

5.



*La Calidad Académica,
un Compromiso Institucional*



"El puente suspendido entre Hida y Etchu"

La centrífuga de ventas en el diagnóstico del revisor fiscal

Campo Alcides Avellaneda Bautista

LA CENTRÍFUGA DE VENTAS EN EL DIAGNÓSTICO DEL REVISOR FISCAL*

CAMPO ALCIDES AVELLANEDA BAUTISTA**

Fecha de recibido: agosto 5 de 2008

Fecha de aceptación: octubre 17 de 2008

RESUMEN

El presente artículo hace referencia a la etapa diagnóstica de la Revisoría Fiscal en el aspecto puntual de la detección de riesgos de quiebra de las empresas por el fenómeno de la centrifuga de ventas. La investigación parte del Trabajo de Gonzalo Fernández de Armas (1970: 192 a 208)¹.

ABSTRACT

This article refers to the diagnostic stage of the Statutory Auditor's Office in the timely appearance detecting risks of bankruptcy of enterprises by the phenomenon of centrifugal sales. The research builds on the work of Gonzalo Fernández de Armas (1970: 192 to 208)

PALABRAS CLAVE:

Centrífuga, Diagnóstico, Dictamen, Gestión, Síntoma.

KEYWORDS:

Centrifuge, Diagnosis, Opinion, Management, Symptom.

* Este trabajo es resultado de investigación en la Línea de Revisoría Fiscal, del Grupo Control y Aseguramiento.

** El autor es Contador Público, MG. en Ciencias de la Educación, Especialista en Ciencias Tributarias, Especialista en Revisoría Fiscal; Profesor Investigador en la Universidad Libre, Bogotá.

¹ FERNANDEZ DE ARMAS, Gonzalo. Estados Financieros, Análisis e Interpretación. Editorial UTHEA. México. 1970

INTRODUCCIÓN

En cumplimiento de normas legales y profesionales, uno de los deberes del Revisor Fiscal es evaluar la gestión de los administradores de la sociedad revisada.

Considerando que las operaciones de la compañía son objeto de examen y dictamen por parte del Revisor Fiscal y teniendo en cuenta que aquellas tienen impacto en la estructura financiera de la organización, es propósito de este trabajo, mostrar la relación de riesgo que se puede presentar entre una fuerza de ventas impetuosa y la estructura financiera.

El objetivo de este escrito es describir el fenómeno de la centrifuga de ventas como una de las enfermedades empresariales que afectan gravemente su estructura financiera, fenómeno que, de ser detectado por el Revisor Fiscal, deberá ser informado a los niveles ejecutivos competentes.

En cumplimiento de normas tales como el numeral 5 del artículo 207 del Código de Comercio y el artículo 38 de la Ley 222 de 1995, el Revisor Fiscal debe dar su opinión acerca del **informe de gestión** y si entre este y los estados financieros existe la debida concordancia.

Para llegar a tal opinión, el camino más seguro es el de la auditoría integral que debe desarrollar el Revisor Fiscal en su trabajo de campo. En ejecución de los métodos de la auditoría bajo este modelo integral, se llega a la etapa diagnóstica y luego se pasa a la etapa evaluativa, para concluir con la formulación tanto de la opinión como de las recomendaciones a que haya lugar.

1. EL PROBLEMA CIENTÍFICO

1.1 Conceptos

Centrifuga de Ventas. Fenómeno económico que se manifiesta en las empresas cuando sus ventas exceden de un nivel razonable en proporción a su *capital neto tangible*.

Fuerza Centrífuga. FERNÁNDEZ (1970:195)² “Todo cuerpo que gira alrededor de un centro tiene tendencia a alejarse del mismo y escaparse por la tangente y dejar de circular. La fuerza que a ello le impele se llama fuerza centrífuga”.

En CUMBRE (1977:170)³ se encuentra explicado que cuando se ata una piedra al extremo de una cuerda, y con el brazo se le imprime un movimiento circular, se nota en la cuerda una tensión determinada por una fuerza que es a la que llamamos centrífuga. La **fuerza centrífuga** es radial, por lo tanto perpendicular a la tangente, las fuerzas **centrífugas y centrípetas son coexistentes**, y al desaparecer la segunda, desaparece también la primera.

