



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

INSTITUTO DE CIENCIAS MATEMÁTICAS

“AUDITORÍA DEL RUBRO INGRESO-CUENTAS POR COBRAR-COBranza DE UN CONCESIONARIO DE VEHÍCULOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL POR EL PERÍODO TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008”

TESINA DE GRADO

Previo a la Obtención del Título de:

AUDITOR-CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO

Presentado por:

Ninoschtka Denisse Freire Morán

Luis Eduardo Marca Torres

GUAYAQUIL-ECUADOR
AÑO 2009

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios, a Él le agradezco el llegar hasta este punto de mi vida, y por la vida que me falta caminar. A mis padres, su esfuerzo y perseverancia por darme lo mejor, fueron el empuje que me motivo a luchar por todo esto. A mis hermanas de toda la vida, porque en las buenas y en las malas siempre han estado compartiendo todos los momentos conmigo.

Ninoschtka Denisse Freire Morán

AGRADECIMIENTO

Quiero dar mis agradecimientos en primer lugar a Dios sobre todas las cosas, por sus bendiciones hacia mi vida, porque sin él nada de lo que estoy haciendo fuera hecho posible, y él ha permitido que llegue hasta esta instancia, luego a mis padres y mis hermanos por su amor y apoyo incondicional, a la empresa que nos abrió sus puertas para poder realizar nuestro proyecto.

Luis Eduardo Marca Torres

DEDICATORIA

A Dios

A mis Padres

A mis hermanas

A mis amigos

Ninoschtka Denisse Freire Morán

DEDICATORIA

A Dios sobre todas las cosas, a mi padre por su apoyo tanto en lo en lo espiritual, económico, y moral; a mi madre por su amor, ternura y comprensión; a mis hermanos por el cariño y la atención que me han dado.

Luis Eduardo Marca Torres

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

ING. ROBERTO MERCHÁN
DIRECTOR DE TESIS

EC.JULIO AGUIRRE
PRESIDENTE

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta tesis de grado, me corresponde exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”

(Reglamento de graduación de la ESPOL)

NINOSCHTKA DENISSE FREIRE MORÁN

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta tesis de grado, me corresponde exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”

(Reglamento de graduación de la ESPOL)

LUIS EDUARDO MARCA TORRES

RESUMEN

El presente trabajo contiene la AUDITORÍA DEL RUBRO INGRESO-CUENTAS POR COBRAR-COBRANZA DE UNA CONCESIONARIA DE VEHÍCULOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL POR EL PERIODO TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008, esto realizado por medio de la constatación física de las existencias, aplicación de pruebas de control interno y análisis de los Estados Financieros de la Empresa.

En el primer capítulo, se muestra el Marco Teórico y Principios sobre los cuales basamos nuestra Auditoría con el fin de tener un mayor entendimiento de los conceptos aplicados para su ejecución.

En el capítulo dos, se presenta la Información General de la Empresa, el nacimiento de la marca GM a nivel internacional y sus inicios en Ecuador, también se incluye datos sobre la Empresa y el desarrollo del análisis estadístico de los Estados Financieros, sus productos y su posicionamiento como marca en el Ecuador.

En el tercer capítulo, presentamos la ejecución de la Auditoría de los rubros INGRESOS-CUENTAS POR COBRAR Y COBRANZA, mediante la ejecución de pruebas sustantivas y pruebas analíticas para así determinar la razonabilidad de los rubros mencionados.

Finalmente se incluyen las respectivas conclusiones y recomendaciones.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO.....	II
DEDICATORIA.....	III
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....	IV
DECLARACIÓN EXPRESA.....	V
RESUMEN.....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE CONTENIDO.....	VIII
ABREVIATURAS.....	IX
ÍNDICE DE FIGURAS.....	X
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
INTRODUCCIÓN.....	1

ÍNDICE CONTENIDO

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO.....	3
1.1. Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.....	3
1.1.1. Postulado básico.....	3
1.1.2. Principios dados por el medio socio-económico.....	3
1.1.3. Principios que hacen a las cualidades de la información....	4
1.1.4. Principios de fondo o valuación.....	6
1.2. Ingresos Ordinarios.....	7
1.2.1. Reconocimiento del Ingreso.....	8
1.2.2. Medición de los Ingresos.....	8
1.2.3. Valor razonable.....	8
1.2.4. Venta de bienes.....	8
1.2.5. Prestación de servicios.....	9
1.3. Cuentas por Cobrar.....	10
1.3.1. Clasificación de cuentas.....	10
1.3.2. Valoración de cuentas por cobrar.....	11
1.3.3. Cuentas Incobrables.....	11
1.3.4. Provisión para cuentas incobrables.....	11
1.3.5. Créditos incobrables.....	12
1.4. Cobranza.....	13
1.4.1. Formas de cobranzas.....	13
1.5. Auditoría.....	16
1.5.1. Objetivo de Auditoría.....	16
1.5.2. Alcance de una Auditoría.....	16
1.6. Planificación.....	16
1.6.1. Plan global de Auditoría.....	17

1.6.2. Programa de Auditoría.....	17
1.6.3. Proceso de una Auditoría.....	17
1.7. Carácter Significativo de la Auditoría.....	18
1.8. Evidencia de Auditoría.....	19
1.8.1. Concepto de Evidencia de Auditoría.....	19
1.8.2. Evidencia Suficiente y Competente.....	19
1.8.3. Tipos de evidencia de la Auditoría.....	20
1.9. Procedimientos de Auditoría.....	20
1.10. Procedimientos Analíticos.....	21
1.10.1. Crear una expectativa.....	22
1.10.2. Determinar la diferencia respecto a la expectativa que puede aceptarse sin investigar.....	22
1.10.3. Comparar con la expectativa el saldo de la cuenta que puede aceptarse sin investigar.....	23
1.10.4. Investigar y evaluar las diferencias significativas respecto a la expectativa.....	23
1.11. Pruebas de Control.....	23
1.12. Pruebas Sustantivas.....	23
1.13. Aserciones de los Estados Financieros.....	24
1.14. Fraude y Error.....	24
1.14.1. Responsabilidad de la administración.....	25
1.14.2. Responsabilidad del auditor.....	25
1.14.3. Evaluación del Riesgo.....	26
1.15. Evaluación de Riesgo y Control Interno.....	26
1.15.1. Riesgo de Auditoría.....	26
1.15.2. Riesgo inherente.....	26
1.15.3. Riesgo de Control.....	27
1.15.4. Riesgo de Detección.....	27

1.16. Control interno.....	27
1.16.1. Medios para obtener el control interno.....	28
1.16.2. Ambiente de control.....	28
1.16.3. Proceso de evaluación del riesgo.....	28
1.16.4. Actividades de Control.....	29
1.16.5. Sistema de información Contable.....	30
1.16.6. Monitoreo de Controles.....	31
1.17. Muestreo de auditoría.....	31
1.17.1. Riesgo muestral.....	31
1.17.2. Muestreo aleatorio.....	32
1.17.3. Tablas de números aleatorios.....	32
1.17.4. Generadores de números aleatorios.....	32
1.17.5. La selección sistemática	33
1.17.6. Selección en Bloques.....	33
1.17.7. Selección al azar.....	33
1.17.8. Estratificación.....	33
1.18. Impuesto a los consumos especiales.....	34
1.18.1. Hecho generador.....	34
1.18.2. Sujeto activo.....	34
1.18.3. Sujetos pasivos.....	34
1.18.4. Facturación del impuesto.....	34
1.18.5. Tarifas del Impuesto.....	35

CAPÍTULO II

2. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	37
2.1. Introducción.....	37
2.1.1. General Motors Company – Generalidades.....	37
2.1.1.1. Visión GM sobre GM Difference.....	38

2.1.1.2.	Conceptos de GM Difference.....	38
2.1.1.3.	Premisas de GM Difference.....	39
2.1.1.4.	Propósitos de GM Difference.....	39
2.1.2.	Nacimiento de Chevrolet.....	39
2.1.3.	AUTOGAMA C.A.....	42
2.1.3.1.	Misión AUTOGAMA C.A.....	42
2.1.3.2.	Visión AUTOGAMA C.A.....	42
2.1.3.3.	Descripción de las Políticas de Inversiones y Financiamiento desde su Constitución.....	43
2.1.3.4.	Factores de Riesgo Asociados con la Compañía, con el Negocio y con la Oferta Pública.....	44
2.1.4.	Análisis Económico	45
2.1.4.1.	Tendencia de la Industria.....	47
2.1.5.	Análisis de la Competencia.....	48
2.1.6.	Análisis de la Empresa.....	63
2.1.6.1.	Los Productos.....	63
2.1.6.2.	Las Marcas.....	66
2.1.6.3.	Clientes y Proveedores	71
2.1.6.4.	Empleados.....	72
2.1.6.5.	Organigrama de la Empresa.....	76
2.1.6.5.1.	De la Gerencia General.....	76
2.1.6.5.2.	De la Gerencia de Ventas.....	77
2.1.6.5.3.	De la Gerencia de Venta de Camiones.....	78
2.1.6.5.4.	De la Gerencia de Venta de Flotas.....	78
2.1.6.5.5.	De la Gerencia de Taller.....	79
2.1.6.5.6.	De la Administración de Sistemas.....	80
2.1.6.5.7.	De la Gerencia de Repuestos y Accesorios....	80
2.1.6.5.8.	De la Gerencia Financiera.....	81

