pérdidas de ingresos y confusión en los reportes financieros.
9. ¿Qué aspectos considera que deberían ser reforzados en el control interno contable del área de ventas?	Implementar un sistema digital para registros de ventas y capacitar al personal en temas contables básicos.
10. ¿Qué tipo de indicadores de rendimiento aplican generalmente para monitorear el desempeño del área de ventas?	Solo medimos el total de ventas diarias, pero no se hace un análisis detallado de rentabilidad o tendencias de ventas.
11. ¿Qué acciones correctivas han tomado para mejorar la capacidad de respuesta ante posibles deficiencias o riesgos en el área de ventas?	Se han reforzado los controles manuales y se revisan las ventas con más frecuencia. Sin embargo, no hay un sistema estructurado para prevenir errores.
12. ¿Qué tipos de informes emite el área de ventas a la dirección general para mantener el control financiero y garantizar la toma de decisiones oportunas?	Se entregan reportes básicos con el total de ventas diarias, pero no incluyen detalles sobre costos o margen de ganancia.

Fuente: Lubricadora Omar

Elaborado por: Villacís (2025)

Los resultados obtenidos en la entrevista con el segundo vendedor de la Lubricadora Omar refuerzan los hallazgos generales sobre las deficiencias en el control interno contable del área de ventas. Se evidencia una fuerte dependencia de registros manuales, lo que incrementa el riesgo de errores y dificulta la actualización oportuna de la información financiera. La falta de un sistema automatizado impide un control eficiente de las ventas y del inventario, lo que genera inconsistencias en los datos utilizados para la toma de decisiones.

Una de las principales dificultades señaladas es la falta de registros actualizados de los productos vendidos, lo que impacta directamente en la gestión de inventarios y ocasiona demoras en los pedidos. Esto puede derivar en una reducción de la disponibilidad de productos y afectar la satisfacción de los clientes. Además, la falta de información clara sobre costos e ingresos puede llevar a decisiones erróneas en la fijación de precios y en la planificación de compras, afectando la rentabilidad del negocio.

En cuanto a la gestión de riesgos contables, se identificó que las únicas medidas implementadas consisten en la verificación manual de facturas y efectivo al final del día. Sin embargo, no existe un sistema formal de identificación y mitigación de riesgos, lo que deja expuesta a la empresa a errores contables, fraudes o pérdidas económicas. La falta de auditorías internas periódicas agrava esta situación, ya que no se cuenta con mecanismos estructurados para detectar irregularidades de manera sistemática.

Otro aspecto crítico identificado en la entrevista es la ausencia de capacitaciones para los trabajadores del área de ventas sobre la importancia del control interno. La formación en temas contables y administrativos es fundamental para garantizar registros precisos y mejorar la toma de decisiones. Actualmente, los empleados aprenden de manera empírica, lo que limita su conocimiento sobre las mejores prácticas contables y los expone a cometer errores en el registro de transacciones.

En términos de indicadores de rendimiento, se evidencia que el único

parámetro utilizado es el total de ventas diarias, sin realizar un análisis más detallado de la rentabilidad, tasas de conversión o tendencias de ventas. Esto impide evaluar el desempeño del negocio de manera estratégica y dificulta la planificación basada en datos reales.

Finalmente, los informes emitidos al propietario se limitan a reportes básicos con el total de ventas diarias, sin incluir información sobre costos, márgenes de ganancia o comparaciones con períodos anteriores. Esto restringe la capacidad de la dirección para tomar decisiones fundamentadas y limita la posibilidad de identificar oportunidades de mejora.

En conclusión, la entrevista confirma la necesidad de implementar un sistema contable automatizado, establecer auditorías internas periódicas, capacitar al personal en control interno y desarrollar indicadores clave de rendimiento. La mejora en estos aspectos permitirá optimizar la gestión contable del área de ventas y fortalecer la toma de decisiones estratégicas en la Lubricadora Omar.

Tabla 7. Entrevista Vendedor 3

Pregunta	Respuesta
1. ¿Cuáles son los controles internos contables que aplica actualmente la lubricadora en el área de ventas?	Solo llevamos registros manuales de las ventas diarias y hacemos arqueos de caja al final de la jornada. No hay un sistema digitalizado.
2. ¿Cuáles son las principales dificultades que perciben al momento de utilizar la información financiera para la toma de decisiones en el área de ventas?	Los datos no siempre están actualizados, y como los registros son manuales, pueden ocurrir errores al calcular ingresos y gastos.
3. ¿Qué procedimientos o controles internos cree usted que son los más efectivos y eficientes en el área de ventas?	Un software de ventas y un mejor control de inventario serían de gran ayuda para evitar errores y mejorar la toma de decisiones.
4. ¿De qué manera le afecta a la lubricadora la calidad de la información financiera para la toma de decisiones respecto al área de ventas?	Si la información no es precisa, el propietario puede tomar decisiones equivocadas, como comprar productos en exceso o fijar precios incorrectos.
5. ¿Cómo identifican y gestionan los riesgos contables asociados con el área de ventas?	Revisamos las ventas y el efectivo diariamente, pero no hay un proceso definido para evaluar los riesgos financieros.
6. ¿Con qué frecuencia se realizan revisiones o controles internos al desempeño del área de ventas?	Se hacen revisiones semanales, pero no son muy estructuradas ni detalladas.
7. ¿Qué tipo de capacitaciones han recibido los trabajadores del área de ventas sobre la importancia del control interno en la toma de decisiones?	No hemos recibido capacitaciones específicas sobre este tema. Todo lo aprendemos con la práctica.
8. ¿Qué tipo de problemas han tenido en relación con la deficiencia del control interno contable en el área de ventas que haya generado impactos negativos en las decisiones financieras?	Ha habido diferencias en los registros de ventas y errores en la facturación, lo que ha generado problemas con los ingresos y el inventario.
9. ¿Qué aspectos considera que deberían ser reforzados en el control interno contable del área de ventas?	Se debe mejorar la precisión en los registros, implementar controles más estrictos y capacitar al personal en manejo contable.
10. ¿Qué tipo de indicadores de rendimiento aplican generalmente para monitorear el desempeño del área de ventas?	Solo se revisa el total de ventas, pero no se analizan indicadores como márgenes de ganancia o satisfacción del cliente.
11. ¿Qué acciones correctivas han tomado para mejorar la capacidad de respuesta ante posibles deficiencias o riesgos en el área de ventas?	Se han realizado revisiones más frecuentes, pero aún hace falta un sistema formal para prevenir errores.
12. ¿Qué tipos de informes emite el área de ventas a la dirección general para mantener el control financiero y garantizar la toma de decisiones oportunas?	Se presentan reportes diarios con las ventas totales, pero no incluyen análisis financieros detallados.

Fuente: Lubricadora Omar

Elaborado por: Villacís (2025)

Los resultados de la entrevista con el tercer vendedor confirman que el área de ventas de la Lubricadora Omar presenta deficiencias significativas en su control interno contable, afectando la calidad de la información financiera y su uso en la toma de decisiones. La falta de un sistema digitalizado y la dependencia de registros manuales generan riesgos de errores en la contabilidad y dificultades en la gestión del negocio.

Uno de los principales problemas identificados es que los registros de ventas y arqueos de caja se realizan de manera manual, lo que aumenta la posibilidad de inconsistencias en los datos. Además, la información no siempre está actualizada, lo que impide a la gerencia contar con datos precisos y oportunos para la planificación financiera y la gestión del inventario. Esta falta de actualización ha ocasionado errores en la facturación y diferencias en los ingresos reportados.

En cuanto a los procedimientos más efectivos, el entrevistado destaca la necesidad de implementar un software de ventas y un control más riguroso del inventario. La ausencia de un sistema automatizado impide identificar con precisión los costos y márgenes de ganancia, lo que puede llevar a decisiones equivocadas en la fijación de precios y en la compra de productos.

El control de riesgos contables es otro aspecto crítico, ya que actualmente se limita a la verificación diaria del efectivo y las ventas, sin una metodología formal para identificar y mitigar riesgos financieros. La falta de auditorías internas estructuradas agrava esta situación, dejando a la empresa expuesta a posibles fraudes o pérdidas económicas debido a errores en los registros.

En términos de formación, la entrevista confirma que los empleados no han recibido capacitaciones específicas sobre control interno contable. El aprendizaje se basa en la experiencia práctica, lo que puede generar inconsistencias en la aplicación de procesos contables y financieros. La falta de capacitación también repercute en la calidad de los informes financieros, que actualmente se limitan a reportes diarios de ventas sin análisis detallados de

rentabilidad o tendencias del mercado.