La **fuerza centrípeta** es explicada por ALONSO y ACOSTA (1970:72)⁴ como el movimiento circular uniforme en el que no hay aceleración tangencial y solo hay aceleración normal. Se puede calcular con una de las siguientes fórmulas:

$$a = v^2/R$$

$$a = 4 \Phi^2 R/T^2$$

$$a = 4\Phi^2 R/T^2$$

Donde

v = velocidad.

R = radio.

2 = Exponente de segunda potencia.

Φ = constante = 3,1416.

a = aceleración.

T = tiempo.

Teniendo en cuenta que la fuerza centrífuga y la fuerza centrípeta son coexistentes, se mantienen en equilibrio cuando son iguales. Es decir, cuando la fuerza centrífuga (f_1), es igual a la fuerza centrípeta (f_2); así:

$$0 = f_1 + f_2$$

Siguiendo a Newton, su Tercer Principio de la dinámica dice que “siempre que un cuerpo **A** ejerce sobre otro **B** una fuerza, que llamaremos acción, el cuerpo **B** ejerce sobre **A** otra fuerza de igual intensidad pero de dirección contraria, que llamaremos reacción”⁵. O simplemente, la acción es igual y contraria a la reacción. Las dos fuerzas son iguales y contrarias y actúan sobre cuerpos diferentes.

1.2 DESCRIPCIÓN DE LA CENTRIFUGA DE VENTAS

Por analogía, en las organizaciones la fuerza de ventas es la fuerza centrífuga que, con movimiento acelerado uniforme, actúa contra una fuerza centrípeta que es su **capital neto tangible (cnt)***. Mientras haya adecuada proporción entre las dos fuerzas, la organización puede operar y crecer con moderado riesgo en su estructura financiera.

$$*Cnt = Patrimonio - Superávit Por Valorización$$

Si se imprime velocidad a la fuerza de las ventas, por ejemplo con estrategias para vender mucho en corto tiempo, los activos corrientes y los pasivos corrientes pueden circular a gran velocidad.

² FERNANDEZ DE ARMAS, Op. cit.

³ CUMBRE, Enciclopedia Ilustrada, 17ª. Edición, “Fuerza Centrífuga y Centrípeta”. Editorial Cumbre S.A. México. 1977

⁴ ALONSO, Marcelo; ACOSTA, Virgilio. Introducción a la Física. Edit. Cultural Colombiana Ltda. Bogotá. 1970.

⁵ Estudiado por Alonso y Acosta, Op. Cit

Estrategias como por ejemplo la de disminuir el margen de comercialización (o de utilidad bruta en lenguaje contable); otorgar créditos sin soportarse en adecuadas garantías; aumentar el tiempo de crédito masivamente, hacer realizaciones o ventas *outlet* sin un programa adecuado, son situaciones que solas o combinadas, pueden llevar a la organización a situaciones de iliquidez, de insolvencia y finalmente a la parálisis y la quiebra.

Esta situación es fácilmente observable, analizada de la siguiente manera:

El aumento de ventas moviliza los inventarios y crecen las cuentas por cobrar a clientes.

Al moverse los inventarios es necesario pedir más mercancías a los proveedores.

Al pedir más a los proveedores, crece el endeudamiento. Se hace estrecho el capital de trabajo, a menos que se conserven todos los inventarios.

Si el recaudo de cartera de clientes no es tan eficaz y eficiente, los vencimientos de pasivos pueden ir más rápido que los recaudos, generándose una creciente necesidad de financiación y consecuentemente aumentan los costos financieros.

Si a la disminución del margen de comercialización por descuentos pactados se suma el aumento de cargas financieras y a esta situación una mala gestión de cobranza, el resultado lógico es la disminución de liquidez, la disminución en solvencia, y si

no se pone remedio a tiempo, sobreviene la necesidad de hacer "acuerdo de acreedores, o tal vez la liquidación" como lo explica ORTÍZ (1999:166)⁶.

1.3 MEDICIONES

La medición puede hacerse matemáticamente así:

$$a = 4(4,1416)_{2xS}/t_2$$

$a = 0,03547$ que es la aceleración que lleva la fuerza de las ventas.

La comparación de mediciones en distintos momentos permite detectar la tendencia a la centrífuga por la perspectiva del movimiento de operaciones.

En la medida en que crezca el índice de aceleración, crecerá la tendencia de acercamiento a la centrífuga.