2.2. Riesgo de Fraude.....	82
2.2.1. Controles implementados por parte de la Gerencia.....	83
2.2.2. Pruebas de Impredecibilidad.....	83
2.3. Procedimientos Analíticos Preliminares.....	84
2.3.1. Análisis Financiero.....	84
2.3.1.1. Análisis vertical.....	84
2.3.1.2. Análisis horizontal.....	88
2.3.1.3. Análisis de las ventas de AUTOGAMA C.A.....	92
2.3.1.4. Margen Bruto.....	93
2.3.1.5. Gastos Operacionales: Administración y Ventas...	94
2.3.1.6. Utilidad Neta.....	95
2.3.1.7. Balance General.....	96
2.3.1.8. Composición del Activo	97
2.3.1.9. Evolución de la Cartera	99
2.3.1.10. Inventario.....	100
2.3.1.11. Composición del Pasivo y Patrimonio.....	100
2.3.2. Razones Financieras.....	104
2.3.2.1. Razones de Liquidez.....	104
2.3.2.2. Razón Circulante.....	104
2.3.2.3. Razón de la prueba del ácido.....	105
2.3.2.4. El capital de trabajo.....	105
2.3.2.5. Liquidez de las cuentas por cobrar.....	106
2.3.2.6. Razón de rotación de las cuentas por cobrar.....	107
2.3.2.7. Endeudamiento.....	108
2.3.2.8. Rentabilidad.....	109
2.3.2.8.1. Margen de Utilidad Bruta.....	109
2.3.2.8.2. Índice de Margen de Utilidad Neta.....	110

2.3.2.9. Análisis de los indicadores financieros vs la competencia.....	110
2.3.2.9.1. Principales rubros financieros.....	111
2.3.2.10. Posición de la empresa en el mercado.....	113
2.3.3. Riesgo de Auditoría.....	114
2.4. Materialidad.....	116
2.5. Control Interno.....	121
2.5.1. Ambiente de Control.....	122
2.5.2. Evaluación del Riesgo.....	124
2.5.3. Actividades de Control.....	128
2.5.4. Información y Comunicación.....	129
2.5.5. Monitoreo.....	129
2.5.6. Ciclo o Rubro a Auditar.....	130
2.5.7. Identificación de Controles.....	130
2.6. Programa de Auditoría.....	132
2.6.1. Objetivo.....	132
2.6.2. Identificación de Riesgos.....	132
2.6.3. Procedimientos sustantivos.....	137

CAPÍTULO III

3. AUDITORÍA DEL RUBRO INGRESOS – CUENTAS POR COBRAR Y COBRANZA.....	150
3.1. Introducción.....	150
3.2. Objetivos.....	150
3.2.1. Examinar los riesgos inherentes, entre ellos el fraude.....	150
3.2.2. Examinar el control interno de las cuentas por cobrar y los ingresos.....	151
3.2.3. Examinar una muestra de cuentas por cobrar clientes.....	152

3.2.3.1. Método de selección de la muestra: Estratificación	152
3.2.3.2. Estratificación de los saldos de cuentas por cobrar de los clientes de AUTOGAMA C.A.....	153
3.2.4. Aplicación de pruebas sustantivas para el rubro cuentas por cobrar.....	153
3.2.4.1. Obtener una lista de la antigüedad de las cuentas por cobrar y conciliar a mayores.....	153
3.2.4.2. Conseguir un análisis de las cuentas por cobrar y documentos por cobrar	161
3.2.4.3. Realizar la comprobación entre los valores de las facturas y los registros en libros	162
3.2.4.4. Realizar la comprobación de las listas de facturas	163
3.2.5. Pruebas sustantivas al Rubro Ingresos.....	164
3.2.5.1. Revisar la secuencia numérica de facturas emitidas por venta de servicios al 31 de Diciembre del 2008.....	167
3.2.5.2. Revisar el corte de fin de año de las transacciones de ventas.....	168

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	171
4.1. Conclusiones.....	171
4.2. Recomendaciones.....	173

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

ABREVIATURAS

LRTI	Ley de Régimen Tributario Interno
NEA	Normas Ecuatorianas de Auditoría
COSO	Committee of Sponsoring Organizations
ICE	Impuesto a los Consumos Especiales
C.A.	Compañía Anónima
NYSE	New York Stock Exchange o Bolsa de Valores de Nueva York
GM	General Motors
OBB	Omnibus BB
AEDAE	Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador
SUV	Sport Utilities Vehicles
A/C	Aire acondicionado
CRM	Customer Relationship Management
C/P	Corto Plazo
L/P	Largo Plazo

ÍNDICE DE FIGURAS

GRÁFICO II.I Unidades vendidas por marcas en el año 2008.....	52
GRÁFICO II.II Automóviles más vendidos en el año 2008.....	54
GRÁFICO II.III Camionetas más vendidas en el año 2008.....	56
GRÁFICO II.IV Todoterrenos más vendidos en el año 2008.....	57
GRÁFICO II.V Camionetas familiares más vendidas en el año 2008.....	59
GRÁFICO II.VI Camiones más vendidos en el año 2008.....	60
GRÁFICO II.VII Buses más vendidos en el año 2008.....	61
GRÁFICO II.VIII Tipos de vehículos más vendidos en el año 2008.....	62
GRÁFICO II.IX Ventas de AUTOGAMA C.A. en los años 2007 – 2008....	64
GRÁFICO II.X Ventas de AUTOGAMA C.A. en los años 2008.....	65
GRÁFICO II.XI Precio de automóviles Chevrolet.....	66
GRÁFICO II.XII Precio de automóviles Chevrolet.....	68
GRÁFICO II.XIII Precio de vehículos todoterreno Chevrolet.....	69
GRÁFICO II.XIV Precio de camionetas Chevrolet.....	70
GRÁFICO II.XV Precio de autos comerciales Chevrolet.....	71
GRÁFICO II.XVI Margen Bruto años 2007 – 2008.....	93
GRÁFICO II.XVII Tendencia de los Gastos años 2007 – 2008.....	94
GRÁFICO II.XVIII Evolución del margen neto.....	96
GRÁFICO II.XIX Evolución de Activo, Pasivo y Patrimonio.....	97
GRÁFICO II.XX Composición del activo año 2008.....	98
GRÁFICO II.XXI Composición del inventario año 2008.....	100
GRÁFICO II.XXII Composición del pasivo y patrimonio año 2008.....	101

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA I.I Tarifas de Impuesto a los Consumos Especiales.....	35
TABLA II.I Unidades vendidas por marcas en el año 2008.....	46
TABLA II.II Unidades vendidas por marcas en el año 2008.....	51
TABLA II.III Automóviles más vendidos año 2008.....	53
TABLA II.IV Camionetas más vendidas en el año 2008.....	55
TABLA II.V Todoterrenos más vendidos en el año 2008.....	57
TABLA II.VI Camionetas familiares más vendidas en el año 2008.....	58
TABLA II.VII Camiones más vendidos en el año 2008.....	60
TABLA II.VIII Buses más vendidos en el año 2008.....	61
TABLA II.IX Ventas de AUTOGAMA C.A. en los años 2007 – 2008.....	63
TABLA II.X Precios de Vehículos Chevrolet.....	67
TABLA II.XI Tabla de Riesgo de Fraude.....	83
TABLA II.XII Participación de Ventas año 2008.....	92
TABLA II.XIII Margen Bruto año 2007 – 2008.....	93
TABLA II.XIV Utilidad Neta año 2007- 2008.....	95
TABLA II.XV Balance General años 2007 – 2008.....	96
TABLA II.XVI Composición del activo 2007 – 2008.....	98
TABLA II.XVII Evolución de la Cartera año 2007 – 2008.....	99
TABLA II.XVIII Composición pasivo y patrimonio 2007 – 2008.....	100
TABLA II.XIX Composición pasivo y patrimonio 2007 – 2008.....	101
TABLA II.XX Resumen de los principales rubros financieros.....	111
TABLA II.XXI Principales índices financieros.....	111
TABLA II.XXII Ranking de competidores de la marca Chevrolet.....	114
TABLA II.XXIII Estimación de la materialidad de planificación.....	117
TABLA III.I Separación de Cuentas por Estratos.....	152
TABLA III.II Saldo de cuentas por cobrar superior a \$30000.....	154