Otro hallazgo relevante es la carencia de indicadores de rendimiento detallados. Actualmente, el único parámetro medido es el total de ventas, sin considerar factores como márgenes de ganancia, rotación de inventario o satisfacción del cliente. Esto dificulta la evaluación del desempeño del negocio y la toma de decisiones estratégicas basadas en datos concretos.

Aunque se han tomado acciones correctivas como revisiones más frecuentes de los registros de ventas, sigue siendo evidente la necesidad de estructurar mejor los controles internos. La implementación de un sistema contable digital, la capacitación del personal y el establecimiento de auditorías internas periódicas son medidas clave para mejorar la eficiencia y confiabilidad del control interno contable en el área de ventas.

En conclusión, la entrevista con el tercer vendedor reafirma las deficiencias estructurales en el control interno contable de la Lubricadora Omar y la necesidad urgente de modernizar sus procesos financieros. Sin una actualización tecnológica y sin una gestión más rigurosa del control contable, la empresa seguirá enfrentando dificultades en la toma de decisiones y en la optimización de sus operaciones comerciales.

Tabla 8. Cuadro comparativo de Entrevista a Vendedores

Pregunta	Vendedor 1	Vendedor 2	Vendedor 3	Análisis Comparativo
1. Controles internos contables aplicados	Registro manual de ventas y arqueos de caja diarios.	Registro en cuaderno y verificación manual del efectivo.	Registro manual de ventas y arqueos de caja diarios.	Todos los vendedores confirman que el control interno es manual y no cuentan con un sistema digital, lo que aumenta el riesgo de errores y dificulta el análisis financiero.
2. Dificultades en el uso de información financiera	Información contable desactualizada y sin formato estandarizado.	Registros no actualizados afectan el inventario y los pedidos.	Registros desactualizados y propensos a errores en cálculos de ingresos y gastos.	La falta de actualización y estructura en los registros impide una toma de decisiones efectiva, afectando la gestión del inventario y la planificación financiera.
3. Procedimientos o controles más efectivos	Registro diario y control de inventario, pero sería mejor con un software.	Implementación de un sistema digital y mejor control de inventarios.	Uso de software de ventas y mejor manejo de inventario.	Todos los vendedores consideran que un sistema digital ayudaría a reducir errores y mejorar la eficiencia del control interno.
4. Impacto de la calidad de la información financiera en la toma de decisiones	Afecta la planificación de compras y fijación de precios.	Puede generar compras innecesarias o precios incorrectos.	Decisiones erróneas en compras y precios por falta de datos precisos.	La falta de información clara y precisa afecta directamente la rentabilidad del negocio, generando compras innecesarias y errores en la fijación de precios.
5. Identificación y gestión de riesgos contables	Control manual de ingresos y egresos sin auditoría periódica.	Verificación manual de facturas y efectivo, sin proceso formal.	No hay un proceso definido para evaluar riesgos financieros.	No existen auditorías internas ni una metodología estructurada para la gestión de riesgos, lo que deja a la empresa expuesta a errores financieros y fraudes.
6. Frecuencia de revisiones o controles internos	Revisión semanal por parte del dueño, pero sin estructura.	El propietario revisa semanalmente, pero sin supervisión constante.	Revisiones semanales sin estructura detallada.	Aunque se realizan revisiones, estas son informales y carecen de un procedimiento estructurado que garantice un control riguroso.

7. Capacitaciones sobre control interno	No han recibido capacitaciones formales, solo instrucciones básicas.	No han recibido capacitaciones, aprenden sobre la marcha.	No han recibido capacitaciones específicas, solo experiencia práctica.	Ningún vendedor ha recibido formación sobre control interno contable, lo que limita la efectividad del proceso y aumenta la probabilidad de errores.
8. Problemas por deficiencias en el control interno	Diferencias entre efectivo y registros contables, problemas con inventario.	Ventas no registradas correctamente, pérdidas de ingresos y confusión en reportes.	Errores en facturación y diferencias en registros de ventas.	Las fallas en el control interno han causado pérdidas económicas y descontrol en la gestión del inventario y la facturación.
9. Aspectos a reforzar en el control interno	Implementación de facturación electrónica y mejor control de inventarios.	Uso de sistema digital y capacitación en contabilidad básica.	Mayor precisión en registros, controles más estrictos y formación en contabilidad.	Se requiere digitalizar los procesos y capacitar al personal para mejorar la precisión y confiabilidad de la información contable.
10. Indicadores de rendimiento aplicados	Solo se mide cantidad de ventas diarias e ingresos, sin más métricas.	Solo se mide ventas diarias, sin análisis de rentabilidad o tendencias.	Se revisa el total de ventas, pero sin métricas de ganancia o satisfacción del cliente.	No se aplican indicadores estratégicos de rendimiento, lo que impide evaluar la rentabilidad del negocio y optimizar procesos.
11. Acciones correctivas ante deficiencias	Mayor control manual y verificaciones frecuentes.	Revisión más frecuente de ventas, pero sin sistema formal de prevención.	Se aumentaron revisiones, pero falta un sistema estructurado.	Se han reforzado controles manuales, pero sin una solución estructurada que elimine los errores de raíz.
12. Informes emitidos al área de dirección	Reportes diarios de ventas sin análisis de tendencias.	Reportes básicos sin detalles de costos o márgenes de ganancia.	Reportes diarios de ventas sin análisis financiero detallado.	Los informes actuales son insuficientes para la toma de decisiones estratégicas, ya que no incluyen análisis detallados de rentabilidad ni proyecciones financieras.

Fuente: Lubricadora Omar

Elaborado por: Villacís (2025)

El análisis comparativo de las entrevistas muestra que los tres vendedores enfrentan problemas similares en cuanto a la gestión del control interno contable. Se evidencia una fuerte dependencia de registros manuales, la falta de actualización de la información financiera y la ausencia de herramientas digitales que faciliten la administración contable.

Además, la falta de capacitación en control interno y contabilidad básica es un factor crítico que afecta la precisión de los registros y genera problemas en la toma de decisiones financieras. Asimismo, la ausencia de auditorías internas estructuradas y la falta de indicadores de rendimiento detallados impiden una evaluación eficiente del desempeño del área de ventas.

Para mejorar el control interno contable y optimizar la gestión del área de ventas, se recomienda:

1. **Implementar un sistema de facturación electrónica y contabilidad digital** para reducir errores y mejorar la actualización de datos.
2. **Realizar capacitaciones periódicas** en temas de control interno y manejo contable para fortalecer las habilidades del personal.
3. **Establecer auditorías internas periódicas** para detectar y corregir errores en los registros financieros.
4. **Definir indicadores clave de rendimiento** que permitan evaluar la rentabilidad, rotación de inventario y eficiencia en la gestión de ventas.
5. **Mejorar la estructura de los informes financieros** incorporando análisis de tendencias, márgenes de ganancia y proyecciones estratégicas.

Tabla 9. Entrevista a gerente

Pregunta	Respuesta
1. ¿Cuáles son los controles internos contables que aplica actualmente la lubricadora en el área de ventas?	Se lleva un control manual de ventas y facturación. También se realiza un arqueo de caja al final del día. Sin embargo, no contamos con un sistema contable automatizado.
2. ¿Cuáles son las principales dificultades que perciben al momento de utilizar la información financiera para la toma de decisiones en el área de ventas?	La falta de un registro detallado y actualizado dificulta el análisis financiero. En ocasiones, se han tomado decisiones de compra sin datos precisos sobre inventario y demanda.
3. ¿Qué procedimientos o controles internos cree usted que son los más efectivos y eficientes en el área de ventas?	Un buen control de inventario y el uso de reportes detallados de ventas ayudarían a mejorar la gestión financiera.
4. ¿De qué manera le afecta a la lubricadora la calidad de la información financiera para la toma de decisiones respecto al área de ventas?	Si los registros no son precisos, se pueden tomar decisiones equivocadas, como compras innecesarias o fijación de precios inadecuados. También afecta la planificación a largo plazo.
5. ¿Cómo identifican y gestionan los riesgos contables asociados con el área de ventas?	Se han identificado riesgos como registros inconsistentes y falta de control en los inventarios. La gestión se realiza con revisiones manuales, pero es necesario implementar un sistema más formal.
6. ¿Con qué frecuencia se realizan revisiones o controles internos al desempeño del área de ventas?	Se realizan revisiones semanales, pero sin una metodología definida. No contamos con auditorías internas regulares.
7. ¿Qué tipo de capacitaciones han recibido los trabajadores del área de ventas sobre la importancia del control interno en la toma de decisiones?	No se han impartido capacitaciones formales, lo que genera una falta de conocimiento en la importancia del control contable.
8. ¿Qué tipo de problemas han tenido en relación con la deficiencia del control interno contable en el área de ventas que haya generado impactos negativos en las decisiones financieras?	Ha habido diferencias entre los registros contables y el inventario real, lo que ha generado compras innecesarias y pérdidas económicas. También se han presentado errores en la facturación.
9. ¿Qué aspectos considera que deberían ser reforzados en el control interno contable del área de ventas?	Se necesita implementar un software contable, mejorar la capacitación del personal y realizar auditorías internas periódicas.
10. ¿Qué tipo de indicadores de rendimiento aplican generalmente para monitorear el desempeño del área de ventas?	Se revisan las ventas diarias y el flujo de caja, pero no se aplican indicadores detallados como márgenes de ganancia o rotación de inventario.
11. ¿Qué acciones correctivas han tomado para mejorar la capacidad de respuesta ante posibles deficiencias o riesgos en el área de ventas?	Se han implementado controles más estrictos en la revisión de ventas y en el control del inventario. También se ha considerado la posibilidad de adquirir un sistema contable.
12. ¿Qué tipos de informes emite el área de ventas a la dirección general para mantener el control financiero y garantizar la toma de decisiones oportunas?	Actualmente, se entregan reportes de ventas diarios y semanales, pero sin un análisis detallado que permita tomar decisiones estratégicas de manera efectiva.

