



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**MAYO - OCTUBRE 2018**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN CONTABILIDAD  
Y AUDITORIA**

**TEMA:**

**Control interno del proceso de ventas de mercadería de la importadora y distribuidora**

**Coeriego S.A.**

**EGRESADO:**

**Niger Ramón Onofre Barco**

**TUTOR:**

**CPA. Washington Alfredo Camacho Villota, MCA**

**AÑO 2018**

## INTRODUCCION

Toda empresa ya sea de bienes o servicios debe contar con un sistema de control interno que le permita controlar todas las funciones y actividades que se realicen en los distintos departamentos. El control empieza por la alta gerencia pero también los funcionarios de menor nivel son responsables de colaborar con el control de manera coordinada para cumplir con los objetivos de la empresa.

La Empresa Coeriego S.A. dedicada a la venta de insumos y maquinarias agrícolas, es una empresa familiar. Para realizar este caso se utilizó la metodología de investigación descriptiva y como herramienta de recolección de información se efectuó entrevistas realizadas al gerente y secretaria de la empresa, quienes proporcionaron información relevante que permitió determinar la aplicación inadecuada de control en lo que corresponde a los procesos de ventas de mercaderías tanto en las ventas de contado como en las ventas a crédito, generando ineficiencia, incumplimiento y descoordinación en el control de los procesos.

Cabe mencionar que en la empresa no se han tomado medidas que coadyuve a mejorar las funciones de cada empleado de acuerdo a su orden jerárquico, para que de esta manera se trabaje de forma coordinada, y así cumplir con los procesos respectivos para que la misma información del departamento de ventas sea la que llegue al departamento de contabilidad en tiempo real, es decir que la información de las ventas sean registradas diariamente y de manera correcta. Para que de esta forma los directivos puedan tomar las decisiones apropiadas y acertadas que conlleve al cumplimiento de sus objetivos corporativos.

## DESARROLLO

La importadora y distribuidora Coeriego S.A. fue constituida en la Superintendencia de Compañías el 14 de diciembre de 2011 e inicio sus actividades el 28 de febrero de 2012 con numero de RUC 1291742641001, su matriz está ubicada en la ciudad de Vinces en las calles Jaime Roldos Aguilera y Córdova, cuenta con sucursales en Vinces ubicada en la Av. Aquiles Carriel, en el cantón Ventanas ubicada en 21 A1 y Av. Panamericana, y también en el cantón Mocache ubicada en las calles Raúl Triviño s/n y calle G. Siendo su objeto social la importación y venta de insumos y maquinarias agrícolas. Está considerada por la superintendencia de compañías dentro de la clasificación Pymes.

Por medio de la entrevista que fue realizada a la administración y al departamento de ventas (ver anexo #1) se detectó que este departamento se encuentra con problemas de control interno, Meléndez nos expresa (Meléndez Torres, 2016) que el control interno es efectuado por diversos niveles, cada uno de ellos con responsabilidades importantes. Los directivos, la gerencia y los auditores internos y otros funcionarios de menor nivel contribuyen para que el sistema de control interno funcione con efectividad, eficiencia y economía. Una estructura de control interno sólida es fundamental para promover el logro de sus objetivos y la eficiencia y economía en las operaciones de cada entidad (pág. 21).

El control interno enfocado en los procesos de ventas tanto en las ventas de contado como en las ventas a crédito en la empresa es deficiente, debido a que la empresa no cuenta con un sistema de control interno, definido por la alta gerencia para mantener y velar por el bienestar, intereses y objetivos de la empresa, por ende los funcionarios de menor nivel tampoco contribuyen con las actividades de control que se deben realizar dentro de la empresa.

Las actividades de control son aquellas que se precisan como todas acciones establecidas por medio de las políticas y procedimientos de esta manera se contribuye a garantizar que se lleven a cabo las instrucciones de la dirección para mitigar los riesgos con impacto potencial en los objetivos. (AUDITTOOL, 2014).

Es necesario mencionar que tanto los funcionarios de más alto nivel como los de menor nivel deberían trabajar de manera coordinada en los procesos de ventas y cumplir con los procesos respectivos para que la misma información del departamento de ventas sea la que llega a contabilidad y contar con un plan de organización en el proceso del control de ventas, como López establece que el control interno de las ventas es un “plan de organización entre el sistema de contabilidad, funciones de empleados y procedimientos coordinados, que tienen por objeto obtener información segura, oportuna, confiable y promover la eficiencia de operaciones de ventas”. (López Crespo, 2014). La finalidad de contar con un plan de organización es de cumplir con los objetivos de la empresa. Pero los procedimientos no se cumplen a cabalidad por la falta del control que es muy importante así como sus objetivos para el buen funcionamiento.