TABLA III.III Saldo de cuentas por cobrar entre \$30000 y \$10000.....	154
TABLA III.IV Saldo de cuentas por cobrar menores a \$10000.....	155
TABLA III.V Observaciones de cuentas vencidas.....	159
TABLA III.VI Taxis exonerados por Clientes.....	160
TABLA III.VII Análisis de cuentas por cobrar.....	161
TABLA III.VIII Comprobación de valores de facturas	162
TABLA III.IX Comprobación de facturas.....	163
TABLA III.X Muestra de facturas del mes de Septiembre del 2008.....	165
TABLA III.XI Muestra de facturas del mes de Octubre del 2008.....	165
TABLA III.XII Muestra de facturas del mes de Noviembre del 2008.....	166
TABLA III.XIII Muestra de facturas del mes de Diciembre del 2008.....	166
TABLA III.XIV Muestra de facturas emitidas.....	167
TABLA III.XV Corte de transacciones a fin de año.....	168

INTRODUCCIÓN

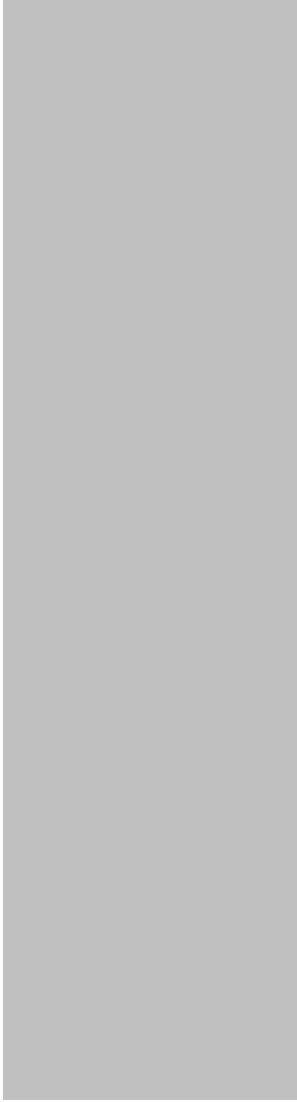
La presente tesina se enfoca en uno de los sectores de la Industria ecuatoriana que con el paso del tiempo ha ido desarrollándose considerablemente: el Sector Automotor.

La industria automotriz es una de las más importantes a nivel mundial. Sus productos, los vehículos, son esenciales para el funcionamiento de la economía global. Además, es una gran generadora de empleo directo e indirecto, y es también, una de las mayores contribuyentes a los ingresos gubernamentales alrededor del mundo.

El sector automotor tiene un papel vital dentro de la economía de un país, el desarrollo de este está ligado a varias actividades como el transporte de personas y productos para diferentes actividades, al desarrollarse estas actividades, también se generan plazas de empleo e ingresos fiscales al país, generados por los aranceles e impuestos.

Lo importante de este sector es que no solo se enmarca a la venta de vehículos nuevos, sino además de actividades como talleres, venta de llantas, lubricantes, financiamiento automotriz y otros negocios relacionados como seguros, dispositivos de rastreo, venta de combustibles, entre otros.

El mercado automotor para el año 2008 cerró con un saldo positivo al sumar 110000 unidades puestas en marcha. Esta cifra a pesar de todas las variaciones en el campo económico por el que pasó nuestro país.



CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados ¹

1.1.1 Postulado básico

- **Equidad.**

Es el principio fundamental en toda organización. En toda entidad se hallan diversos intereses que deben estar reflejados en los estados contables. Al crear éstos, deben ser equitativos con respecto a los intereses de las distintas partes. Por ello no se deben reflejar datos que afecten intereses de unos, prevaleciendo los de otros.

1.1.2 Principios dados por el medio socio-económico.

- **Empresa en marcha**

Este principio implica la permanencia y proyección de la empresa en el mercado, no debiendo interrumpir sus actividades, sino por el contrario deberá seguir operando de forma indefinida.

¹ Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados – Enciclopedia - Wikipedia

- **Período**

La empresa se ve obligada a medir el resultado de su gestión, cada cierto tiempo, ya sea por razones administrativas, legales, fiscales o financieras. Al tiempo que emplea para realizar esta medición se le llama periodo, el cual comprende de doce meses, y recibe el nombre de ejercicio. Llamado también Periodo contable, ejercicio contable o ejercicio económico.

1.1.3 Principios que hacen a las cualidades de la información.

- **Objetividad**

Los cambios en el activo, pasivo y en la expresión contable del patrimonio neto, se deben conocer formalmente en los registros contables, tan pronto como sea posible medirlos objetivamente y expresar dicha medida en términos monetarios.

- **Prudencia**

Este principio general se puede expresar diciendo: *"Contabilizar todas las pérdidas cuando se conocen, y las ganancias solamente cuando se hayan percibido"*.

Este principio es también llamado criterio conservador. Ante el hecho que el contador se encuentre entre dos o más caminos razonables a seguir, deberá optar por el que muestre la menor cifra de dos valores de activos relativos a un partida determinada; o ante el caso de registrar una operación éste la hará de modo que la participación del propietario sea la menor posible.

- **Uniformidad**

Este principio señala que las empresas al hacer uso de un método para la presentación de los estados financieros deberán ser consecuentes con el mismo, logrando uniformidad en la presentación de la información expuesta en los registros contables de un periodo a otro. Si una empresa realiza cambios frecuentes en el método que utiliza en cada periodo corto, dificultará la interpretación y comparación de los estados financieros; así como también, mostrará variaciones notables en los resultados presentados.

- **Exposición**

La información contable en los Estados Financieros debe estar expuesta en forma clara y comprensible para juzgar e interpretar los resultados de operación y la situación de la empresa.

- **Significación o Importancia Relativa**

En la aplicación de los principios contables y normas particulares se debe actuar necesariamente con sentido práctico. Esto quiere decir, que ante el hecho que se den situaciones de mínima importancia, éstas se dejarán pasar por alto.

No existe acuerdo que determine la línea exacta que separe los hechos de importancia de los que no la tienen, dejando de esta manera la decisión al juicio y sentido común del profesional contable.

El contador deberá pasar por alto situaciones que no revistan demasiada importancia, aplicando el mejor criterio de acuerdo a las circunstancias teniendo en cuenta diversos factores, como el efecto relativo en el activo, pasivo, patrimonio o en el resultado de las operaciones.

1.1.4 Principios de fondo o valuación.

- **Devengado**

Las variaciones patrimoniales que se deben considerar para establecer el resultado económico, son los que corresponden a un ejercicio sin entrar a distinguir si se han cobrado o pagado durante dicho periodo.

- **Realización**

Los resultados económicos deben computarse cuando sean realizados, es decir la utilidad se obtiene una vez ejecutada la operación mercantil, no antes. El concepto realizado, o también llamado percibido, está relacionado con el de devengado. Se debe considerar una compra o una venta como efectuada una vez realizada la operación económica con otros entes sociales u actividades económicas.

Los resultados económicos solo se deben computar cuando se han realizado, es decir cuando la operación que los origina queda perfeccionada desde el punto de vista de la legislación o prácticas comerciales aplicables y se hayan ponderado fundadamente todos los riesgos inherentes a tal operación. Se debe establecer con carácter

general que el concepto "realizado" participa del concepto de "devengado".

- **Valuación al costo**

Este principio establece que los activos de una empresa deben ser evaluados al costo de adquisición o producción, como concepto básico de evaluación; asimismo, las fluctuaciones de la moneda común denominador, no deben incidir en alteraciones al principio expresado, sino que se harán los ajustes necesarios a la expresión numeraria de los respectivos costos, por ejemplo ante un fenómeno inflacionario.

Es un concepto fundamental de la contabilidad, que dicta registrar los activos al precio que se pagó por adquirirlos. Ésta es una base más segura que el intento de estimar valores actuales.

1.2. Ingresos Ordinarios ²

Es la entrada bruta de beneficios económicos, durante el periodo, surgidos en el curso de las actividades ordinarias de una entidad, siempre que tal entrada de lugar a aumentos del patrimonio neto, distintos de los procedentes de aportaciones de los propietarios.

Esta Norma debe ser aplicada al contabilizar ingresos procedentes de las siguientes transacciones y sucesos:

- Venta de bienes;
- La prestación de servicios; y

² Norma internacional de contabilidad N. 18 Ingresos ordinarios- resumen técnico del equipo técnico de la fundación IASC

- El uso, por parte de terceros, de activos de la entidad que produzcan intereses, regalías y dividendos.

1.2.1. Reconocimiento del Ingreso

El ingreso es reconocido cuando es probable que los beneficios económicos futuros fluyan a la entidad y estos beneficios puedan ser medidos con fiabilidad.

1.2.2. Medición de los Ingresos

La medición de los ingresos ordinarios debe hacerse utilizando el valor razonable de la contrapartida, recibida o por recibir, derivada de los mismos.