Fuente: Lubricadora Omar

Elaborado por: Villacís (2025)

La entrevista con el gerente de la Lubricadora Omar confirma y amplía la visión sobre las deficiencias en el control interno contable del área de ventas, revelando que los problemas identificados por los vendedores también son percibidos a nivel gerencial. A continuación, se detallan los aspectos más relevantes.

El gerente reconoce que los controles internos actuales se limitan a registros manuales de ventas y arqueos de caja diarios, sin contar con un sistema contable automatizado. Esta metodología aumenta la posibilidad de errores y dificulta el acceso rápido a información clave para la toma de decisiones. La falta de un control detallado del inventario también contribuye a problemas en la planificación de compras y en la administración de los recursos financieros.

Uno de los principales problemas identificados es la ausencia de registros detallados y actualizados, lo que impide realizar análisis financieros precisos. El gerente menciona que, en varias ocasiones, se han tomado decisiones de compra sin contar con datos fiables sobre inventario y demanda, lo que ha derivado en compras innecesarias o desabastecimiento de ciertos productos. Esta falta de información confiable afecta la rentabilidad y la planificación estratégica de la empresa.

Aunque se han identificado riesgos relacionados con registros inconsistentes y falta de control en los inventarios, la gestión de estos se limita a revisiones manuales sin un sistema estructurado. No se realizan auditorías internas periódicas, lo que deja a la empresa vulnerable a errores financieros, fraudes o desajustes en los balances contables. Esto coincide con la percepción de los vendedores, quienes también señalaron la ausencia de un proceso formal para mitigar riesgos.

El gerente confirma que no se han impartido capacitaciones formales sobre control interno contable al personal de ventas. La falta de formación en este aspecto limita la capacidad de los empleados para registrar correctamente las transacciones y manejar información financiera de manera adecuada. Este problema ya había sido identificado en las entrevistas con los vendedores

Tabla 10. Comparativa de Criterio de Gerente Vs Criterio de Vendedores

Pregunta	Gerente	Vendedores	Análisis Comparativo
1. Controles internos contables aplicados	Control manual de ventas y arqueos de caja diarios. No hay sistema automatizado.	Registro manual de ventas y arqueos de caja. No hay digitalización.	Tanto el gerente como los vendedores coinciden en la falta de automatización y en la dependencia de registros manuales, lo que incrementa el riesgo de errores y dificulta la precisión contable.
2. Dificultades en el uso de información financiera	La falta de registros actualizados dificulta la toma de decisiones y afecta la planificación de compras.	La desactualización de registros genera incertidumbre y problemas en la gestión de inventarios.	Ambos coinciden en que la falta de información precisa y actualizada afecta la toma de decisiones estratégicas y operativas, lo que puede llevar a compras innecesarias o errores en precios.
3. Procedimientos o controles más efectivos	Un buen control de inventario y reportes detallados mejorarían la gestión financiera.	Un software de ventas y mejor control de inventario serían más efectivos.	Todos coinciden en la necesidad de mejorar el control del inventario y de digitalizar los registros para evitar errores y facilitar la toma de decisiones.
4. Impacto de la calidad de la información financiera en la toma de decisiones	Registros imprecisos generan compras innecesarias y afectan la planificación a largo plazo.	Falta de información clara puede llevar a precios incorrectos y compras erradas.	Tanto el gerente como los vendedores coinciden en que la falta de datos confiables genera problemas financieros y operativos, afectando la rentabilidad del negocio.
5. Identificación y gestión de riesgos contables	Se han identificado riesgos como registros inconsistentes y falta de control en inventarios, pero no hay un sistema formal para gestionarlos.	La revisión manual del efectivo y las facturas es la única medida de control, sin un proceso formal de gestión de riesgos.	No hay un sistema estructurado para gestionar riesgos financieros, lo que deja a la empresa vulnerable a errores, fraudes o pérdidas económicas.
6. Frecuencia de revisiones o controles internos	Se realizan revisiones semanales sin una metodología definida. No hay auditorías internas regulares.	El dueño revisa semanalmente, pero sin supervisión constante ni estructura formal.	Ambos coinciden en que las revisiones son informales y carecen de un procedimiento estructurado que garantice un control eficiente del área de ventas.
7. Capacitaciones sobre control interno	No se han impartido capacitaciones formales.	No han recibido capacitaciones, aprenden sobre la marcha.	Existe un consenso en la falta de formación en control interno, lo que limita la capacidad del personal para gestionar correctamente la información contable y financiera.

8. Problemas por deficiencias en el control interno	Diferencias en registros contables e inventario han generado pérdidas económicas y errores en facturación.	Diferencias entre registros y efectivo han causado problemas en ventas y facturación.	Tanto el gerente como los vendedores han experimentado pérdidas y errores debido a un control interno deficiente, lo que subraya la necesidad de implementar mejoras urgentes.
9. Aspectos a reforzar en el control interno	Se necesita un software contable, capacitaciones y auditorías internas periódicas.	Implementar digitalización de registros y capacitar al personal.	Todos coinciden en que la digitalización y la formación del personal son aspectos clave para mejorar el control interno del área de ventas.
10. Indicadores de rendimiento aplicados	Se revisan ventas diarias y flujo de caja, pero no se miden márgenes de ganancia ni rotación de inventario.	Solo se mide la cantidad de ventas diarias, sin análisis de rentabilidad o tendencias.	No se aplican métricas estratégicas para evaluar el desempeño del negocio, lo que dificulta la toma de decisiones basadas en datos.
11. Acciones correctivas ante deficiencias	Se han reforzado controles manuales y se está considerando la implementación de un sistema contable.	Se han aumentado las revisiones manuales, pero no hay una solución estructurada.	Se han realizado mejoras superficiales, pero sin un sistema formal que elimine los errores desde la raíz.
12. Informes emitidos al área de dirección	Reportes de ventas diarios y semanales, pero sin análisis detallados para decisiones estratégicas.	Reportes básicos de ventas diarias sin análisis de tendencias o costos.	Los informes actuales no son suficientes para una toma de decisiones efectiva, ya que carecen de análisis financieros detallados.

Fuente: Lubricadora Omar

Elaborado por: Villacís (2025)

La comparación entre la entrevista al gerente y los vendedores confirma que existe un consenso sobre los problemas del control interno en el área de ventas de la Lubricadora Omar. Tanto la gerencia como los empleados coinciden en que la falta de digitalización, la desactualización de registros y la ausencia de auditorías internas afectan la toma de decisiones y la gestión financiera del negocio.

Uno de los puntos más críticos es la dependencia de registros manuales, lo que genera errores en la facturación, problemas en el control de inventario y dificultades para analizar el desempeño financiero. Además, ninguno de los entrevistados ha recibido capacitaciones sobre control interno, lo que agrava la falta de conocimiento y la posibilidad de cometer errores contables.

En términos de gestión de riesgos, todos coinciden en que las revisiones semanales son informales y carecen de una metodología estructurada, lo que deja a la empresa vulnerable a fraudes, pérdidas económicas y falta de planificación estratégica. Asimismo, la falta de indicadores de rendimiento detallados impide evaluar con precisión la rentabilidad y eficiencia del área de ventas.