López también establece algunos objetivos del control interno de las ventas

- Detectar fraudes en las ventas de la empresa.
- Establecer la eficiencia del personal de ventas en bases al control interno por ejemplo: ventas al contado, ventas a crédito, entre otros. (López Crespo, 2014).

De acuerdo con estos objetivos tenemos una referencia clara de que es lo que busca el control interno dentro de una organización, también nos podemos dar cuenta lo mucho que ayuda el control interno en una empresa y los riesgos que corre la empresa Coeriego S.A. al tener deficiencias en el control de sus procesos tanto de las ventas de contado como en las ventas a crédito.

En las ventas de contado los procesos los lleva a cabo el vendedor o asesor comercial, debido a la falta de control los procesos tales como la pre facturación por parte del vendedor o asesor comercial, que se trata de crear y generar un código de cliente, ingresar los datos del pedido y aplicar los descuentos, así como también entregar la copia de factura al encargado de bodega quien es el que entrega el producto final al cliente. Estos procesos no se llevan a cabo de manera correcta haciendo que el proceso de venta se demore más de lo normal es por esta razón que en los clientes existe la insatisfacción, en algunos casos esto conlleva a que el cliente decida no comprar más en la empresa y si bien es cierto a ninguna empresa le conviene perder sus clientes sino más bien mantenerlos, porque por ende ésta pérdida de clientes provoca que exista una disminución de ventas y por lo consiguiente los ingresos por venta también van a disminuir.

En la empresa se manejan algunos procesos importantes, que en algunos casos son omitidos por los vendedores o asesores comerciales y en base a la entrevista realizada en la empresa Coeriego S.A. se pudo obtener información acerca de los procesos que la empresa establece para el área de ventas. Cabe mencionar que dichos procesos no están establecidos en un manual de políticas y procedimientos, sin embargo la gerencia ha socializado y preparado a los asesores comerciales para que ellos lleven a cabo determinados procesos para las ventas.

A continuación encontramos un diagrama de flujo de los procesos (**figura 1**) que fueron detallados en la entrevista realizada, y también se muestran los procesos que se omiten en algunas ocasiones (**figura 2**), información que fue proporcionada por el departamento de ventas, mencionando los inconvenientes de control de los procesos.