Capital Neto Tangible

$$\text{CNT} = \text{Patrimonio} - \text{Superávit por valorización}$$

$$\text{Si CNT} = 2.500.000.000 - 120.000.000$$

$$\text{Y Ventas } \$ 125.000.000.000$$

Entonces:

$$\text{Centrífuga de Ventas} = \text{Ventas} / \text{CNT}$$

$$\text{CV} = 125.000.000.000 / 2.380.000.000 = 90,5797 \text{ veces.}$$

⁶ ORTIZ ANAYA, Héctor. Análisis Financiero Aplicado. Editorial Universidad Externado de Colombia. Bogotá. 1999.

“*La Centrifuga de Ventas se genera a partir de algunas actuaciones de la Administración de la organización, es deber del Revisor Fiscal examinar, evaluar e informar, cuando detecte síntomas del fenómeno*”

Cuanto más veces esté el CNT en las Ventas, mayor es la propensión al fenómeno de Centrifuga de Ventas.

Según el análisis que antecede, el problema a resolver será:

¿Cómo debe ser la intervención del Revisor Fiscal ante un problema de Centrifuga de Ventas?

2. EL DIAGNÓSTICO Y LOS INFORMES DEL REVISOR FISCAL

2.1 CONCEPTO

La **Revisoría Fiscal** es una institución de control al interior de las organizaciones que están obligadas a tenerla, o en aquellas que no estando obligadas, sus socios quieren tenerla.

De acuerdo con las enseñanzas del Profesor PEÑA (1998:64)⁷, “la **revisoría fiscal** es un órgano societario adscrito económicamente a la empresa (...) **para que** represente a los propietarios frente a la administración, vele por el cumplimiento de las disposiciones legales, estatutarias y de la asamblea de accionistas (...) **dictamine hechos contables y financieros**, determine lo adecuado del control interno promoviendo su mejoramiento **para salvaguardar sus bienes**”.

El CTCP (2008:17,18)⁸ define **la Revisoría Fiscal** de la siguiente manera: “...es una

⁷ PEÑA BERMÚDEZ, Jesús María. El Control, La Auditoría y la Revisoría Fiscal. Ecoe Ediciones. Bogotá. 1998

⁸ CTCP-MINCIT. Orientación Profesional Sobre el Ejercicio de la Revisoría Fiscal. Editorial Consejo Técnico de la Contaduría Pública-Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Bogotá, 2008.

institución de origen legal, de carácter profesional a la cual *le corresponde* por ministerio de la ley, bajo la responsabilidad de un profesional contable, con sujeción a las normas que le son propias, *vigilar integralmente los entes económicos, dando fe pública de sus actuaciones*. (...) *se fundamenta en el interés público y en la necesidad que sus acciones brinden seguridad a quienes interactúan con los entes económicos, en especial en lo concerniente con el cumplimiento de las disposiciones vigentes, la integridad, confiabilidad y pertinencia de la información suministrada, la diligencia*

de los administradores y, la eficiencia y eficacia de las operaciones realizadas” (La cursiva en negrilla es para fines didácticos).

Teniendo en cuenta lo anterior, la Revisoría Fiscal en su carácter de institución de control, representante de los inversionistas y de la sociedad, al interior de las organizaciones, debe vigilar integralmente los entes económicos, dando fe pública de sus actuaciones, a quienes debe informar sobre la integridad, confiabilidad y pertinencia de la información contable y financiera suministrada por los administradores, así como de la eficiencia y eficacia de las operaciones.

3. EXPLICACIÓN DE LA CENTRÍFUGA DE VENTAS

La Centrifuga de Ventas se genera a partir de algunas actuaciones de la Administración de la organización, es deber del Revisor Fiscal examinar, evaluar e informar, cuando detecte síntomas del fenómeno.

Una vez identificada la Centrifuga de Ventas, el Revisor Fiscal debe establecer las causas que la generaron. Algunas de esas causas son las que se explican a continuación.

3.1 CAUSAS DE LA CENTRÍFUGA DE VENTAS

Existen básicamente dos causas. Ellas se clasifican en *causas directas*, y *causas indirectas*. En todo caso, el Revisor Fiscal debe evaluar la situación de Centrifuga de Ventas, identificar sus causas, e informar a los Ejecutivos involucrados y al Máximo Órgano rector de la organización.