4.1.2. Resultados de la observación

Con el objetivo de evaluar la efectividad del control interno contable en el área de ventas de la Lubricadora Omar, se realizó una observación detallada del funcionamiento de los procesos administrativos y contables. A través de esta evaluación, se identificaron fortalezas y oportunidades de mejora en la gestión de la información financiera, la aplicación de políticas internas y el uso de herramientas tecnológicas. Los resultados obtenidos proporcionan una visión clara del nivel de cumplimiento de los procedimientos contables y su impacto en la operatividad del negocio. A continuación, se presentan los hallazgos obtenidos en la ficha de observación.

Tabla 11. Resultados de la Observación

Ítem	Descripción	Si Cumple	No Cumple	Observaciones
1	Tienen políticas y procedimientos establecidos formalmente para el control interno contable del área de ventas		x	No existen documentos formales que definan las políticas contables. La gestión se realiza de manera empírica.
2	Utilizan formatos estandarizados para registrar las ventas		x	Se llevan registros manuales en cuadernos sin un formato uniforme, lo que genera inconsistencias.
3	El acceso a la información financiera de las ventas es adecuado y restringido		x	La información es manejada de manera informal y no hay restricciones claras de acceso.
4	Han realizado auditorías internas		x	No se han implementado auditorías internas regulares en el área de ventas.
5	Cuentan con respaldos de documentos relacionados con las ventas (facturas, órdenes, entre otros).	x		Se conservan copias de facturas y otros documentos, aunque no siempre están organizadas adecuadamente.
6	Existe comunicación fluida en el área de ventas	x		Se observó buena comunicación entre los colaboradores, lo que facilita la operación diaria.
7	El personal ha recibido capacitaciones sobre control interno		x	No se han realizado capacitaciones formales sobre el tema.
8	Utilizan herramientas tecnológicas para el registro y seguimiento de las ventas		x	Todo el control se realiza de forma manual, sin uso de sistemas contables digitales.
9	Existen procedimientos claros para la autorización de descuentos y promociones en ventas		x	No hay procedimientos establecidos. Las decisiones se toman de manera discrecional.
10	Realizan arqueos de caja semanales para mantener el control de ventas diarias	x		Se realizan arqueos de caja, pero sin una metodología estructurada.
11	Mantienen documentados los riesgos asociados al área de ventas		x	No se ha identificado una documentación formal sobre los riesgos contables.
12	El personal parece satisfecho con los controles internos actuales		x	Se observó cierta inconformidad en los empleados debido a la falta de estructura en los procesos contables.
13	Existen indicadores que permiten evaluar el desempeño de las ventas		x	No se utilizan métricas específicas más allá del total de ventas diarias.
14	Los procesos contables del área están documentados de forma ordenada y adecuada para facilitar la toma de decisiones		x	La documentación de los procesos es deficiente y dispersa, lo que dificulta la consulta de información.
15	Se han asignado responsabilidades específicas para la gestión de riesgos en el área de ventas		x	No hay una asignación clara de funciones en la gestión de riesgos.

Fuente: Lubricadora Omar

Elaborado por: Villacís (2025)

Los resultados de la ficha de observación reflejan que el área de ventas de la Lubricadora Omar presenta múltiples deficiencias en el control interno contable. Uno de los hallazgos más críticos es la ausencia de políticas y procedimientos formalmente documentados, lo que indica que la gestión contable se lleva a cabo de manera empírica y sin una estructura clara. Esto impacta negativamente en la confiabilidad de la información financiera y dificulta la planificación estratégica del negocio.

La falta de estandarización en los formatos de registro de ventas es otro punto de preocupación. Actualmente, los datos se manejan en cuadernos sin un formato uniforme, lo que incrementa el riesgo de errores y dificulta la consolidación de la información. Además, el acceso a la información financiera es inadecuado, ya que no existen protocolos definidos que restrinjan su manejo y resguardo, lo que aumenta la vulnerabilidad ante posibles errores o fraudes.

Otro aspecto relevante es la carencia de auditorías internas en el área de ventas. La falta de revisiones periódicas impide detectar oportunamente irregularidades y corregir errores en los registros financieros. Además, no se cuenta con una documentación formal sobre los riesgos contables, lo que deja a la empresa expuesta a pérdidas económicas y problemas en la toma de decisiones.

Si bien se identificó que la comunicación dentro del equipo de ventas es fluida, lo que facilita el desarrollo de las operaciones diarias, la ausencia de capacitaciones en control interno limita el conocimiento del personal sobre buenas prácticas contables y gestión financiera. Esto coincide con la insatisfacción observada en los trabajadores, quienes expresaron preocupación por la falta de estructura y apoyo en los procesos administrativos.

En cuanto a la evaluación del desempeño del área de ventas, se encontró que no existen indicadores específicos más allá del total de ventas diarias. La falta de métricas como márgenes de ganancia, rotación de inventario o rentabilidad por producto impide una evaluación precisa del rendimiento

financiero del negocio. Finalmente, se observó que los arqueos de caja se realizan con regularidad, pero sin una metodología bien definida. Además, no hay procedimientos claros para la autorización de descuentos y promociones, lo que podría generar inconsistencias en la fijación de precios y afectar la rentabilidad del negocio.

4.1.3. Resultados del Análisis Financiero

El análisis financiero de la Lubricadora Omar se basa en la información proporcionada en el Estado de Situación Inicial y el Estado de Resultados correspondiente al período del 1ro de enero al 31 de diciembre del 2024. A continuación, se examinan los principales indicadores financieros de la empresa para evaluar su estabilidad, rentabilidad y eficiencia operativa:

Activos:

- **Activo Corriente:** \$60.929,49
 - Caja y Bancos representan \$27.900,00 (57.7% del activo corriente).
 - Cuentas por cobrar suman \$3.029,49 reflejando una cartera de clientes limitada.
 - Inventario de productos terminados asciende a \$30,000.00, lo que indica una inversión significativa en stock.

- **Activo Fijo:** \$13.680,00
 - Representa solo el **8.1%** del total de activos, indicando que la empresa no depende fuertemente de activos físicos.

- **Total, Activo:** \$74.609,49

Pasivos y Patrimonio:

- **Pasivo Corriente:** \$34,534.63
 - Obligaciones con proveedores: \$12,534.63
 - Deuda con Banco Pichincha: \$22,000.00

- **Patrimonio Neto:** \$40,074.86
 - Capital inicial: \$10,000.00
 - Utilidad del ejercicio: \$30,074.86

- **Total, Pasivo y Patrimonio:** \$74,609.49

Indicadores Financieros del Balance:

- **Razón de Liquidez:** Activo Corriente / Pasivo Corriente = **1.76**
 - La empresa cuenta con \$1.76 en activos corrientes por cada \$1.00 de pasivo corriente, lo que indica una sólida capacidad de pago a corto plazo.

- **Apalancamiento Financiero:** Pasivo Total / Patrimonio = 0.86
 - La empresa tiene un 86% de financiamiento externo en relación con su patrimonio, lo que muestra un nivel de endeudamiento manejable.

Como soporte se adjuntan el Estado de Situación Financiera:

Tabla 12. Estado de situación inicial 2024

LUBRICADORA "OMAR"			
FRANCISCO ISMAEL VILLACIS			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
DEL 1ro DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2024			
A.-ACTIVOS			
A.1.- ACTIVO CORRIENTE			
A.1.1.- CAJA - BANCOS			\$27.900,00
A.1.1.1- CAJA			
A. 1.1.1.1.- Efectivo	\$ 9.600,00		
A.1.1.2.- BANCOS			
A.1.1.2.1.- Banco Pichincha	\$18.300,00		
A.1.2.- CTAS. Y DOCS X COBRAR			
			\$ 3.029,49
A.1.3.1.- Clientes no relacionados- locales	\$ 3.029,49		
A.1.3.-INVENTARIO DE PROD.TERMINADOS			
			\$30.000,00
A.1.4.1.- PRODUCTOS EN BODEGA	\$30.000,00		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE			\$60.929,49
A.2.- ACTIVO FIJO			
	V/REAL	DEPRE.ACUM.	V/ACTUAL
A.2.1.- Inmuebles			
A.2.2.- Muebles y Enseres	\$ 3.000,00	\$ 300,00	\$ 2.700,00
A.2.3.- Maquinaria, Equipo e Instalaciones	\$ 2.300,00	\$ 230,00	\$ 2.070,00
A.2.4.- Equipo de Cómputo y Software	\$ 2.300,00	\$ 230,00	\$ 2.070,00
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 7.600,00	\$ 760,00	\$ 6.840,00
			\$13.680,00
TOTAL ACTIVO			\$74.609,49
B.- PASIVOS			
B.1- PASIVO CORRIENTE			
B.1.1 CTAS Y DOC. X PAGAR- PROVEEDORES			
			\$12.534,63
B.1.1.1.-No Relacionados - Locales	\$12.534,63	-	
B.1.2.- OBLIGACIONES INSTITUCIONES FINANIERAS			
	-	\$22.000,00	
B.1.2.1.- Banco Pichincha	\$22.000,00	-	
B.1.3.- OTRAS CTAS Y DOC. X PAGAR NO RELACIONADAS			
	-	-	
TOTAL PASIVO CORRIENTE			\$34.534,63
C.-PATRIMONIO			
C.1.- CAPITAL		\$10.000,00	
C.4.- UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO ACTUAL		\$30.074.86	
TOTAL PATRIMONIO NETO			\$40.074,86
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			\$74.609,49