1.2.3. Valor razonable

Es el importe por el cual puede ser intercambiado un activo o cancelado un pasivo, entre un comprador y un vendedor interesados y debidamente informados, en condiciones de independencia mutua.

1.2.4. Venta de bienes

Los ingresos ordinarios procedentes de la venta de bienes deben ser reconocidos y registrados en los estados financieros cuando se cumplen todas y cada una de las siguientes condiciones:

- La entidad ha transferido al comprador los riesgos y ventajas, de tipo significativo, derivados de la propiedad de los bienes;

- La entidad no conserva para sí ninguna implicación en la gestión corriente de los bienes vendidos, en el grado usualmente asociado con la propiedad, ni retiene el control efectivo sobre los mismos;
- El importe de los ingresos ordinarios pueda medirse con fiabilidad;
- Sea probable que la entidad reciba los beneficios económicos asociados con la transacción; y
- Los costos incurridos, o por incurrir, en relación con la transacción pueden ser medidos con fiabilidad.

1.2.5. Prestación de servicios

Cuando el resultado de una transacción, que suponga la prestación de servicios, pueda ser estimado con fiabilidad, los ingresos ordinarios asociados con la operación deben reconocerse, considerando el grado de terminación de la prestación a la fecha del balance. El resultado de una transacción puede ser estimado con fiabilidad cuando se cumplen todas y cada una de las siguientes condiciones:

- El importe de los ingresos ordinarios pueda medirse con fiabilidad;
- Es probable que la entidad reciba los beneficios económicos derivados de la transacción;
- El grado de terminación de la transacción, en la fecha del balance, pueda ser medido con fiabilidad; y
- Los costos ya incurridos en la prestación, así como los que quedan por incurrir hasta completarla, puedan ser medidos con fiabilidad.

El reconocimiento de los ingresos ordinarios por referencia al grado de terminación de una transacción se denomina habitualmente con el nombre de

método del porcentaje de terminación. Bajo este método, los ingresos ordinarios se reconocen en los periodos contables en los cuales tiene lugar la prestación del servicio.

El reconocimiento de los ingresos ordinarios con esta base suministrará información útil sobre la medida de la actividad de servicio y su ejecución en un determinado periodo.

Cuando el resultado de una transacción, que implique la prestación de servicios, no pueda ser estimado de forma fiable, los ingresos ordinarios correspondientes debe ser reconocido como tales sólo en la cuantía de los gastos reconocidos que se consideren recuperables.

1.3. Cuentas por Cobrar ³

Son derechos a favor de la empresa que provienen de las operaciones normales que realiza la empresa, deben ser canceladas en el siguiente ejercicio económico. Suelen estar respaldadas por facturas, notas de entrega u otros documentos similares.

1.3.1 Clasificación de cuentas

- Cuentas por cobrar clientes.
- Cuentas por cobrar a directivos y empleados
- Anticipos A Proveedores.

³ Principios de Auditoría – Whittington . Pany – Auditoría de Cuentas por cobrar

1.3.2 Valoración de cuentas por cobrar

Consiste en darle su valor exacto a la cuenta del Activo, restándole su cuenta de valoración.

1.3.3 Cuentas Incobrables

Son las cuentas por cobrar vencidas que se tienen al final de un ejercicio económico y las cuales no han sido canceladas por incumplimiento de los clientes.

1.3.4 Provisión para cuentas incobrables⁴

Las provisiones para créditos incobrables originados en operaciones del giro ordinario del negocio, efectuadas en cada ejercicio impositivo a razón del 1% anual sobre los créditos comerciales concedidos en dicho ejercicio y que se encuentren pendientes de recaudación al cierre del mismo, sin que la provisión acumulada pueda exceder del 10% de la cartera total.

Las provisiones voluntarias así como las realizadas en acatamiento a leyes orgánicas, especiales o disposiciones de los órganos de control no serán deducibles para efectos tributarios en la parte que excedan de los límites antes establecidos

⁴ Ley de Régimen Tributario interno -Art.10 Deducciones - Provisión para cuentas incobrables - Numeral 11.

1.3.5 Créditos incobrables⁵

Serán deducibles las provisiones para créditos incobrables que efectúan las instituciones del sistema financiero de acuerdo con las disposiciones de la ley y de la Junta Bancaria. No serán deducibles las provisiones realizadas por los créditos que excedan los porcentajes determinados en el Art. 72 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero así como por los créditos vinculados concedidos a favor de terceros relacionados, directa o indirectamente con la propiedad o administración de las mismas; y en general, tampoco serán deducibles las provisiones que se formen por créditos concedidos al margen de las disposiciones de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

Los créditos incobrables que cumplan con una de las condiciones previstas en la indicada ley serán eliminados con cargos a esta provisión y, en la parte que la excedan, con cargo a los resultados del ejercicio en curso.

No se entenderán créditos incobrables sujetos a las indicadas limitaciones y condiciones previstas en la Ley de Régimen Tributario Interno, los ajustes efectuados a cuentas por cobrar, como consecuencia de transacciones, actos administrativos firmes o ejecutoriados y sentencias ejecutoriadas que disminuyan el valor inicialmente registrado como cuenta por cobrar. Este tipo de ajustes se aplicará a los resultados del ejercicio en que tenga lugar la transacción o en que se haya ejecutoriado la resolución o sentencia respectiva.

“Los auditores externos en los dictámenes que emitan y a los que se refiera el Art. 99 de la Ley de Régimen Tributario Interno, deberán indicar expresamente

⁵ Reglamento Para La Aplicación De La Ley De Régimen Tributario y Sus Reformas Art. 21.- Gastos generales deducibles.- numeral 4

la razonabilidad de las provisiones para créditos incobrables y del movimiento de las cuentas pertinentes.”

1.4. Cobranzas

La operación básica de Cobranza abarca todas las operaciones que se comprenden desde el momento en que se detecta que un crédito está en condiciones de ser cobrado, hasta que los valores resultantes de la Cobranza son ingresados y contabilizados en la empresa.

1.4.1 Formas de cobranzas

La Cobranza puede asumir diversas formas en función del tipo de empresa que se trate, de las características de los deudores, de la radicación de los montos a cobrar, del volumen de operaciones, etc. Es probable que en una empresa se puedan aplicar más de un tipo de Cobranza para lograr la cancelación de los créditos.

a) Cobranza por cobradores

En este caso, personal de la empresa sale a efectuar la Cobranza directamente en el domicilio del deudor. Allí se percibe el dinero, los cheques o los pagarés que firma el deudor.

b) Cobranza por repartidores

En algunos casos, dada la característica del producto que se comercializa, la Cobranza es realizada por el mismo repartidor que efectúa la entrega de la

mercadería vendida. Suele ser usada por empresas que se dedican a la venta de productos alimenticios.

c) Cobranza por agencia

En este caso el deudor también es visitado en su domicilio. La diferencia radica en que la Cobranza es realizada por alguna empresa dedicada especialmente a prestar ese servicio y que fue contratada con ese fin. En realidad no es una forma muy utilizada, reservándose su uso, generalmente, para el caso de créditos de difícil realización.

d) Cobranza por correspondencia

El deudor envía por correspondencia el importe de su obligación. Normalmente el deudor envía un cheque de manera tal que elimine cualquier riesgo por extravío o sustracción del valor.

e) Cobranza en Caja

En este caso es el cliente quien se traslada hasta la empresa para realizar el pago de su deuda. Esta forma suele emplearse en los comercios minoristas que venden sus mercaderías a crédito, generalmente cancelables al cabo de un número determinado de cuotas.

f) Cobranza por depósito bancario

En algunos casos, el deudor efectúa su pago depositando el importe adeudado en la cuenta corriente bancaria del acreedor. Generalmente en

estos casos se usa un modelo de boleta de depósito especial que tiene una copia más que la habitual. Esa copia además queda en poder del banco, quien la hace llegar a su cliente para hacerle saber a éste de la Cobranza que se ha realizado.

g) Cobranza de documentos por medio de un banco

Entre los servicios que ofrecen los bancos se encuentra el de Cobranza de Documentos. En estos casos los documentos a cobrar son entregados al banco. Este envía el aviso de vencimiento al deudor para que efectúe el pago directamente en el banco. Cuando el deudor paga, el banco acredita el importe recibido en la cuenta de su cliente y notifica a éste del éxito de la gestión de cobranza. Si el documento no fuera cancelado a su vencimiento, el banco puede encargarse del protesto del mismo.

h) Cobranza de exportaciones

Cuando el deudor reside en el exterior, la Cobranza se realiza normalmente a través de instituciones bancarias que posibilitan que se concrete la operación. El crédito se produce sobre la cuenta corriente del acreedor y el banco le notifica la Cobranza efectuada.