Figura 1. Diagrama de procesos de la empresa Coeriego S.A

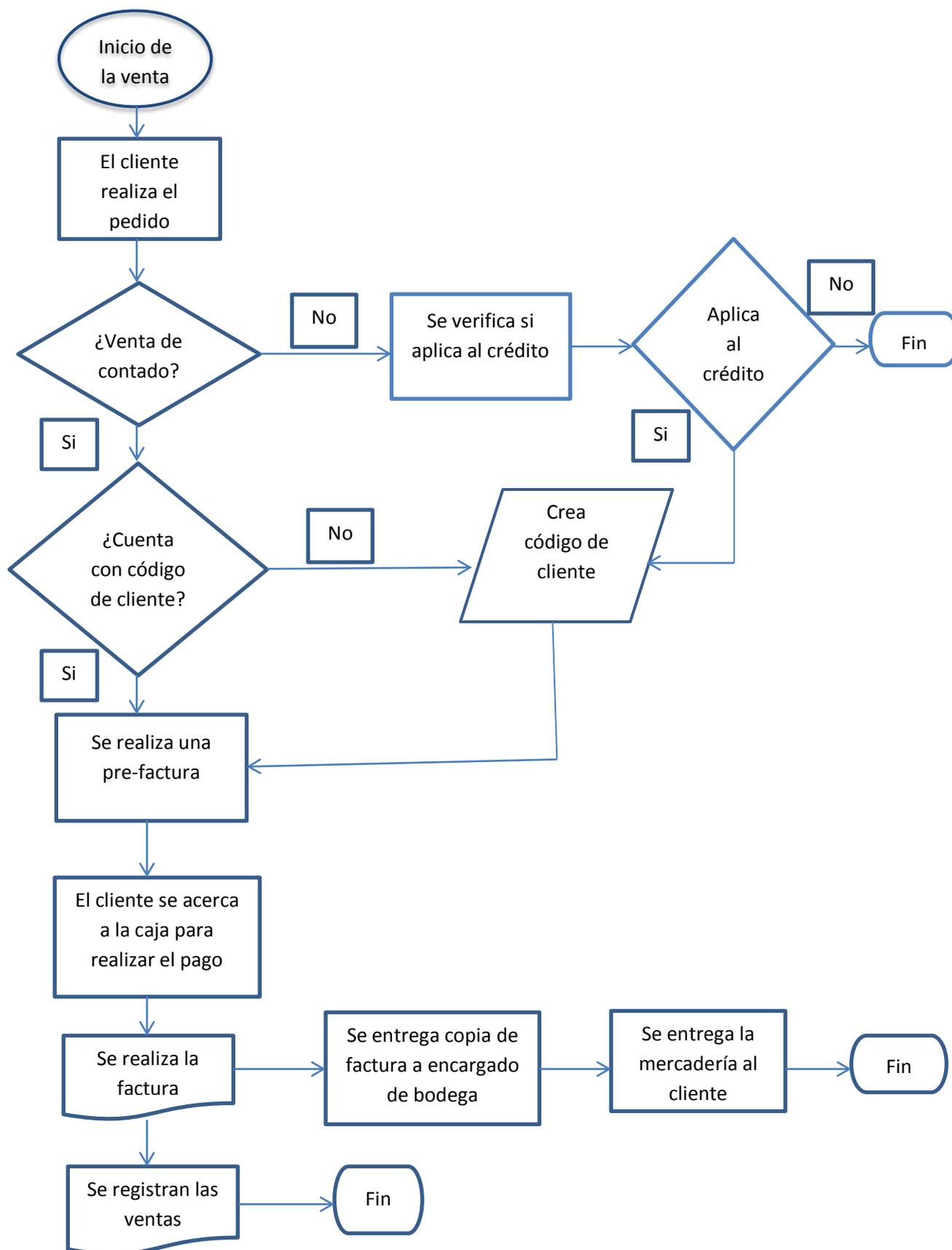
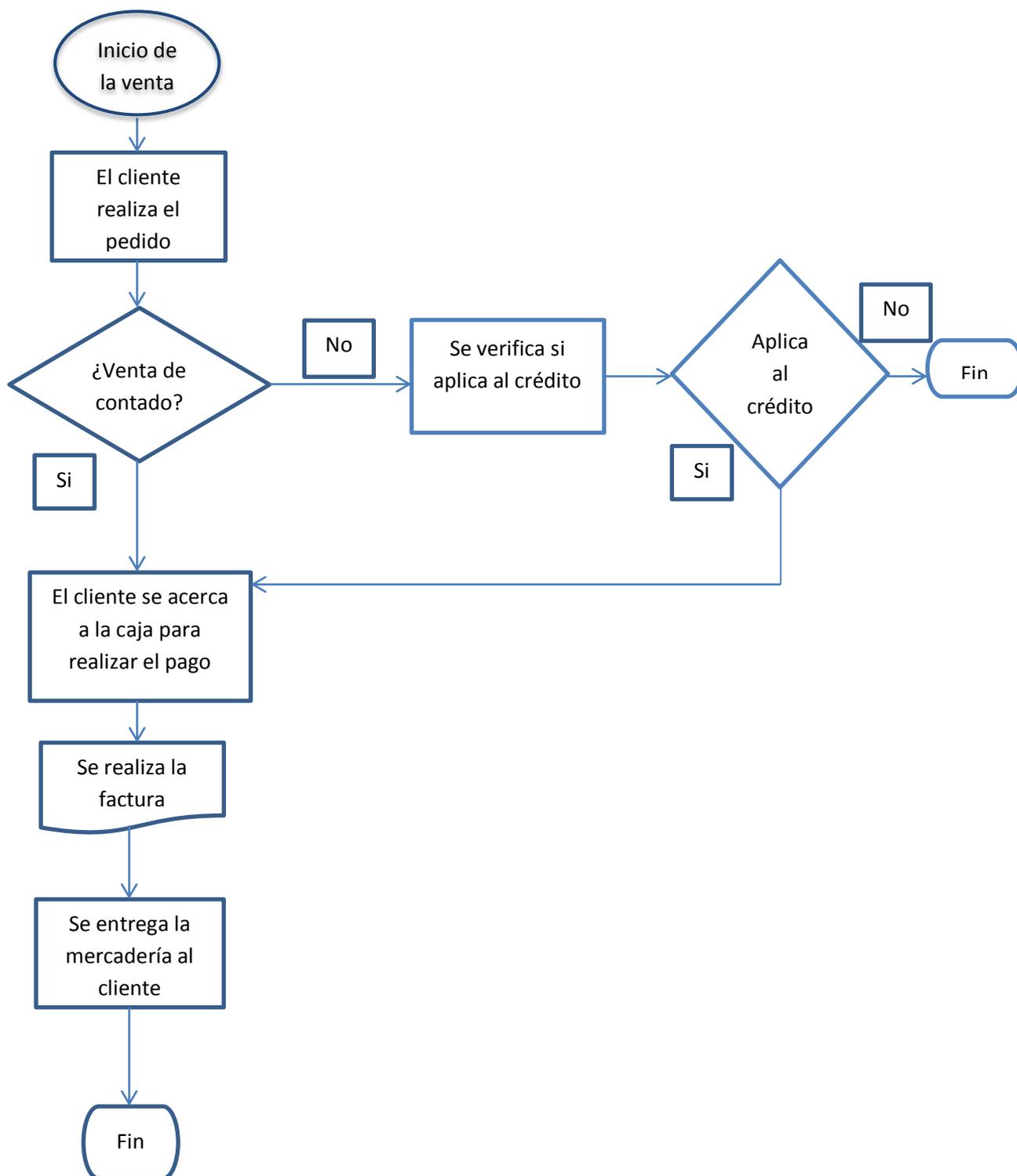