Fuente: Lubricadora Omar

Elaborado por: Villacís (2025)

Mientras que, el Estado de Resultados presenta los datos como siguen:

Tabla 13. Estado de Resultados 2024

LUBRICADORA "OMAR"		
FRANCISCO ISMAEL VILLACIS		
ESTADO DE RESULTADOS		
DEL 1ro DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2024		
D.1.- INGRESOS		
D.1.1.- VENTAS NETAS LOCALES TARIFA 15%		\$ 153.000,00
D.1.1.1.- Lubricantes, Aceites y Filtros	\$ 153.000,00	
D.1.2.- VENTAS LOCALES TARIFA 0%		\$ -
D.1.2.1.- Transporte	\$ -	
TOTAL INGRESOS		\$ 153.000,00
COSTOS Y GASTOS		
E.1.- COSTOS		
E.1.1.- (+) INVENTARIO INICIAL DE BIENES	\$ 58.786,00	
E.1.2.- (+) COMPRAS NETAS LOCALES	\$ 46.500,00	
E.1.3.- (+) IMPORTACIONES DE BIENES		
E.1.4.- (-) INVENTARIO FINAL	\$ 30.000,00	
TOTAL COSTOS		\$ 75.286,00
F.1 GASTOS		
F.1.1.-SUELDOS Y SALARIOS GRABADOS AL IESS	\$ 25.920,00	
F.1.2.- BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES		
F.1.3.- APOORTE AL IESS FONDO DE RESERVA	\$ 2.159,14	
F.1.4.- MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	\$ 2.400,00	
F.1.5 SUMINISTROS Y MATERIALES	\$ 720,00	
F.1.6.- PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	\$ 300,00	
F.1.7.-ARRENDAMIENTO LOCAL	\$ 8.400,00	
F.1.8.- SERVICIOS PÚBLICOS	\$ 2.700,00	
F.1.9.- COMBUSTIBLE	\$ 1.440,00	
F.1.10.- HONORARIOS A PROFESIONALES	\$ 3.600,00	
TOTAL GASTOS		\$ 47.639,14
TOTAL COSTOS Y GASTOS		\$ 122.925,14
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 30.074,86

Fuente:Lubricadora Omar

Elaborado por: Villacís (2025)

Ingresos y Costos

- **Ingresos Totales:** \$153,000.00
- **Costo de Ventas:** \$75,286.00

- **Margen Bruto:**

- (Ingresos - Costos) = **\$77,714.00**
- **Margen Bruto (%):** $77,714 / 153,000 = 50.8\%$

La empresa mantiene un margen bruto positivo, lo que indica que la rentabilidad de los productos vendidos es adecuada.

Gastos Operativos:

- **Total, Gastos:** \$47,639.14
 - Sueldos y salarios: \$25,920.00 (54.4% del total de gastos).
 - Arrendamiento local: \$8,400.00 (17.6%).
 - Honorarios profesionales: \$3,600.00 (7.5%).
 - Otros gastos incluyen publicidad, suministros y mantenimiento.

El mayor componente de los gastos operativos es la nómina, lo que indica que la empresa tiene una estructura de costos basada en personal más que en infraestructura o maquinaria.

Utilidad Neta:

- **Total, Costos y Gastos:** \$122,925.14
- **Utilidad Neta:** \$30,074.86
- **Rentabilidad Neta:**

- $(\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas Totales}) = 19.6\%$

La empresa mantiene un buen margen de utilidad neta, lo que indica que su modelo de negocio es rentable.

- Cuenta con una **buena liquidez**, con suficientes activos corrientes para cubrir sus pasivos.
- Tiene un **buen margen bruto (50.8%) y un margen de utilidad neta (19.6%)**, lo que indica que la rentabilidad del negocio es positiva.
- El **endeudamiento es moderado (86% en relación con el patrimonio)**, lo que significa que la empresa depende parcialmente del financiamiento externo, pero no en niveles peligrosos.
- **Los gastos operativos están dominados por los salarios (54.4%)**, lo que sugiere que la optimización de costos de personal podría mejorar aún más la rentabilidad.

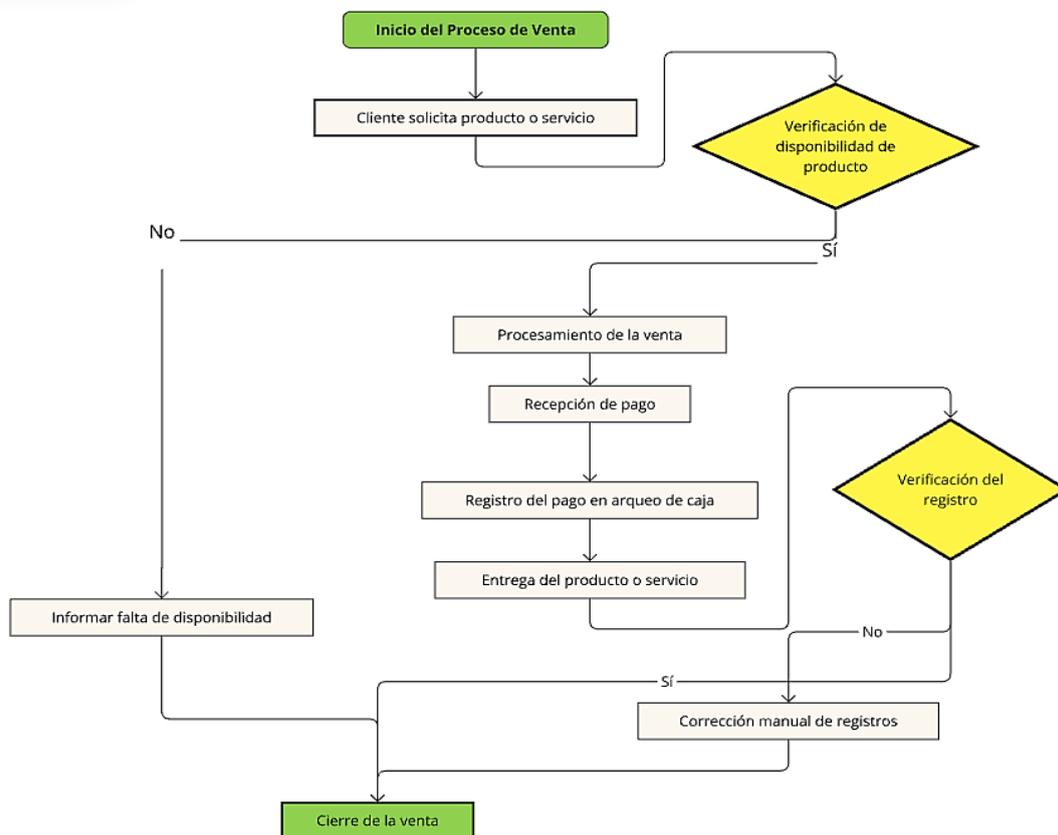
Será necesario que:

1. **Digitalizar los procesos contables y de ventas** para mejorar el control interno y la toma de decisiones basada en datos más precisos.
2. **Optimizar la gestión del inventario**, evaluando la rotación de productos para evitar sobrecostos por almacenamiento prolongado.
3. **Reducir gastos operativos innecesarios**, especialmente en áreas como publicidad y suministros, sin afectar la operatividad.
4. **Analizar la carga laboral y evaluar automatización de tareas** para reducir costos en sueldos y mejorar la eficiencia.
5. **Diversificar las fuentes de ingresos**, explorando la posibilidad de

nuevos productos o servicios relacionados con la lubricación y mantenimiento automotriz.

4.1.4. Análisis del diagrama de flujo del proceso de ventas

Figura 1. Diagrama de flujo del proceso de ventas



Fuente: Lubricadora Omar

Elaborado por: Villacís (2025)

De acuerdo con la figura 1, La Lubricadora Omar no está siendo eficiente en su servicio comercial, ya que en su flujograma de ventas hay una gran cantidad de errores estructurales y de procedimientos. Sus aspectos más críticos y problemáticos son los siguientes:

En este caso, la verificación de la existencia del producto disponible se hace manualmente, potencialmente generando errores, demoras en el servicio y lenta respuesta en ambientes con alta demanda. Esto impacta la satisfacción de los clientes y, en algunos casos, puede generar pérdidas en las ventas si el

personal indica que no hay productos cuando realmente sí existen.