1.5. Auditoría ⁶

1.5.1 Objetivo de Auditoría

De acuerdo con la **NEA 1** el objetivo de una auditoría a los Estados Financieros es:

“Facilitar al auditor a expresar una opinión sobre si los estados financieros están preparados, en todos los aspectos importantes, de acuerdo a un marco de referencia para informes financieros identificado a otros criterios. Las frases utilizadas para expresar una opinión del auditor son: Dar un punto de vista verdadero o justo o presentar en forma apropiada, en todos los aspectos importantes, que son términos equivalentes”

1.5.2 Alcance de una Auditoría

Se refiere a los procedimientos de auditoría considerados necesarios en las circunstancias para lograr los objetivos de auditoría.

1.6. Planificación ⁷

“Planificación” significa desarrollar una estrategia una estrategia general y un enfoque detallado para la naturaleza, oportunidad y alcance esperados de la auditoría. El auditor proyecta efectuar la auditoría de manera eficiente y oportuna.

⁶ Registro oficial – Órgano del Gobierno del Ecuador - Administración del Sr. Gustavo Noboa Bejarano Presidente Constitucional - Normas Ecuatorianas de Auditoría (NEA) N.1

⁷ Registro oficial – Órgano del gobierno del Ecuador - Administración del Sr. Gustavo Noboa Bejarano Presidente Constitucional - Normas Ecuatorianas de Auditoría (NEA) N.7

1.6.1 Plan global de Auditoría

El auditor debería desarrollar y documentar un plan global de auditoría describiendo el alcance y conducción esperados de la auditoría. Mientras que el registro del plan global de auditoría necesitará estar suficientemente detallado para guiar el desarrollo del programa de Auditoría, su forma y contenido precisos variarán de acuerdo al tamaño de la entidad, a las complejidades de la auditoría y a la metodología y tecnología específicas usadas por el auditor.

1.6.2 Programa de Auditoría

El auditor deberá desarrollar y documentar un programa de auditoría que exponga la naturaleza, oportunidad y alcance de los procedimientos de auditoría planificados que se requieren para implementar el plan de auditoría global. El programa de auditoría sirve como un conjunto de instrucciones a los auxiliares involucrados en la auditoría y como un medio de control y registro de la ejecución apropiada del trabajo.

El programa de auditoría puede también contener los objetivos de la auditoría para cada área y un presupuesto de tiempo en el que son presupuestadas las horas para las diversas áreas o procedimientos de auditoría.

1.6.3 Proceso de una Auditoría

Los procedimientos específicos varían según la auditoría, no obstante, los pasos fundamentales son esencialmente los mismos casi siempre:

- Conocer al cliente

- Identificar y evaluar los riesgos inherentes a los errores materiales
- Conocer a fondo el control interno para planear la auditoría.
- Determinar el nivel planeado del riesgo de control y diseñar más pruebas de los controles y pruebas sustantivas
- Realizar pruebas adicionales a los controles.
- Reevaluar el riesgo de control y modificar las pruebas sustantivas planeadas
- Efectuar pruebas sustantivas y terminar la auditoría
- Hacerse una opinión y presentar un informe de auditoría

1.7. **Carácter Significativo de la Auditoría** ⁸

El auditor deberá considerar el carácter significativo y su relación con el riesgo de auditoría cuando conduzca una auditoría.

“Carácter significativo o materialidad” es definido en “Marco de Referencia para la Preparación y presentación de estados Financieros” en los términos siguientes:

“La información es de carácter significativo si su omisión o exposición errónea pudiera influir en las decisiones económicas de los usuarios tomadas con base en los estados financieros. El carácter significativo depende del tamaño de la partida o error juzgado en las circunstancias particulares de su omisión o exposición errónea. Así, el carácter significativo ofrece un punto de separación de la partida en cuestión, más que ser una característica primordial cualitativa que deba tener la información para ser útil”.

⁸ Registro oficial – Órgano del gobierno del Ecuador - Administración del Sr. Gustavo Noboa Bejarano Presidente Constitucional - Normas Ecuatorianas de Auditoría (NEA) N.9

1.8. Evidencia de Auditoría ⁹

Durante las auditorías a los estados financieros, los contadores recogen y evalúan la evidencia de auditoría llamada también evidencia o materia evidencial, para formarse una opinión sobre si los estados financieros cumplen los criterios apropiados, generalmente los principios de contabilidad generalmente aceptados

1.8.1 Concepto de Evidencia de Auditoría

Es la información obtenida por el auditor para llegar a las conclusiones sobre las que se basa la opinión de auditoría. La evidencia de auditoría comprenderá documentos fuentes y registros contables subyacentes a los estados financieros e información corroborativa de otras fuentes.

1.8.2 Evidencia Suficiente y Competente

Se debe obtener evidencia suficiente y competente mediante la observación, la inspección, las preguntas y confirmaciones para contar con un fundamento razonable que permita emitir una opinión respecto a los estados financieros que se auditan.

⁹ Registro oficial – Órgano del gobierno del Ecuador - Administración del Sr. Gustavo Noboa Bejarano Presidente Constitucional - Normas Ecuatorianas de Auditoría **(NEA) N.1**

1.8.3 Tipos de evidencia de la auditoría

El contador reúne una combinación de muchos tipos de evidencia para reducir satisfactoriamente el riesgo de auditoría. Los principales tipos de evidencia son los siguientes:

- Sistema de información contable
- Evidencia documental
- Declaraciones a terceros
- Evidencia de terceros
- Evidencia Física

1.9. Procedimientos de Auditoría.

Los auditores realizan procedimientos para obtener evidencia que les permita extraer conclusiones razonables de si los estados financieros del cliente se ajustan a los principios de contabilidad generalmente aceptados. Los procedimientos les permiten sortear el riesgo de error material (compuesto por el riesgo inherente y de control) en cuatro formas:

- Conocer al cliente y su ambiente a fin de evaluar los riesgos de error material
- Conocer el control interno del cliente.
- Diseñar y realizar pruebas de los controles para verificar su eficiencia operativa en la prevención o detección de errores materiales
- Diseñar y realizar procedimientos importantes a fin de probar las afirmaciones contenidas en los estados financieros o detectar errores materiales. Estos incluyen :

- Procedimientos analíticos
- Pruebas Directas de las transacciones efectuadas durante el periodo
- Pruebas directas de los saldos finales de los estados financieros

1.10. Procedimientos Analíticos

Estos procedimientos consisten en evaluar la información obtenida en los estados financieros estudiando para ello las relaciones entre datos financieros y no financieros.

Las técnicas con que se efectúan estos procedimientos pueden ser desde un simple análisis de las tendencias y razones hasta complejos modelos matemáticos que contienen numerosas relaciones y datos de muchos años anteriores.

Esencialmente la realización de los procedimientos analíticos consta de cuatro pasos:

- Crear una expectativa del saldo (o razón) de una cuenta.
- Determinar la diferencia respecto a la expectativa que se puede aceptarse sin investigar.
- Comparar con la expectativa el saldo (razón) de la cuenta.
- Investigar y evaluar las diferencias significativas respecto a la expectativa.

1.10.1. Crear una expectativa

Los auditores tienen acceso a varios tipos de información para crearse expectativas referentes a los procedimientos analíticos, a saber:

- Información financiera comparativa de periodos anteriores
- Resultados previstos, como los presupuestos y pronósticos
- Relaciones entre los elementos de la información financiera de un periodo.
- Información procedente de empresas similares de la misma industria, por ejemplo los pronósticos industriales
- Relaciones entre la información financiera y los datos no financieros relevantes.

1.10.2. Determinar la diferencia respecto a la expectativa que puede aceptarse sin investigar

Esta diferencia se determina básicamente con el monto que se juzgue el error material. Sin embargo, ha de ser compatible con el grado de seguridad que se requiere en el procedimiento.

Si se aplica el análisis de regresión, las cuentas que deberían investigarse serán identificadas específicamente por el modelo estadístico, basándose para ello en la precisión y la confiabilidad establecida por los auditores.

Cuando se emplea el análisis de tendencias o de razones, los auditores utilizan su juicio profesional para especificar una diferencia absoluta, o sea una diferencia porcentual que dará origen a una investigación

1.10.3. Comparar con la expectativa el saldo de la cuenta que puede aceptarse sin investigar

Una vez determinada la expectativa y la diferencia que pueden aceptarse, los auditores harán las comparaciones para determinar dónde hay diferencias significativas

1.10.4. Investigar y evaluar las diferencias significativas respecto a la expectativa

Los auditores investigan las diferencias importantes entre sus expectativas y los montos de los estados y razones financieras del cliente para determinar si contienen errores

1.11. Pruebas de Control

Pruebas realizadas para obtener evidencia de auditoría sobre la suficiencia del Diseño y operación efectiva de los sistemas de contabilidad y de control interno.