Figura 2. Diagrama de los procesos que se incumplen.



Debido a que la empresa maneja un sistema que registra las ventas desde el momento que se realiza una pre-factura con el código de cliente, el no cumplimiento de estos procesos también hace que no se tenga en la base de datos la información correcta de las ventas realizadas y el inventario lo que puede causar incorrecciones de información.

Como ya sabemos que esta empresa está considerada por la superintendencia de compañías como una Pymes, los problemas de control con los que cuenta la empresa también pueden deberse a que esta es una empresa familiar y en las empresas de este tipo como son las Pymes suelen suceder estos casos en los que el control interno es mínimo y casi nulo

Molina menciona que la mayoría de estas empresas son de carácter familiar, por ende sus políticas están fundamentadas en la amistad y confianza que existe entre los funcionarios de la empresa, esto significa una debilidad en la organización, falta de manuales escritos y establecidos de políticas y procedimientos que sean aplicados por los funcionarios de la empresa. (Macias Molina, 2014)

Es por esto que en las empresas como esta no le dan la importancia necesaria a implementar un sistema de control interno y segregar funciones de control y cumplimiento a los funcionarios de cada nivel dentro de la empresa.

Morales tipifica que la mayoría de las empresas tienen por poco la importancia de aplicar un control eficiente que permita satisfacer las necesidades que se encuentran en la empresa, estos problemas se dan tanto en empresas medianas y pequeñas, así como también en empresas familiares que no cuentan con un sistema eficaz que coadyuve a mejorar cada una de las actividades que se presentan en la empresa. Es por esto que es necesario contar con un sistema que se dirija hacia el cumplimiento de cada uno de los objetivos planteados por la alta gerencia provocando de esta manera un cambio radical para beneficio tanto en la empresa como a los empleados. (Morales F. , 2017).

Otra de las razones de que no se dé un adecuado y eficaz control interno radica en que la empresa tampoco cuenta con políticas de ventas sólidas y establecidas en un manual de políticas y procedimientos escrito, revisado, aprobado por la alta dirección y socializado con los miembros de la empresa, lo que es muy necesario para establecer parámetros para la venta de los productos, con los cuales se puede tener resultados buenos en la empresa porque cada quien tendría definido su rol y tendrá en conocimiento que pasos seguir, como organizarse y se tendrá más fluidez en el momento de realizar las ventas ayudando en aspectos como: obtención de nuevos clientes, vender más a clientes actuales, recuperar a clientes perdidos, obtener mejores ingresos por ventas, entre otros.