Uso de registros manuales para la venta y el pago: También, el registro de las ventas con sus respectivos pagos se contable a través de la venta. La contabilidad manual representa un alto riesgo en las transacciones por errores en la digitación como cifras erradas, o peor aún, entradas repetidas. También, la estafa o malversación interna son más comunes al no existir controles automáticos por directrices de administración manual.

La revisión de los registros de ventas y pagos al final del día tiene un punto crítico de decisión que, si se revisita, requiere intervención manual para cualquier rectificación de errores. No solo este enfoque es ineficiente, sino que también es probable que cree aún más errores al intentar hacer correcciones apresuradas. Además, detectar errores al final del día puede no ser suficiente para prevenir problemas financieros a largo plazo si las discrepancias quedan sin detección durante períodos prolongados.

No hay sistemas automatizados en su lugar que proporcionen alertas inmediatas si hay discrepancias en los registros o el inventario. La ausencia de retroalimentación en tiempo real restringe al personal de tomar decisiones rápidas y más informadas para mitigar riesgos, lo que afecta negativamente la capacidad de respuesta general del negocio.

El análisis de capacitación indica que puede haber una falta de capacitación adecuada y continua para los empleados en relación con los Procesos Internos y cualquier sistema que pueda implementarse. El funcionamiento del control interno está en riesgo cuando los empleados tienen un conocimiento o capacitación insuficiente sobre los procedimientos básicos de control de ventas e inventario.

4.1.5. Identificación de procedimientos que requieren mejoras en el control interno contable del área de ventas

Se estudió el negocio del Lubricador “Omar” en su departamento de ventas y se encontró que hay algunos problemas importantes que parecen

afectar la calidad de la información financiera y operativa de la empresa. La siguiente tabla contiene los procedimientos que, a juicio del autor, necesitan atención urgente junto con un desglose de estos problemas que requieren acción correctiva.

4.1.5.1. Captura y mantenimiento de datos. Las actividades de captura y mantenimiento de datos se realizan manualmente, lo que ha dado lugar a una mala calidad de la información financiera y operativa, un retraso en la actualización de la información y problemas en el control de inventarios. Esta práctica engorrosa afecta la calidad de los datos recopilados y retrasa la implementación de decisiones operativas y estratégicas que, en esencia, están sujetas a un límite de tiempo.

Mejora Propuesta: Implementar un sistema de facturación electrónica junto con un sistema contable digital que permita actualizaciones automáticas de los registros de ventas e inventario.

4.1.5.2. Capacitación del personal y concienciación del personal. La falta de capacitación especializada en control contable interno para el personal de ventas ha obstaculizado su entendimiento de la precisión necesaria en el registro de transacciones y la gestión general de riesgos en contabilidad.

Mejora Propuesta: Diseñar cursos de educación continua en control interno y contabilidad para cada empleado del departamento de ventas, asegurando que comprendan e implementen las políticas y procedimientos contables requeridos.

Tabla 14. Áreas de mejora en el control interno contable del área de ventas

Área de mejora	Descripción del problema	Propuesta de mejora
Registro y actualización de datos	Registros manuales propensos a errores y desactualizados.	Implementar software de facturación y contabilidad digital.
Capacitación del personal	Falta de formación en control interno y manejo contable.	Programas de capacitación continua en control interno.
Auditorías y gestión de riesgos	Ausencia de auditorías estructuradas y gestión formal de riesgos.	Establecer auditorías internas y protocolos de gestión de riesgos.

Fuente: Lubricadora Omar

4.1.5.3. Auditorías internas y gestión de riesgos. La entidad se encuentra expuesta a numerosos errores fundamentales, fraudes y pérdidas económicas debido a la falta de auditorías internas estructurales definidas y a un uso formalizado de controles contables y su identificación y mitigación de riesgos.

Mejora Propuesta: Definir un plan periódico de auditorías internas para un alcance de tiempo predeterminado y establecer un procedimiento para la gestión de riesgos de control contable que comprenda la identificación, evaluación y mitigación de las pérdidas financieras.

4.1.6. Medición del impacto de las deficiencias en el control interno contable sobre la efectividad de las decisiones financieras en el área de ventas.

Primero, se determinan cuatro riesgos asociados a las ventas en relación con las deficiencias descubiertas en los procesos de control interno:

- Errores de entrada manual de ventas
- Información financiera desactualizada que impacta las decisiones
- Fraude y/o apropiación indebida debido a controles insuficientes
- Pérdida de ingresos por decisiones tomadas con información errónea o incompleta.

Para cada riesgo, se realiza una evaluación de la probabilidad de ocurrencia y la gravedad del impacto en una escala del 1 al 5, donde 1 es el menos probable/severo y 5 el más probable/severo, tal como se menciona en la tabla que sigue:

Tabla 15. Matriz de riesgos

Riesgo	Probabilidad (1-5)	Gravedad (1-5)	Prioridad
Errores en los registros de ventas	4	4	Alta
Desactualización de datos financieros	3	5	Alta
Fraudes o malversaciones	2	5	Media
Pérdidas económicas por decisiones incorrectas	4	5	Alta

Fuente: Lubricadora Omar

Elaborado por: Villacís (2025)

4.1.6.1. Descripción de la prioridad. Es necesario definir la magnitud de la prioridad que tienen las actividades:

- Alta: Riesgos que necesitan atención inmediata donde hay gran probabilidad y/o impacto en la gravedad de atención.
- Mediana: Riesgos que son importantes, pero hay escasa probabilidad de que ocurran o el impacto es relativamente bajo.

4.1.6.2. Implementación de medidas de control. Con este tipo de control, cada riesgo ubicado en la matriz debe tener un control sugerido para remediar:

- Errores en la registración de ventas: un sistema que reduzca la manipulación manual y la automatización en todos los niveles disponibles.
- Pérdida de información por desactualización de datos: Procedimiento de revisión de datos y actualización periódica.
- Fraude o malversación: Controles internos y auditorías más rigurosas y frecuentes.
- Para la pérdida de recursos económicos por decisiones inadecuadas: capacitar a los empleados para analizar datos y utilizar herramientas de

inteligencia de negocios.

4.2. Discusión de los Resultados

El análisis de los resultados obtenidos en esta investigación revela que el control interno contable en el área de ventas de la Lubricadora Omar presenta deficiencias significativas que impactan en la eficiencia operativa y la toma de decisiones financieras. A través de entrevistas, observaciones y análisis financiero, se han identificado oportunidades de mejora clave que podrían optimizar la gestión contable y fortalecer la estabilidad del negocio.

Desde el punto de vista de los colaboradores, la falta de digitalización y la dependencia de registros manuales han sido factores recurrentes que afectan la precisión y disponibilidad de la información financiera. Tanto los vendedores como el gerente coincidieron en que la actualización de los registros es un problema, lo que ha generado errores en facturación, dificultades en la gestión del inventario y, en algunos casos, decisiones de compra basadas en datos inexactos. La ausencia de auditorías internas y capacitaciones formales en control interno agrava esta situación, aumentando la vulnerabilidad del negocio ante posibles errores o fraudes.

La ficha de observación reafirmó estos hallazgos, evidenciando que no existen procedimientos formales documentados para el control interno contable. A pesar de que se realizan arqueos de caja y se conservan facturas, la ausencia de un sistema estandarizado y de herramientas tecnológicas limita la eficiencia del área de ventas. Además, se identificó que no se utilizan indicadores clave de rendimiento para evaluar el desempeño financiero y que el personal no está plenamente satisfecho con los controles internos actuales.

El análisis financiero complementó esta evaluación, mostrando que la Lubricadora Omar mantiene una estructura financiera relativamente estable, con un margen de utilidad neta del 19.6% y una liquidez favorable con un índice de 2.26. Sin embargo, el 54.4% de los gastos operativos corresponde a sueldos y salarios, lo que sugiere que una optimización en la carga laboral o una mejor

gestión del recurso humano podría mejorar la rentabilidad. Además, la empresa presenta un nivel de endeudamiento moderado (86% en relación con su patrimonio), lo que indica que depende en parte de financiamiento externo, aunque en niveles manejables.