1.12. Pruebas Sustantivas

Pruebas realizadas para obtener evidencia de Auditoría para detectar exposiciones erróneas de carácter significativo en los estados financieros, y son de dos tipos:

- Pruebas de detalles de transacciones y balances
- Procedimientos analíticos

1.13. Aserciones de los Estados Financieros

- **Existencia:** El Activo o Pasivo existe en fecha determinada;
- **Derechos y Obligaciones:** El activo o pasivo pertenece a la entidad en una fecha dada;
- **Ocurrencia:** La transacción o evento que tuvo lugar y que pertenece a la entidad durante el periodo;
- **Integridad:** No existen activos, pasivos, transacciones o eventos sin registrar, ni partidas sin revelar;
- **Valuación:** El activo o pasivo registrado a un valor apropiado en los libros;
- **Cuantificación:** Una transacción o evento se registra al monto apropiado y el ingreso o gasto es asignado al periodo apropiado; y
- **Presentación y Revelación:** Una partida se revela, clasifica, y describe de acuerdo al marco de referencia aplicable para informes financieros.

1.14. Fraude y Error ¹⁰

El término “**Fraude**” se refiere a un acto intencional por parte de uno o más individuos de entre la administración, empleados, o terceros, que da como resultado una exposición errónea de los Estados Financieros. El fraude puede implicar:

- Manipulación, falsificación o alteración de registros o documentos
- Malversación de activos

¹⁰ Registro oficial – Órgano del gobierno del Ecuador - Administración del Sr. Gustavo Noboa Bejarano Presidente Constitucional - Normas Ecuatorianas de Auditoría **(NEA) N.5**

- Supresión u omisión de los efectos de transacciones en los registros o documentos
- Registro de transacciones sin sustancia
- Mala aplicación de políticas contables.

El término “**Error**” se refiere a equivocaciones no intencionales en los estados financieros, como:

- Equivocaciones matemáticas o de oficina en los registros subyacentes y datos contables.
- Omisión o mala interpretación de hechos.
- Mala aplicación de políticas contables.

1.14.1 Responsabilidad de la administración

La responsabilidad por la prevención y detección de fraude y error descansa en la administración por medio de la implementación y continuada operación del sistema de contabilidad y de control interno adecuado.

1.14.2 Responsabilidad del auditor

El auditor no es ni puede ser hecho responsable de la prevención de fraude y error. Sin embargo, el hecho de que se lleve a cabo una auditoría anual, puede actuar como fuerza disuasiva o freno.

1.14.3 Evaluación del Riesgo

Al planificar la auditoría el auditor debería evaluar el riesgo de que el fraude y error puedan causar que los estados financieros contengan representaciones erróneas de importancia relativa y debería averiguar con la administración sobre cualquier fraude o error importante que haya sido descubierto.

1.15. Evaluación de Riesgo y Control Interno ¹¹

1.15.1. Riesgo de Auditoría

Significa el riesgo de que el auditor de una opinión de auditoría no apropiada cuando los estados financieros están elaborados en forma errónea de una manera importante. El Riesgo de auditoría tiene tres componentes:

1.15.2. Riesgo inherente

Es la susceptibilidad del saldo de una cuenta o clase de transacciones a una exposición errónea que pudiera ser de carácter significativo, individualmente o cuando se agrega con exposiciones erróneas en otras cuentas o clases, asumiendo que no hubo controles internos relacionados.

¹¹ Registro oficial – Órgano del gobierno del Ecuador - Administración del Sr. Gustavo Noboa Bejarano Presidente Constitucional - Normas Ecuatorianas de Auditoría **(NEA) N.10**

1.15.3. Riesgo de Control

Es el riesgo de que una exposición, errónea que pudiera ocurrir en el saldo de cuenta o clase de transacciones y que individualmente pudiera ser de carácter significativo o cuando se agrega con exposiciones erróneas en otros saldos o clases, no sea evitado o detectado y corregido con oportunidad por los sistemas de contabilidad y de control.

1.15.4. Riesgo de Detección

Es el riesgo de que los procedimientos sustantivos de un auditor no detecten una exposición errónea que existe en un saldo de una cuenta o clase de transacciones que podría ser de carácter significativo, individualmente o cuando se agrega con exposiciones erróneas en otros saldos o clases.

1.16. Control interno ¹²

De acuerdo con el Committee of Sponsoring Organizations (COSO) define al control interno de la siguiente manera:

“Un Proceso, realizado por el consejo de administración, los directivos y otro personal, cuyo fin es ofrecer una seguridad razonable de la consecución de objetivos en las siguientes categorías:

- Confiabilidad de los informes financieros.
- Eficacia y eficiencia de las operaciones.
- Cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables

¹² Principios de Auditoría – Whittington. Pany – Control interno.

1.16.1. Medios para obtener el control interno

El control interno varía mucho entre las organizaciones, según factores como el tamaño, la naturaleza de las operaciones y los objetivos. No obstante, ciertas características son esenciales para un buen control interno en las grandes empresas. Incluyen cinco componentes:

- Ambiente de control
- Proceso de evaluación del riesgo
- Sistema de información aplicable de los informes financieros y a la comunicación (en lo sucesivo, sistema de información contable)
- Actividades de control
- Monitoreo de controles

1.16.2. Ambiente de control

Crea el tono de la organización al influir en la conciencia de control. Puede verse como el fundamento del resto de componentes. Entre sus factores figuran los siguientes: integridad y valores éticos, compromiso con la competencia, consejo de administración o comité de auditoría, filosofía y estilo operativo de los ejecutivos, estructura organizacional, asignación de la autoridad y de responsabilidad, políticas y prácticas de recursos humanos.

1.16.3. Proceso de evaluación del riesgo

La evaluación del riesgo sirve para describir el proceso con que los ejecutivos identifican y responden a los riesgos de negocios que encara la organización y el resultado de ello.

La evaluación del riesgo se parece a la del riesgo de auditoría, pero este tiene un mayor alcance pues se tiene en cuenta las amenazas contra los objetivos en áreas como operacionales, informes financieros, cumplimiento de las leyes y regulaciones. Consiste en identificar los riesgos relevantes, en estimar su importancia y seleccionar las medidas para enfrentarlos.

Los siguientes factores podrían indicar un mayor riesgo para el cliente en este aspecto:

- Cambios en el ambiente regulatorio u operativo de la organización
- Cambios de personal
- Sistemas de información nuevos o modernizados
- Crecimiento rápido de la organización
- Cambios de la tecnología que afectan los procesos de producción o los sistemas de información
- Nuevos modelos de negocios, productos o actividades
- Reestructuraciones corporativas
- Expansión o adquisición de empresas extranjeras
- Adopción de nuevos principios contables o cambios en los principios de contabilidad

1.16.4. Actividades de Control

Son políticas y procedimientos que sirven para cerciorarse de que se cumplan las directivas de los ejecutivos, Favorecen las acciones que acometen los riesgos de la organización. En ella se llevan a cabo muchas actividades de

control, pero solo los siguientes tipos se relacionan generalmente con la auditoría a los estados financieros:

- Evaluación del desempeño
- Controles del procedimientos de la información
- Controles Físicos
- División de obligaciones

1.16.5. Sistema de información Contable

El sistema de información contable se compone de los métodos y de los registros establecidos para incluir, procesar, resumir, y presentar las transacciones y mantener la responsabilidad del activo, del pasivo y del patrimonio conexo. Así pues, un sistema debería:

- Identificar y registrar todas las transacciones válidas
- Describir oportunamente las transacciones con suficiente detalle para poder clasificarlas e incluirlas en los informes financieros
- Medir el valor de las transacciones de modo que pueda anotarse su valor monetario en los estados financieros
- Determinar el periodo en que ocurrieron las transacciones para registrarlas en el periodo contable correspondiente.
- Presentar correctamente las transacciones y las revelaciones respectivas en los estados financieros.

1.16.6. Monitoreo de Controles

Este es el último componente del control interno, es un proceso que consiste en evaluar su calidad con el tiempo. Hay que vigilarlo para determinar si funciona como se preveía o si se requieren modificaciones. Para monitorear pueden efectuarse actividades permanentes o evaluaciones individuales. Entre las actividades permanentes de monitoreo se encuentran las de supervisión y administración como la vigilancia continua de quejas de los clientes o revisar la verosimilitud de los informes de los ejecutivos. Las evaluaciones individuales se efectúan en forma sistemática, ejemplo mediante auditorías periódicas por parte de los auditores internos.

1.17. Muestreo de auditoría

El muestreo de auditoría, tanto estadístico, como no estadístico es un proceso que consiste en seleccionar un grupo de elementos (llamado muestra) de un grupo más grande (llamado población) y en utilizar las características de la muestra para extraer inferencia sobre las características de la población.

1.17.1. Riesgo muestral

El riesgo de que la conclusión basada en la muestra no coincida con la conclusión a que se habría llegado en caso de haber examinado todos los elementos de la población

1.17.2. Muestreo aleatorio

Es un método que consiste en escoger elementos para incluirlos en una muestra, puede emplearse junto con el muestreo estadístico y no estadístico.