Debido a la falta de políticas de ventas a crédito, estas ventas no son tan comunes en la empresa y los procesos que se llevan a cabo para realizar una venta a crédito no cuentan con ningún tipo de control ni regulación, es decir al momento de realizar una venta a crédito no se evalúa al cliente de manera correcta si no que en cambio se le otorga al cliente el producto sin firmar ningún tipo de documento en el que este comprometido a realizar los pagos del bien obtenido, esto se debe a que solamente es el gerente quien autoriza el crédito al cliente solamente por amistad.

Pero el contar con políticas de venta a crédito y aplicar el debido control a los procesos de ventas a crédito ayudaría a la empresa a crecer, debido a que el crédito es muy importante, por ejemplo para Morales&Morales (Morales & Morales, 2014) El crédito se ha usado a lo largo de la historia como una herramienta diversa de tal manera que el crédito siempre ha sido otorgado a los diferentes actores de la sociedad para adquirir diferentes productos; a los campesinos para la adquisición de aperos de labranza y pagar sus deudas. (pág. 2). De acuerdo con esta definición podemos decir que el crédito juega una pieza fundamental en los ingresos de una empresa como Coeriego S.A debido a que la misma naturaleza de la mayoría de los productos que se venden en la empresa dificulta que los clientes realicen su compra en

efectivo de dichos productos porque las personas no tienen el capital para comprar una maquinaria agrícola de contado por lo que es necesario recurrir a un crédito.

Las políticas que maneja la empresa al momento de realizar las ventas a crédito son muy simples y carecen de controles como por ejemplo ser si son conocidos del gerente y el presidente de la empresa se les otorga crédito, donde no se llena ningún tipo de solicitud de crédito y no se realiza una valoración razonable del cliente como por ejemplo conocer su nivel de endeudamiento, sus ingresos, entre otros para poder estar seguros que el cliente podrá realizar los pagos en el tiempo establecido, es decir que la empresa podrá recuperar su cartera sin el mayor inconveniente que es lo que se espera lograr en la mayoría de los casos, pero sin embargo hasta el momento no se han tomado medidas de control por los funcionarios de alto nivel en este aspecto.

El hecho de que la compañía tenga políticas de ventas a crédito deficientes influye y afecta directamente en diferentes aspectos como son: disminución en las ventas, disminución de clientes, su capacidad competitiva en el mercado, baja rotación de la mercadería y disminución de los ingresos es por esto que las ventas a créditos son de igual importancia que las ventas a contado,

Según Canelo, las políticas que se establecen para un crédito por una empresa garantizan un mejor desempeño en las ventas de la empresa, de esta manera se reducen los riesgos que acarrearán brindar crédito, ayudando a que se aseguren los fondos del negocio. Estas políticas coadyuvan al crecimiento y rentabilidad de la empresa. Los créditos son determinados para un bien común dentro de la organización con la finalidad de aumentar sus ingresos y la utilidad de cada accionista. (Canelo Antillón, 2010).

Según Rating Empresarial, La mayoría de las empresas se ven afectadas por el monopolio ya que algunas presentan un nivel más bajo de oferta y que a su vez provoca una disminución

de ventas para las empresas que recién comienzan sus actividades y por ende no cuentan con una financiación que ayude al crecimiento de la misma. Por otra parte cabe mencionar que dentro de una empresa existe la acción de otorgar crédito comercial para aquellos compradores que requieran un plazo para cancelar el total de su compra, con el único objetivo de cumplir con las políticas planteadas en la empresa, dando de esta manera facilidad de pago a sus clientes. Cabe mencionar que las políticas de créditos dentro de una empresa suele ser una estrategia de crecimiento económico en tiempos de crisis financiera dentro de la misma.

Por otro lado un crédito comercial para una mediana empresa sirve como base de financiación en momentos que esta no cuente con capital o saldo disponibles en sus cuentas, al momento de acceder a un crédito cada proveedor efectúa los respectivos cálculos para fijar el tipo de plazo y los intereses que serán cobrados en una determinada fecha. Mejorando de esta manera la rentabilidad económica de la organización. (Rating Empresarial, 2011)

Debido a que la empresa también es distribuidora la deficiente política de ventas a crédito amenaza a la liquidez de la empresa aunque esta sea rentable, por lo tanto la liquidez de la empresa se ve reflejada en algunos aspectos importantes como el pago de sueldo, el abastecimiento de mercaderías entre otras cosas. Aunque también pueden existir desventajas en una empresa de esta naturaleza debido a que las políticas de cobranza no están bien definidas dentro de la organización