En conjunto, estos resultados sugieren que la Lubricadora Omar tiene una oportunidad significativa para mejorar su gestión financiera mediante la implementación de un sistema contable digital, la formalización de procedimientos internos y la capacitación del personal en control contable. La aplicación de estos cambios permitiría optimizar la precisión en los registros financieros, mejorar la toma de decisiones estratégicas y garantizar un crecimiento sostenible del negocio.

CONCLUSIONES

El presente estudio tuvo como propósito analizar el control interno contable en el área de ventas de la Lubricadora Omar y su impacto en la toma de decisiones financieras.

A través de entrevistas, observaciones y un análisis financiero detallado, se identificaron deficiencias en los procedimientos actuales que afectan la calidad de la información contable y operativa. Con base en estos hallazgos, se presentan las siguientes conclusiones alineadas con los objetivos de la investigación.

En cuanto a la eficiencia del control interno contable en la precisión de la información utilizada en el área de ventas, se evidenció que la empresa carece de un sistema digitalizado para el registro de ventas, lo que genera errores en la facturación, inconsistencias en los datos financieros y dificultades en la actualización de la información.

La dependencia de registros manuales y la falta de procedimientos estandarizados limitan la confiabilidad de los datos utilizados para la toma de decisiones estratégicas, aumentando el riesgo de errores contables.

Respecto a la identificación de procedimientos que deben mejorarse en el control interno contable, se determinó que la falta de auditorías internas, la ausencia de capacitaciones en control contable y la inexistencia de políticas formales de registro financiero afectan la calidad de la información financiera y operativa.

La falta de procedimientos estructurados para la autorización de descuentos, gestión de inventarios y evaluación del desempeño del área de ventas genera incertidumbre en las decisiones financieras y operativas del negocio.

Sobre el impacto de las deficiencias del control interno contable en la

efectividad de las decisiones financieras, se concluyó que la falta de información precisa y actualizada ha derivado en compras innecesarias, fijación incorrecta de precios y dificultades en la planificación estratégica.

A pesar de que la empresa mantiene una estructura financiera estable con una rentabilidad neta del 19.6%, las ineficiencias en la gestión contable representan un riesgo para la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Los resultados de la investigación evidencian la necesidad de implementar un sistema contable digital, formalizar procedimientos internos y fortalecer la capacitación del personal en control contable. La adopción de estas medidas permitirá mejorar la calidad de la información financiera, optimizar la toma de decisiones y garantizar una gestión más eficiente y sostenible en la Lubricadora Omar.

RECOMENDACIONES

Con base en los hallazgos obtenidos en la presente investigación, se han identificado diversas oportunidades de mejora en el control interno contable del área de ventas de la Lubricadora Omar. Para optimizar la gestión contable y mejorar la calidad de la información financiera, se proponen las siguientes recomendaciones alineadas con las conclusiones del estudio.

Para mejorar la eficiencia del control interno contable y la precisión de la información utilizada en el área de ventas, se recomienda la implementación de un sistema contable digital que permita registrar, almacenar y procesar la información de manera automatizada.

Un software de gestión financiera facilitaría la actualización en tiempo real de las transacciones, reduciría los errores en la facturación y aseguraría la confiabilidad de los datos utilizados para la toma de decisiones estratégicas.

En cuanto a la mejora de los procedimientos en el control interno contable, es fundamental establecer políticas y normas formales para el registro financiero y operativo del área de ventas. Se recomienda desarrollar manuales de procedimientos que regulen la autorización de descuentos, el manejo de inventarios y la gestión de ingresos y egresos.

Asimismo, la implementación de auditorías internas periódicas permitirá supervisar el cumplimiento de estas políticas y detectar posibles irregularidades en la administración contable.

Para minimizar el impacto de las deficiencias en el control interno contable sobre la efectividad de las decisiones financieras, es necesario fortalecer la capacitación del personal en temas de gestión contable y control interno.

Se recomienda diseñar programas de formación dirigidos a los colaboradores del área de ventas para que adquieran conocimientos sobre el manejo adecuado de la información financiera, la interpretación de indicadores

clave de rendimiento y la importancia de seguir procesos contables estandarizados. Esto contribuirá a una mejor toma de decisiones y reducirá los riesgos de errores financieros.

Finalmente, se sugiere que la Lubricadora Omar realice un seguimiento continuo de la implementación de estas mejoras y evalúe periódicamente el impacto de los cambios en la eficiencia operativa y la rentabilidad del negocio. La adopción de estas recomendaciones permitirá optimizar la gestión financiera, mejorar el desempeño del área de ventas y fortalecer la sostenibilidad de la empresa a largo plazo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguirre, M. (2020). *Appvizer*. Obtenido de Procesos de la gestion de ventas: <https://www.appvizer.es/revista/relacion-cliente/fuerza-ventas/gestion-de-ventas>
- Álava, Á. F., & Chancay, P. E. (2021). El Departamento de Ventas como generador de ingresos en las Pymes de Guayaquil, Ecuador. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 3(10), 26-35.
- Alcántara, Y. (29 de agosto de 2020). *Base imponible*. Obtenido de https://issuu.com/yenialcantara/docs/base_imponible#:~:text=La%20base%20imponible%20es%20la,se%20llama%20tipo%20de%20gravamen.
- Alva, F. (2024). *Presupuesto empresarial*.
- Amat, O., & Campa, F. (2022). *Manual del controller N.E*. Profit Editorial.
- Angulo, R. (2019). Control interno y gestión de inventarios de la empresa constructora Peter Contratistas S.R. Ltda. *Revista Gaceta Científica*, 5(2), 129 - 137. doi:<https://doi.org/10.46794/gacien.5.2.696>
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Arequipa: ENFOQUES CONSULTING EIRL. Obtenido de <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Arias, J., Vallejo, L., & Arias, E. (2023). *Fundamentos de Auditoría*. Riobamba - Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Asamblea de la Republica del Ecuador. (2011). *Ley Orgánica de Defensa al Consumidor*. Obtenido de Registro Oficial Suplemento 116 de 10-jul-2000: https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Documento_Ley-Org%C3%A1nica-Defensa-Consumidor.pdf
- Asamblea de la Republica del Ecuador. (2019). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI*. Obtenido de Registro Oficial Suplemento 351 de 29-dic.-2010: <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020->

04/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION%2C%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES%20COPCI.pdf

Asamblea General del Ecuador. (2008). *Constitucion de la Republica del Ecuador*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-06/CONSTITUCION%202008.pdf>

Auditool. (2023). *Normas Internacionales de Auditoría (NIA) (NIA 315)*. Obtenido de Auditool: <https://www.ccpdistritocapital.org.ve/uploads/descargas/fddcb2ae5541d5f49e87158a6b39a1ae4571a152.pdf>

Ávila, H., Palumbo, G., De la Cruz, H., & Ogosi, J. (2022). Toma de decisiones estrategicas en la gestión pública para el desarrollo social. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(7), 648-662. doi:<https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.42>

Banco Internacional. (2023). *Qué es un cheque y cómo utilizarlo*. Obtenido de <https://www.bancointernacional.com.ec/que-es-un-cheque-y-como-utilizarlo/#:~:text=Un%20cheque%20es%20un%20documento,la%20persona%20que%20lo%20emite>.

Carriazo, Y. P. (2021). Sistema de monitoreo de la calidad del agua basado en IOT, utilizando técnicas de analítica de datos para la detección de anomalías, en los acueductos ejecutados por el plan departamental de aguas (PDA) de Córdoba.

Congreso Nacional del Ecuador. (2018). *Ley de Regimen Tributario interno LRTI*. Obtenido de Registro Oficial Suplemento 463 de 17-nov.-2004, Ultima modificación: 21-ago.-2018: <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/LRTI.pdf>

Controlaría General del Estado CGE. (2023). *Registro Oficial Suplemento No 257. Quito, Ecuador*.