El concepto de muestra aleatoria requiere que quien escoge no influya ni vicie la selección consciente o inconscientemente. Se requiere, pues, algún tipo de proceso imparcial para obtener una muestra verdaderamente aleatoria. Entre las técnicas que tenemos son las siguientes: tablas de números aleatorios, generadores de números aleatorios y selección sistemática.

1.17.3. Tablas de números aleatorios

Uno de los métodos más fáciles para escoger objetos aleatoriamente consiste en utilizar una tabla de números aleatorios.

1.17.4. Generadores de números aleatorios

Son programas de computación con los que se obtiene una lista larga de números aplicables a una población determinada. Pueden programarse para seleccionar números con características específicas, de modo que la lista que se entregue a los auditores incluya sólo números presentes en la población. Son un programa que viene con todos los paquetes de auditoría y en las hojas de cálculos (Excel, Lotus).

1.17.5. La selección sistemática

Es un método menos lento que escoge un número aleatorio para cada elemento que figurará en la muestra. Consiste en elegir todos los elementos del n-ésimo de la población siguiendo uno o más puntos aleatorios.

1.17.6. Selección en Bloques

Esta muestra contiene todos los elementos en determinado periodo, en una secuencia numérica o alfabética ejemplo todos los desembolsos de efectivo durante el mes de abril a diciembre.

1.17.7. Selección al azar

Esta muestra contiene elementos de la población de una forma arbitraria, sin ninguna tendencia consciente. Por ejemplo, para obtener una muestra al azar de comprobantes contenidos en un archivo bastaría sacarlos de la gaveta, sin fijarse el tamaño, forma ni en su ubicación.

1.17.8. Estratificación

La estratificación es una técnica que consiste en dividir una población en subgrupos relativamente homogéneos denominados estratos.

Pueden muestrearse por separado; los resultados se evalúan también por separado o en combinación para conseguir una estimación de las características de la población total

1.18. Impuesto a los consumos especiales ¹³

1.18.1. Hecho generador

El hecho generador en el caso de consumos de bienes de producción nacional será la transferencia, a título oneroso o gratuito, efectuada por el fabricante y la prestación del servicio dentro del período respectivo. En el caso del consumo de mercancías importadas, el hecho generador será su desaduanización.

1.18.2. Sujeto activo

El sujeto activo de este impuesto es el Estado. Lo administrará a través del Servicio de Rentas Internas.

1.18.3. Sujetos pasivos

Son sujetos pasivos del ICE:

- Las personas naturales y sociedades, fabricantes de bienes gravados con este impuesto;
- Quienes realicen importaciones de bienes gravados por este impuesto; y,
- Quienes presten servicios gravados.

1.18.4. Facturación del impuesto

Los productores nacionales de bienes gravados por el ICE, y quienes presten servicios gravados tendrán la obligación de hacer constar en las facturas de

¹³ Ley de régimen tributario interno – título tercero – Impuesto a los consumos especiales- Art 78-82

venta, por separado, el valor total de las ventas y el impuesto a los consumos especiales.

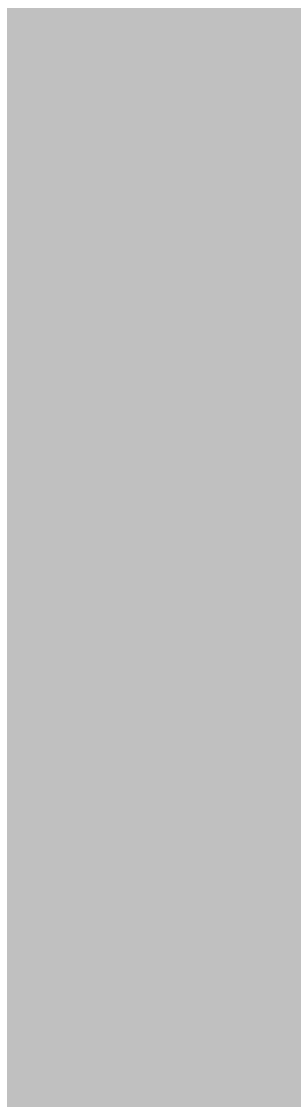
En el caso de productos importados el ICE se hará constar en la declaración de importación.

1.18.5. Tarifas del Impuesto.

TABLA I.I
Tarifas de Impuesto a los Consumos Especiales

Grupo	Tarifa
Camionetas y furgonetas cuyo precio de venta al público sea de hasta USD 30.000	5%
Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea de hasta USD 20.000	5%
Vehículos motorizados, excepto camionetas y furgonetas cuyo precio de venta al público sea superior a USD 20.000 y de hasta USD 30.000	15%
Vehículos motorizados, cuyo precio de venta al público sea superior a USD 30.000 y de hasta USD 40.000	25%
Vehículos motorizados, cuyo precio de venta al público sea superior a USD 40.000	35%

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca



CAPÍTULO II **INFORMACIÓN GENERAL** **DE LA EMPRESA**

CAPÍTULO II

2. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

2.1. Introducción

En el presente capítulo se detallará información acerca de la Empresa, sus inicios como General Motors, su llegada al Ecuador, así como los principales elementos que influyen en su entorno, también se presentarán sus principales competidores en la industria automotriz, y se visualizará su crecimiento económico en los últimos años así como la manera en que ha logrado posicionarse en el mercado.

Para nuestro caso denominaremos a la empresa como “AUTOGAMA C.A.” como concesionario de Chevrolet.

2.1.1. General Motors Company – Generalidades ¹⁴

General Motors Corporation (NYSE: GM)¹⁵, también conocida como **GM**, es, tras la japonesa Toyota, la segunda empresa de automóviles más grande del mundo. Fundada en 1908, GM hoy en día tiene 326.999 empleados alrededor del mundo. Con la sede central en Detroit (Míchigan), EE.UU., GM fabrica sus coches y camiones en 33 países.

En 2005 GM vendió globalmente 9,17 millones de coches y camiones bajo las siguientes marcas: Buick, Cadillac, Chevrolet, GMC, GM Daewoo (ahora disuelta, pero reemplazada por Chevrolet en Europa y en algunos otros países),

¹⁴ Artículo tomado de la enciclopedia virtual www.wikipedia.com

¹⁵ New York Stock Exchange: es como se denomina a la Bolsa de Valores de Nueva York

Holden, Hummer, Oldsmobile (ahora disuelta), Pontiac, Saab, Saturn Corporation, Vauxhall Motors.

GM opera una empresa de finanzas, GMAC Financial Services¹⁶, que ofrece financiación y seguros de automóvil, residenciales y comerciales. La subsidiaria de GM OnStar es proveedora de servicios de información y seguridad de vehículos.

Las partes y accesorios de GM se venden bajo las marcas de GM, GM Performance Parts, GM Goodwrench y ACDelco a través de GM Service and Parts Operations, que suministra concesiones y distribuidores mundiales de GM. Los motores y las transmisiones de GM son vendidos a través de GM Powertrain. El mercado nacional más grande de GM se encuentra en Estados Unidos, seguido de China, Canadá, el Reino Unido y Alemania.

2.1.1.1. Visión GM sobre GM Difference¹⁷

- Crear clientes para toda la vida.

2.1.1.2. Conceptos de GM Difference

- Es la forma diferente de hacer negocios
- Es el conjunto de mejores prácticas que garantizan la fidelidad de nuestros clientes.

¹⁶ GMAC Financial Services es una de las más grandes compañías especializadas en financiamiento automotriz.

¹⁷ Información Proporcionada por la Empresa Gerencia GM Difference

2.1.1.3. Premisas de GM Difference

- Promover el cambio cultural.
- Crear clientes para toda la vida (ganar y retener clientes)

2.1.1.4. Propósitos de GM Difference

- Hay que conquistar al cliente permanentemente.
- El concesionario es un socio estratégico.
- El talento humano es el agente de cambio.

2.1.2. Nacimiento de Chevrolet¹⁸

Chevrolet (también conocida como "**Chevy**") es una marca de automóviles de Estados Unidos perteneciente al grupo General Motors. Nació de la alianza de Louis Chevrolet y William Durant en el año 1911, fabricando automóviles pequeños como el 490 por un precio de US\$ 490.

El 3 de noviembre de 1911, Chevrolet ingresó en el mercado automotor compitiendo contra el Ford Modelo T. Un año después el "Classic Six" fue introducido en el mercado. Este modelo era un sedán de cinco plazas equipado con un motor de seis cilindros y 299 in³ (4.9 L), capaz de alcanzar los 24 km/h. (15 mph aprox.) En 1916, Chevrolet fue lo suficientemente rentable para permitir a Durant comprar la mayor parte de las acciones de la GM. Después de cerrar el trato en 1917, Durant fue nombrado presidente de la General Motors y Chevrolet surgió de la GM como una empresa independiente.