3.1.1 Causas Directas

1) **La agresividad en ventas** impacta los presupuestos de efectivo al demandar mayor cantidad de inventarios y requerir mayor disponibilidad de efectivo para sufragar los gastos que se generan por el gran volumen de operaciones, especialmente los de distribución y publicidad.

Para atender el volumen de operaciones se requiere invertir en activos fijos (maquinaria, vehículos, otros), lo cual inmoviliza recursos.

La necesidad de capital de trabajo y mayores inversiones en activos fijos implican mayor endeudamiento, por lo tanto crecen las obligaciones financieras.

Todo lo anterior exige una proporción adecuada de capital propio. Si ésta

no es adecuada, generará los síntomas de enfermedad financiera de la organización.

2) Intención de burlar a los acreedores.

En pasadas épocas, lejanas y cercanas se ha observado que muchas quiebras de empresas obedecen a la intención de burlar a los acreedores, ya sean entidades o proveedores de bienes y servicios, para lo cual utilizan creativas estrategias para aparentar solvencia, eficiencia operativa e imagen impactante; una de las estrategias es falsear la información en los Estados Financieros para mostrar estructura financiera sólida y buenos resultados. Después del tiempo previsto, cuando deciden dar el golpe extraen por diferentes medios los rubros del activo corriente: Agotan los inventarios, efectúan maniobras fraudulentas con la cartera de clientes, hacen inversiones de corto plazo que posteriormente disfrazan con pérdidas en inversión, se hacen embargar manera de personas que se prestan para el fraude o que les prestan dinero y posteriormente les ofrecen la preferencia en la ejecución del negocio; dejan de pagar a sus proveedores y demás acreedores y los promotores se ocultan o se van del país.

En este caso, por tratarse de conductas que tocan con el contexto de crímenes económicos, la auditoría apropiada es la auditoría forense, en los escenarios en que la enmarca el Profesor Ayala (2008:49 y ss.)⁹.

a) Incremento inesperado en las ventas por encima de toda planeación de la Compañía, para la cual no se estaba preparados. La dificultad de liquidez para atender las circunstancias pueden desestabilizar la organización, a menos que los Administradores de la misma reaccionen a tiempo, busquen y encuentren soluciones.

3.1.2 Causas Indirectas

Pueden ser varias las causas indirectas de la centrifuga de ventas. Dos bien identificables son: La reducción del Capital Neto Tangible, o Patrimonio sin cuentas de superávit por valorización, LEGIS (2008:186-33)¹⁰; y, el fenómeno inflacionario.

1) Reducción del Capital Neto Tangible en cuantías significativa fuera del comportamiento normal de la dinámica organizacional, genera el mismo efecto que el incremento inesperado en ventas, ya que desequilibra la proporción en la relación Ventas a Capital Neto Tangible.

2) La Inflación como Fenómeno Generador de Centrifuga de Ventas. Se sabe que el término *inflación* tiene muchas acepciones, como dice PARRA-PEÑA (1988:7)¹¹ ejerce múltiples funciones, por ejemplo al hablar de inflación declarada, políticas de inflación, inflación monetaria, inflación de la demanda, de la oferta, etc., pero, es general el cuestionamiento que se hace sobre la capacidad explicativa de la ciencia

⁹ AYALA VELA, Horacio. El Contador Forense -1º. Edición- Legis Editores S.A. Bogotá. 2008.

¹⁰ LEGIS. Régimen Contable Colombiano, -Sistema de actualización permanente, Hojas cambiables. Legis Editores S.A. Bogotá, Envío 65, febrero de 2008.

¹¹ PARRA-PEÑA, Isidro. La Inflación Nuestra de Cada Día. Plaza y Janés Editores Colombia Ltda. Bogotá. 1988.

económica respecto de la inflación y todo porque a los clásicos de la economía se les dio por tomar como motivo de sus estudios el conjunto de la organización económica, la macroeconomía, para desarrollar el estudio de la formación del valor. Como a la formación del valor concurren diferentes variables, entre ellas el trabajo, los salarios, la ganancia, los impuestos, y otros componentes para formar los precios, hablan de inflación en forma general resulta un complique, por lo cual resulta más fácil aislar particularizar su estudio en relación con la inflación.