Kokemuller nos menciona que las deudas que se vuelven incobrables son un riesgo muy alto que se genera al realizar un crédito, debido a que si los clientes se tardan en cancelar sus deudas, los proveedores empiezan a tener problemas con su liquidez. Es por esto que las empresas optan por declarar como cuentas incobrables aquellas deudas, reduciendo de manera significativa sus ingresos. A pesar del tiempo que se mantengan estas deudas para la empresa resulta una pérdida significativa y problemas para resolver sus propios problemas

con las deudas que ellos mantienen, con la mayoría de las ventas a contado la liquidez de la empresa no es suficiente muchas veces para pagar sus propias facturas. (Kokemuller, 2018).

También podemos establecer el riesgo que tiene la empresa al realizar ventas a crédito sin el debido control y seguimiento y más porque las políticas no están bien definidas pero sin embargo como ya lo hemos mencionado el crédito ayuda al crecimiento de la empresa como lo estipula De la Cruz, “en las empresas es de vital importancia tener las políticas de crédito bien definidas, porque esto ayuda a la correcta utilización del crédito y el aseguramiento del cobro de las ventas”. (De la Cruz, 2011).

Conocemos que las ventas a crédito que se realizan se otorgan en periodos de 30 – 60 y 90 días pero la gestión en la cobranza también es deficiente puesto que conocemos que la misma persona que está en caja es la que realiza la gestión de cobranza de las cuentas por cobrar y dicha gestión es deficiente porque los pagos se atrasan y la cartera no se recupera en el periodo establecido lo cual también genera inconsistencias pero no se han tomado medidas de control para este caso.

Por medio de la entrevista también se pudo constatar que en la empresa el área de contabilidad no registra las ventas diarias porque los operadores de venta en algunas ocasiones no las registran en el sistema, lo cual es necesario en algunos aspectos como por ejemplo, conocer las necesidades de los clientes o cual es la mayor demanda de los productos en tiempo real. Con esta información se pueden llegar a mejorar la toma de decisiones en la empresa como que producto se debe abastecer más que otros, dependiendo de la temporada en que esté debido a que la empresa se dedica a la venta de insumos agrícolas y maquinarias destinadas a la producción agrícola sabemos que las producciones varían dependiendo de la estaciones del año. Es por esto que tener registradas las ventas es muy útil para tomar este tipo de decisiones, así mejorar la producción, obtener más ventas y tener a los clientes

satisfechos realizando las compras en la empresa y que no tengan que ir a buscar otro lugar donde abastecerse de insumos y maquinarias agrícolas.

Esto también puede dar lugar a que la empresa se atrase en el pago de sus impuestos como lo expresa Luisa Cortés, dice que cuando las empresas tienen la información correcta de sus transacciones, pueden realizar una adecuada declaración de los impuestos a tiempo para que no generen multas, puesto que más del 23% de las empresas presentan un retraso en las declaraciones de sus impuestos por el mal registro de las transacciones, por tal motivo es de vital importancia el registro correcto de las transacciones. (Cortés Ruiz, 2018).

Debido a que la información no siempre se registra en tiempo real por lo tanto no está ordenado, pese a que la empresa cuenta con un sistema de registro de ventas no es suficiente para llevar a cabo un buen control en las ventas, sin embargo con el adecuado control y con la ayuda de toda la empresa esto se podría evitar para mejorar algunos aspectos.

## CONCLUSIÓN

De acuerdo al trabajo que se realizó en el presente estudio de caso se llegó a la conclusión de que en la empresa Coeriego S.A.:

- No existe un sistema de control interno que esté definido y difundido por la alta gerencia que permita establecer funciones de control a todos los empleados para que se lleven a cabo los procesos respectivos de controles, necesarios para el logro de los objetivos de la empresa.
- Pese a que la empresa cuenta con un software de control y registro de ventas e inventarios, los empleados de la empresa no le dan el debido uso lo que representa que haya inconsistencias en la información.
- Debido a la falta del sistema de control interno el departamento de ventas se ve afectado, por lo tanto no se llevan a cabo controles al momento de realizar las ventas ya sea de contado como a crédito.
- Los empleados incumplen procesos que aunque no estén establecidos en un manual de procedimientos que les permita conocer todos aquellos procesos a seguir, los trabajadores los conocen y esto conlleva a que los clientes de la empresa tengan quejas e inconformidad al momento de realizar las compras. Por otra parte el incumplimiento de algunos procesos genera inconsistencias en la información de las ventas realizadas.
- En las ventas a crédito, el seguimiento que se les da a los clientes que solicitan un crédito no se realiza adecuadamente y como sabemos una venta a crédito se termina cuando el cliente cancela la totalidad de la deuda por lo tanto es de suma importancia que la cobranza sea gestionada de manera correcta, hecho que no se realiza así, puesto que la misma persona que está en caja es la encargada de realizar las gestiones de

cobranzas las que por obvias razones es imposible que sean realizadas de manera satisfactoria.

- Las ventas que realiza la empresa no se registran diariamente lo que al final del día resulta desfavorable al momento de hacer uso de la información contable por parte de los directivos para tomar decisiones, porque la información no sería la actual. Por otra parte puede generar problemas con el fisco debido a la presentación de información atrasada.
- El dinero recaudado en el día no es depositado a la cuenta de la empresa que sería lo aconsejable, pero esto no sucede así, en cambio se deposita a una cuenta personal del gerente hecho que genera dudas y desconfianza,

### Bibliografía

- AUDITOOL. (31 de Julio de 2014). *Actividades de Control según COSO III*. Obtenido de AUDITOOL: <https://www.auditool.org/blog/control-interno/2867-actividades-de-control-segun-coso-iii>
- Canelo Antillón, G. (24 de Noviembre de 2010). *La importancia del crédito para facilitar las ventas*. Obtenido de Cobranza Efectiva: <http://cobranzaefectiva.blogspot.com/2010/11/la-importancia-del-credito-para.html>
- Cortés Ruiz, L. F. (7 de Febrero de 2018). *Registro de ventas: lo mejor para tu negocio*. Obtenido de Siigo: <https://www.siigo.com/blog/empresario/registro-de-ventas-lo-mejor-para-tu-negocio/>
- De la Cruz, j. A. (12 de Julio de 2011). *La Política de Crédito en la Empresa*. Obtenido de Empresa Actual: <https://www.empresaactual.com/la-politica-de-credito-en-la-empresa/>
- Kokemuller, N. (2018). *Las ventajas y desventajas del crédito comercial*. Obtenido de La Voz: <https://pyme.lavoztx.com/las-ventajas-y-desventajas-del-credito-comercial-7596.html>
- López Crespo, E. (22 de Octubre de 2014). *CONTROL INTERNO DE VENTAS*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/nw7otcuhipc/control-interno-de-ventas/>
- Macias Molina, F. (26 de Agosto de 2014). *APLICACIÓN DE CONTROL INTERNO EN EL CICLO DE*. Obtenido de repositorio.ucsg: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2818/1/T-UCSG-PRE-ECO-CICA-115.pdf>
- Meléndez Torres, J. B. (2016). *Control Interno*. Chimbote.
- Morales, & Morales. (2014). *ebrary*. Obtenido de <http://site.ebrary.com/lib/ulaicavrsp/reader.action?docID=11013476>
- Morales, F. (24 de Abril de 2017). *EL CONTROL INTERNO EN EMPRESAS FAMILIARES*. Obtenido de F&M Consultores: <https://www.fmconsultores.com.mx/single-post/2017/04/24/EL-CONTROL-INTERNO-EN-EMPRESAS-FAMILIARES>
- Rating Empresarial. (21 de Marzo de 2011). *VENTAJAS DE LA VENTA A CREDITO*. Obtenido de Rating Empresarial: <http://www.ratingempresarial.com/ventajas-de-la-venta-a-credito/>

## ANEXOS

### Anexo # 1

¿Existe en la empresa un sistema de control interna definido?

¿Existe la evaluación del control interno?

¿Existe una correcta presentación de los ingresos?

¿La empresa cuenta con un software de control y registro de ventas e inventarios?

¿La empresa realiza los respaldos de información correctamente?

¿Se realiza un control de los procesos de ventas?

¿Existe una eficiente gestión en las cobranzas?

¿Existe un adecuado control en la gestión de cobranza?

¿Se realiza un registro diario de las ventas?

¿Se realiza el depósito diario de las ventas?