Díaz, T. (2024). *Definición de Egresos*. Obtenido de <https://economiasimple.net/glosario/egresos>

- Diego, C. (09 de Enero de 2024). *Economía Simple*. Obtenido de <https://economiasimple.net/glosario/base-imponible>
- Diego, S. (24 de Febrero de 2024). *Auditoría interna*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/auditoria-interna>
- Estupiñan, R. (2021). *Control interno y fraudes. Análisis de Informe COSO I, II y III con base en los ciclos transaccionales - 4ta edición*. Ecoe Ediciones.
- Filgueira, C. (2020). *Manual de Auditoría de Estados Financieros en NIIF: Aplicación práctica*. . Santiago de Chile: UAH Ediciones.
- Flores, I., & Viteri, J. (2022). *El control interno en el área contable y su relación con la eficiencia de las operaciones financieras empresa Expair Ecuador Cía. Ltda.* . Obtenido de [Tesis de maestría Contabilidad y Auditoría, Universidad Politécnica Salesiana]: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21741/1/UPS-GT003578.pdf>
- García Vera, M. I., & Sánchez Quinde, M. (2022). *El control interno en pymes de la ciudad de Guayaquil periodo 2019 – 2021*. Guayaquil: Polo del conocimiento.
- Garrido, S., & Romero, M. (2021). *Fundamentos de gestión de empresas*. Editorial Centro de Estudios Ramon Areces SA. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Fundamentos_de_gesti%C3%B3n_de_empresas/w402EAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=control+en+las+empresas&printsec=frontcover
- Gomez, I. (2022). *Crehana*. Obtenido de Future of people: <https://www.crehana.com/blog/negocios/que-es-gestion-ventas/>
- Hernández, H. E. (2023). *Cultura organizacional: una mirada desde la ética y competitividad*.
- IFRS Foundation. (2023). *NIIF 15 - Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes*. Obtenido de IFRS Foundation: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cr/Documents/audit/documentos/niif-2019/NIIF%2015%20->

%20Ingresos%20de%20Actividades%20Ordinarias%20Procedentes%20de%20Contratos%20con%20Clientes.pdf

Juanma, C. (09 de Enero de 2024). *Economía Simple*. Obtenido de <https://economiasimple.net/glosario/activo>

Larreatigue, M., & Tumbe, I. (2021). *El Sistema de control interno en las ventas y cuentas por cobrar como herramienta estratégica para la toma de decisiones gerenciales en la empresa Corporación Ferretera del Norte S.A.C, 2019*. Obtenido de [Tesis de grado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]: <https://www.bing.com/ck/a?!&p=50ef3fd8f9fc186e2ed321600748c7566a1859a1de5a834e2c1b61a7f1605515JmltdHM9MTczODI4MTYwMA&ptn=3&ver=2&hsh=4&fclid=29e87a4f-2e4b-6e16-14cf-69222ff56f6d&psq=El+Sistema+de+control+interno+en+las+ventas+y+cuentas+por+cobrar+como+he>

Ley de Hidrocarburos. (2018). *Registro Oficial 711 de 15-nov.-1978. Última modificación: 21-ago.-2018*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-04/LEY%20DE%20HIDROCARBUROS.pdf>

Maldonado Núñez, A. s., Colcha Ortiz, R. V., López Naranjo, A. L., & Moreno Albuja, M. d. (2022). CONTROL INTERNO Como herramienta estratégica para la gestión. En *CONTROL INTERNO Como herramienta estratégica para la gestión* (pág. 9). La Plata: Puerto Madero.

Manrique, J. (2019). *Introducción a la auditoría*.

MASSA, R. M., PARTYKA, R. B., & LANA, J. (2020). Investigación y teoría de la agencia comportamental: una revisión de la literatura. *Cadernos EBAPE*, 18(2), 220-236. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/cebape/a/x7DhJQ4DkDr9Cd8nWqRmNGP/abstract/?lang=esX>

Mazorra, M. G., Amigo, T. R., Torres, H. G., Oliva, D. S., & Palmeira, A. L. (2022). Actividad física en tiempo libre en estudiantes universitarios y transición escolar a la universidad desde las teorías de comportamiento: una

revisión sistemática. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (43),(43), 699-712. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8062590>

Mendoza, K. (2022). *Control interno y su incidencia en la gestión administrativa del departamento de ventas Cantón Jipijapa, Provincia de Manabí. [Tesis de licenciatura, Universidad Estatal del Sur de Manabí]*. Jipijapa, Manabí: Universidad Estatal del Sur de Manabí. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/4682/1/MENDOZA%20OCHOEZ%20KENIA%20DAMARY.pdf>

Montes, C., & Vallejo, C. (2021). *Auditoría financiera*. Bookwire GmbH. doi:https://www.google.com.ec/books/edition/Auditor%C3%ADa_financiera/HTJ7EAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0

Moran Macías, L. A., Pincay Vences, N. J., Abrigo Vivas, O. J., & Rojas Parraga, L. G. (2022). Gestión de riesgos financieros en empresas de servicios ante la amenaza del COVID-19 en Ecuador. *Scielo*.

Núñez, L. L., Alfaro, B., Aguado, A., & Gonzalez, R. (2023). Toma de decisiones estratégicas en empresas: Innovación y competitividad. *Revista Venezolana De Gerencia*, 28(9), 628-641. doi:<https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.39>

Núñez, L., & Carrasco. (2023). *Organización de procesos de venta*. Ediciones Paraninfo, S.A.

Porter, D. (09 de Enero de 2024). *Economía Simple*. Obtenido de <https://economiasimple.net/glosario/cheque>

Rodríguez-López, G. R. (2021). Control interno y la prevención del fraude. *Journal of business and entrepreneurial studie*. Obtenido de <https://www.journalbusinesses.consultorioampuero.com/index.php/revista/article/view/234>

Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. (diciembre de 2020). *Ley de Compañías*. Obtenido de Registro Oficial 312 de 05-nov.-1999: <https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2020/12/leydecompanias.pdf>

Torres, M. (2024). *El control interno y los tiempos de control. Previo, continuo y posterior. Una introspección a las nuevas tecnologías*. Editorial Dykinson, S.L.

Yerrén, R. H. (2022). El sistema de control interno y la gestión pública: Una revisión sistemática. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 2316-2335. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/2030>

Zamorano, E. (2023). *Análisis financiero para la toma de decisiones*. Ecoe ediciones.

Zúñiga, P., Cedeño, R., & Maldonado, I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723-9762. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658

ANEXOS

Anexo A. Guía de entrevista

Guía de entrevista dirigida a colaboradores de la Lubricadora Omar

Objetivo: Recopilar información sobre el control interno contable del área de ventas y su incidencia en la toma de decisiones en la Lubricadora Omar.

1. ¿Cuáles son los controles internos contables que aplica actualmente la lubricadora en el área de ventas?
2. ¿Cuáles son las principales dificultades que perciben al momento de utilizar la información financiera para la toma de decisiones en el área de ventas?
3. ¿Qué procedimientos o controles internos cree usted que son los más efectivos y eficientes en el área de ventas?
4. ¿De qué manera le afecta a la lubricadora la calidad de la información financiera para la toma de decisiones respecto al área de ventas?
5. ¿Cómo identifican y gestionan los riesgos contables asociados con el área de ventas?
6. ¿Con que frecuencia se realizan revisiones o controles internos al desempeño del área de ventas?
7. ¿Qué tipo de capacitaciones han recibido los trabajadores del área de ventas sobre la importancia del control interno en la toma de decisiones?
8. ¿Qué tipo de problemas han tenido en relación a la deficiencia del control interno contable en el área de ventas que haya generado impactos negativos en las decisiones financieras?

9. ¿Qué aspectos considera que deberían ser reforzados en el control interno contable del área de ventas?
10. ¿Qué tipo de indicadores de rendimiento aplican generalmente para monitorear el desempeño del área de ventas?
11. ¿Qué acciones correctivas han tomado para mejorar la capacidad de respuesta ante posibles deficiencias o riesgos en el área de ventas?
12. ¿Qué tipos de informes emite el área de ventas a la dirección general para mantener el control financiero y garantizar la toma de decisiones oportunas?

Anexo B. Ficha de observación

FICHA DE OBSERVACION

Fecha de Observación: _____

Nombre del Observador: _____

Área Observada: Ventas

Hora de Inicio: _____

Hora de Finalización: _____

Ítem	Descripción	Cumple (✓/X)	Observaciones
1	Tienen políticas y procedimientos establecidos formalmente para el control interno contable del área de ventas		
2	Utilizan formatos estandarizados para registrar las ventas		
3	El acceso a la información financiera de las ventas es adecuado y restringido		
4	Han realizado auditorías internas		
5	Cuentan con respaldos de documentos relacionados con las ventas (facturas, ordenes, entre otros).		
6	Existe comunicación fluida en el área de ventas		
7	El personal ha recibido capacitaciones sobre control interno		
8	Utilizan herramientas tecnológicas para el registro y seguimiento de las ventas		

- 9 Existen procedimientos claros para la autorización de descuentos y promociones en ventas
- 10 Realizan arqueos de caja semanales para mantener el control de ventas diarias
- 11 Mantienen documentados los riesgos asociados al área de ventas.
- 12 El personal parece satisfecho con los controles internos actuales
- 13 Existen indicadores que permiten evaluar el desempeño de las ventas
- 14 Los procesos contables del área están documentados de forma ordenada y adecuada para facilitar la toma de decisiones
- 15 Se han asignado responsabilidades específicas para la gestión de riesgos en el área de ventas
-