Una mirada a la inflación, desde las escuelas, es la de PAZOS (1980: 20, 21, 40)¹² quien dice que el estructuralismo es un enfoque de la inflación, popularizado por la Escuela Cepalina o CEPAL (Comisión de Estudios Para América Latina) y que estas teorías sostienen que la inflación es consecuencia de la concentración del ingreso, el desempleo, la existencia de grandes sectores marginados y la incongruencia entre lo que se produce y las necesidades de la mayor parte del pueblo. "La inflación se mide a través de los llamados índices de precios, que son las variaciones que ha tenido un grupo de artículos y servicios en un determinado periodo".

Como quiera que sea, para efectos de este trabajo, se facilita la comprensión si tomamos el concepto que se popularizó con motivo de la reforma tributaria de 1986¹³, que desligó el impuesto de renta de los efectos de la inflación: Inflación es la pérdida del poder

adquisitivo del dinero en una economía. El empresario que al vender a crédito otorga plazos de 30, 60, 90 o más días para el recaudo de la cartera, está expuesto al impacto del fenómeno inflacionario. Así por ejemplo:

- Adquiere inventarios a un costo de \$100,00 por unidad. En la fecha A. si es industrial, produce y vende, o si es comerciante, vende sus mercancías un mes después (Fecha B), a precio de venta \$ 115,00 con factura a 60 días (es decir, se espera recaudo en la fecha C).

Entre las fechas A/ 3m /C han transcurrido tres (3) meses.

Si a la fecha B, el empresario quiere reponer los inventarios vendidos, seguramente que los va a encontrar posiblemente a \$105,00 pero los precios en su factura por cobrar seguirá siendo de \$115,00. Es decir que para reponer un volumen considerable de inventarios, requerirá de mayor cantidad de dinero que el necesario en el momento A.

Como el empresario no puede detener la velocidad de las ventas, se ve forzado a ampliar su capital de trabajo, muchas veces con costo financiero más alto.

Ese sacrificio de margen bruto de comercialización afecta la estructura de sus finanzas.

¹² PAZOS, Luis. El Gobierno y la Inflación. ¿Quién Provoca el Aumento de los Precios?. Editorial Diana S.A. México. 1980

¹³ REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 75 de 1986.

El efecto de la inflación conlleva desempleo, según las teorías económicas, la gente disminuye la demanda y como consecuencia los clientes no podrán pagar oportunamente a su proveedor, convirtiéndose en un problema estructural en la economía de la organización. En pocas palabras, siguiendo a WESTON (1968:65)¹⁴,

se puede afirmar que los problemas financieros de las empresas comerciales, relativas a la administración de activos, incluyen el análisis de la corriente de fondos y son básicamente problemas de inventario así como del tipo de sustitución de ellos, en este caso, con influencia del fenómeno inflacionario.

4. EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN FINANCIERA

El Revisor Fiscal, en desarrollo de su trabajo debe realizar trabajos de auditoría y para ello aplica varias técnicas, entre ellas el **análisis de tendencias**, análisis de razones, análisis de regresión y prueba de razonabilidad; como bien lo explican PANY y WITTINGTON (2000:112)¹⁵. El análisis de tendencias comprende la revisión de cambios en el saldo de una cuenta en el tiempo, como la variación anormal de las cuentas por cobrar, o de los inventarios, o bien de las mismas ventas.

Utilizando técnicas de ponderación de indicadores financieros, el revisor Fiscal analiza tantos indicadores como considere necesario, con el objetivo de conocer las tendencias que siguen los principales indicadores, por ejemplo: Capital de trabajo, relación de ventas a Capital Propio, Rotación de Cartera, Rotación de Inventarios, así como sus niveles de máximo y mínimo, margen bruto de comercialización, inversión en activos fijos, índice de concentración de obligaciones, solvencia, índice de utilidades, apalancamientos, entre otros.

Para realizar su trabajo el Revisor Fiscal cuenta con las herramientas recomendadas por el COSO (1999:183)¹⁶, que pueden ser muy útiles para realizar una evaluación del sistema de control interno, en materia relacionada con el fenómeno de *Centrifuga de Ventas*, especialmente en el enfoque de ciertas actividades, como la adquisición o la venta.

De su análisis, podrá el Revisor Fiscal diagnosticar muchas cosas, como por ejemplo si se cumplieron las metas de utilidad, de desarrollo, los planes financieros, si el margen de utilidad es bueno, etc., pero también puede concluir si las tendencias de endeudamiento son sanas y en el corto, mediano o largo plazo la compañía estará bien o pasará angustias de liquidez, o lo que es más complejo de determinar pero muy importante para todos los interesados en el ente económico: *Si peligra la continuidad de la empresa*.

¹⁴ WESTON, Fred. Horizonte y Metodología de las Finanzas. Editorial Herrero Hermanos Sucesores. S.A. México 1968

¹⁵ WHITTINGTON, O. RAY; PANY, Kurt. Trad. ARANGO MEDINA, Gladys. Auditoría, un Enfoque Integral -12ª. Edición. Editorial McGraw-Hill Interamericana S.A. Bogotá, 2000.

¹⁶ COMMITTEE OF SPONSORING ORGANIZATION OF THE TREADWAY COMMISSION (COSO). -Traducción de MANTILLA BLANCO, Samuel Alberto. Control Interno, Estructura Conceptual. Ecoe Ediciones Bogotá, 1999.

5. CENTRÍFUGA DE VENTAS

5.1 DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

Definido este fenómeno económico como las ventas que exceden un nivel razonable del Capital Neto Tangible, se presenta en la empresa en forma similar a la teoría física de la fuerza centrífuga, como lo plantea FERNANDEZ (1971?:317)¹⁷ la cual “todo cuerpo que gira alrededor de un centro tiene tendencia a alejarse del mismo y escaparse por la tangente, y dejar de circular”.

La fuerza de ventas de una empresa genera la circulación que se caracteriza así (y por lo que los activos que intervienen se denominan circulantes):

- El despacho a Clientes, genera necesidad de inventarios disponibles.
- Las mercancías ya sea producidas por la empresa o compradas para ser vendidas, se venden y producen efectivo y cuentas por cobrar.
- Las Cuentas se cobran y se convierten en efectivo.
- Con el efectivo se paga a proveedores, se pagan los gastos y las nuevas compras.

Cuanto más agresivas sean las ventas mayor será la velocidad que tenga esta circulación, la cual ocurre alrededor de un punto de equilibrio resultante de la proporción razonable entre las ventas y el Capital Neto Tangible (o Capital real circulante).

Si se ejerce una presión considerable y (continuada) sobre las ventas que es el volumen, manteniendo aproximadamente igual el capital neto tangible, resultará que cada vez más el núcleo será insuficiente para sostener la centrífuga que se genera, hasta que finalmente, si no se aplican correctivos oportunos, la centrífuga arrastra la empresa hacia la paralización.

5.2 SÍNTOMAS DE UNA CENTRÍFUGA DE VENTAS

- a) Agresividad en las ventas más que proporcional al Capital neto tangible.
- b) Deficiencia o ausencia de presupuestos de efectivo y de un plan financiero.
- c) Políticas de precios con menos margen bruto de comercialización (buscar la utilidad por el volumen y no por el margen de comercialización).
- d) Aumento más que proporcional en la cartera de clientes
- e) Inversión excesiva en inventarios
- f) Poca o ninguna inversión en activos fijos
- g) Concentración de la obligación hacia los proveedores.
- h) Si a estos síntomas se les agrega una alta concentración de pasivos en uno o en muy pocos proveedores, el síntoma es mucho más grave.

¹⁷ FERNANDEZ DE ARMAS, Op. Cit.

6. EL DIAGNÓSTICO Y LOS INFORMES

Si el Revisor Fiscal diagnostica una centrifuga de ventas en el ente revisado, debe informarlo lo antes posible al máximo órgano de la Compañía, como lo prescribe el Código de Comercio (2009)¹⁸, con el fin de que se conozca la situación y se apliquen los correctivos necesarios.

El Revisor Fiscal no tiene obligación de indicar cuáles son los correctivos aplicables porque es labor administrativa, pero sí está obligado a recomendar algunos, y comentar al menos los más probables efectos en materia financiera, el riesgo a incurrir en cesación de pagos, o el de acudir a créditos de emergencia que casi siempre son altamente costosos, la moratoria en cumplimiento de deberes fiscales y parafiscales que generan costosas sanciones, así como el posible incumplimiento

en los deberes laborales, los posibles efectos nocivos al buen crédito de la Compañía, entre otros.

Si a juicio del Revisor Fiscal la situación es tan grave, deberá pedir que se convoque, o deberá convocar a la asamblea, con carácter extraordinario para informarla y que sea el máximo órgano el que tome cartas en el asunto. Por otra parte, la situación debe incluirse en forma apropiada en el Dictamen.

Si fenómenos como el de la centrifuga de ventas se tuviera en cuenta en la evaluación de gestión, muchos de los entes que ya se extinguieron o están en proceso liquidatorio, probablemente no hubieran tenido que llegar a tal situación, o al menos las pérdidas hubieran podido ser menores.

CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES

- La Centrifuga de Ventas es un fenómeno de “enfermedad” de las organizaciones, se desarrolla en el sistema de ventas, y afecta toda la estructura financiera, de manera que si no se atienden los correctivos oportunamente, puede llevar a la empresa a su liquidación o quiebra.
- Si bien, son varios los síntomas de la Centrifuga de Ventas, el fenómeno se puede detectar analizando la tendencia en la relación de Ventas a Capital Neto Tangible.
- Es deber del Revisor Fiscal realizar análisis de tendencias en búsqueda de un diagnóstico de Centrifuga de Ventas en el ente revisado.
- Si el Revisor Fiscal diagnostica la Centrifuga de Ventas, es su obligación informarla lo antes posible al máximo Órgano Rector de la Organización revisada.

¹⁸ LEGIS. Regimen Contable Colombiano. Legis Editores S.A. sistema de hojas cambiables, actualización permanente. Código interno de la Obra: 11257, Cita del Art. 207 del Código de Comercio. Bogotá.

- La Centrifuga de Ventas tiene Causas Directas: La agresividad en ventas, Intención de burlar a los acreedores, Incremento inesperado en las ventas;

y causas indirectas: La reducción del Capital Neto Tangible, o Patrimonio sin cuentas de superávit por valorización; y, el fenómeno inflacionario.

BIBLIOGRAFÍA

ALONSO, Marcelo; ACOSTA, Virgilio (1970). Introducción a la Física. Bogotá: Ed. Cultural Colombiana Ltda.

AYALA VELA, Horacio (2008). El Contador Forense. 1ª edición, Bogotá: Legis Editores S.A.

COMMITTEE OF SPONSORING ORGANIZATION OF THE TREADWAY COMMISSION (COSO). -Traducción de MANTILLA BLANCO, Samuel Alberto. Control Interno, Estructura Conceptual. Ecoe Ediciones Bogotá, 1999.

CTCP – MINCIT (2008). Orientación Profesional Sobre el Ejercicio de la Revisoría Fiscal. Bogotá: Editorial Consejo Técnico de la Contaduría Pública-Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

CUMBRE, Enciclopedia Ilustrada (1977). "Fuerza Centrifuga y Centrípeta", 17ª edición, México: Editorial Cumbre S.A.

FERNÁNDEZ DE ARMAS, Gonzalo (1970). Estados Financieros, Análisis e Interpretación. México: Editorial UTHEA.

LEGIS. Régimen Contable Colombiano, Sistema de actualización permanente, Hojas cambiables. Bogotá: Legis Editores S.A., Envío 65, febrero de 2008.

LEGIS. Régimen Contable Colombiano. Legis Editores S.A., sistema de hojas cambiables, actualización permanente. Código interno de la Obra: 11257, Cita del Art. 207 del Código de Comercio. Bogotá

ORTIZ ANAYA, Héctor (1999). Análisis Financiero Aplicado. Bogotá: Editorial Universidad Externado de Colombia.

PARRA-PEÑA, Isidro (1988). La Inflación Nuestra de Cada Día. Bogotá: Plaza y Janés Editores Colombia Ltda.

PAZOS, Luis. El Gobierno y la Inflación (1980). ¿Quién Provoca el Aumento de los Precios? México: Editorial Diana S.A.

PEÑA BERMÚDEZ, Jesús María (1998). El Control, la Auditoría y la Revisoría Fiscal. Bogotá: Ecoe Ediciones.

REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 75 de 1986.

WESTON, Fred (1968). Horizonte y Metodología de las Finanzas. México: Editorial Herrero Hermanos Sucesores S.A.

WHITTINGTON, O. RAY; PANY, Kurt (2000). Trad. ARANGO MEDINA, Gladys. Auditoría, un Enfoque Integral. 12ª edición, Bogotá: Editorial McGraw-Hill Interamericana S.A.