¹⁸ Tomado de es.wikipedia.org

Chevrolet tuvo una gran influencia en el mercado automotriz estadounidense durante la décadas de 1950 y 1960. En los mercados no estadounidenses la marca Chevrolet ha sido usada en diferentes modelos de la General Motors.

Históricamente en varios mercados latinoamericanos se hicieron modificaciones a varios modelos antiguos de la General Motors estadounidense y europea. Actualmente el modelo Chevrolet S10 y el Chevrolet Blazer K5, son ejemplos de esta estrategia. Sin embargo, las nuevas condiciones del mercado y el incremento de la competencia permiten que cada vez más salgan nuevos autos al mercado.

En Septiembre de 1926 se funda el primer Concesionario Chevrolet en el país, se importan y venden los primeros autos Chevrolet en Ecuador.

Fue en 1979 cuando OBB¹⁹ sufrió la primera gran transformación de su historia al construirse una planta para el ensamblaje de vehículos livianos con una producción anual de 7 000 unidades en un turno. A partir de entonces, de la factoría salieron autobuses y también vehículos Chevrolet, siendo el primer modelo la Blazer K5 que vio la luz en mayo de 1980.

La Chevrolet Blazer de inyección electrónica fue un robusto y lujoso 4x4 que resultó clave en la participación de General Motors como accionista de OBB. Cuatro años después de su lanzamiento, el gobierno nacional decidió reprogramar la industria automotriz autorizando a Ómnibus BB a producir un automóvil de 1300 centímetros cúbicos y una camioneta de una tonelada de capacidad de carga. Surgieron entonces el Chevrolet Gemini y la Chevrolet Luv de 2 litros.

¹⁹ OBB: Omnibus BB es la primera ensambladora de vehículos en el Ecuador

En la única visita que un Papa ha realizado al Ecuador, Chevrolet estuvo presente con el “Papamóvil”, vehículo derivado de la Blazer y que incluso sirvió de auto oficial en desplazamientos que realizó Juan Pablo II por otros países de América Latina.

Al año siguiente la popular Chevrolet Luv recibió un nuevo motor de 2300 centímetros cúbicos, mientras que la Comisión Nacional Automotriz autorizó a OBB la fabricación del Chevrolet Vitara de 3 puertas, cuya producción aún continúa. Los años 90 comenzaron con el rediseño del Forsa y el lanzamiento del Chevrolet Vitara de 5 puertas.

La apertura de importaciones de vehículos decretada en 1992 permitió a General Motors ampliar la gama de vehículos Chevrolet e iniciar las exportaciones de sus modelos producidos por OBB. Desde entonces se siguen introduciendo nuevos vehículos tanto de fabricación nacional como foránea, coincidiendo con las necesidades del mercado.

Hace 10 años, se lanzó el Chevrolet Corsa y se introdujo el sistema ELPO para prevenir la corrosión. Hacia finales de los años 90 General Motors realiza el lanzamiento de dos productos ganadores en el mercado ecuatoriano: el Chevrolet Grand Vitara y la Chevrolet Luv V-6 de 3.2 litros, el primer vehículo emisionado y ensamblado en Ecuador.

“El nuevo siglo vino acompañado de importantes retos como: alcanzar las certificaciones ISO 9002, QS9000, y mantener el liderazgo. Nuevos modelos importados Chevrolet se exhibieron en los concesionarios de la red como el pequeño Alto, la familiar Esteem SW y la poderosa Silverado”.

2.1.3. AUTOGAMA C.A



SIEMPRE CONTIGO

AUTOGAMA Compañía Anónima, fue creada en el año 2000, como parte de la gran familia Chevrolet en Ecuador. Es una empresa establecida según las leyes del Estado Ecuatoriano debidamente inscrita en el Registro Mercantil del cantón Guayaquil, siendo sus actividades las determinadas en su objeto social. Su primer concesionario abrió sus puertas en Machala, estableciéndose en pocos años como la casa automotriz número 15 a nivel de Ecuador, lo mismo sucedió con AUTOGAMA C.A. Guayaquil, quien se ubicó en el puesto número 17 en el nivel de ventas en Ecuador, ambos para el año 2008.

Se caracteriza por generar entusiasmo en los clientes, por su capacidad de innovación, por el trabajo en equipo, por la comunicación efectiva y por el sentido de identificación y compromiso del personal con los objetivos de la Empresa.

2.1.3.1. Misión AUTOGAMA C.A.

Comercializar vehículos y prestar servicios de postventa de calidad a nivel nacional, superando las expectativas de los clientes, alcanzando altos niveles de productividad y rentabilidad, con personal calificado y comprometido, contribuyendo al desarrollo del Ecuador.

2.1.3.2. Visión AUTOGAMA C.A.

AUTOGAMA C.A. incrementará las ventas significativamente gracias a la calidad de los productos y servicios postventa, a la lealtad de sus clientes, a la elevación de los niveles de productividad y a su gestión transparente.

La Misión y Visión de AUTOGAMA C.A. esta directamente ligada a la filosofía corporativa de General Motors, el fabricante a nivel mundial de la línea de vehículos Chevrolet, donde la principal premisa es “Lograr clientes para toda la vida”.

2.1.3.3. Descripción de las Políticas de Inversiones y Financiamiento desde su Constitución.

- **Inversiones.-** Las inversiones de la compañía se subdividen en dos áreas:
 - La que corresponden a excedentes de tesorería, los mismos que se reinvierten en el propio giro del negocios, principalmente en el negocio de la intermediación de vehículos usado y/o en financiamiento directo de corto plazo a nuestros clientes; y
 - Las inversiones en infraestructura física de la compañía, sea esta en mejora de locales actuales o en expansión de nuevos locales a otras áreas de la urbe.

- **Financiamiento.-** Las operaciones de financiamiento están clasificadas en dos tipos:
 - Financiamiento de las ventas a clientes a través de los planes del sistema financiero privado y marginalmente con crédito directo;
 - Financiamiento de las operaciones a través de recursos propios (generación de utilidades) y de endeudamiento a través de mecanismos propuestos por el mercado de valores y también de endeudamiento con la banca tradicional.

2.1.3.4. Factores de Riesgo Asociados con la Compañía, con el Negocio y con la Oferta Pública.

Este negocio está expuesto a los riesgos inherentes de toda actividad empresarial, en consecuencia se los puede dividir en factores externos e internos:

- Los factores externos dados por la estabilidad política y económica del entorno macro y por la creación de leyes y/o reglamentos que afecten los costos de la operación. En ambos casos no se presentan factores de riesgo que de alguna manera creen inestabilidad en la operación. Se destaca, que la nueva ley equidad tributaria ha afectado el precio de vehículos por encima US\$ 30.000, sin embargo, en el caso de AUTOGAMA, apenas un 5% de los vehículos Chevrolet superan este monto. Con respecto a la industria automotriz, esta se encuentra estabilizada desde hace tres años sin perturbaciones que pongan en riesgo la estabilidad de las ventas. La marca Chevrolet es la marca líder del mercado ecuatoriano con una participación aproximada del 41% del total de la industria. Esta participación tiene una diferencia de 4 a 1 contra la segunda marca competidora en venta de vehículos; y
- Los factores internos que pueden resumirse en el control de costos de la operación.

En este sentido la compañía tiene implementado un sistema permanente de control de ingresos y costos divisional, esto le permite dividir su operación en centros de utilidad lo que permite evaluar y corregir, cuando así fuere, el desempeño de sus líneas de negocios.

2.1.4. Análisis Económico²⁰

El 2008 constituyó un año de mucha trascendencia para el Ecuador, pues se aprobó una nueva constitución y marco institucional para el país, lo cual ha generado expectativas y cierto nivel de incertidumbre entre los agentes económicos. De igual manera, factores externos a nivel internacional, como los inconvenientes financieros en EE.UU., generados por el mercado inmobiliario, y la consiguiente recesión de nuestro principal socio comercial, la expansión de la producción y el consumo de países como China e India, los elevados precios internacionales del petróleo, han generado encarecimiento de alimentos, insumos, materias primas, transporte y menor disponibilidad de financiamiento.

El resultado de estos sucesos, se empieza ya a sentir en el Ecuador, donde la inflación cerró en el 2007 en 3,32% y para el 2008 se estaría ubicando en niveles del 5% de acuerdo a analistas económicos.

El sector automotor se mostró sólido durante 2008 y, al año consecutivo, superó el récord de ventas, según la AEDAE (Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador). La facturación fue de 110 mil unidades, frente a 91778 en 2007. Este techo fue superado solo durante el registro de enero a octubre, período en el que se colocaron en el mercado unas 91963 unidades.

En el segmento de vehículos livianos, por ejemplo, durante 2008, se vendió un promedio mensual de 8031, comparado con 6781 que fue el promedio de 2007. Esto significó un aumento del 18%; mientras que en los vehículos pesados, el promedio mensual fue de 1 033, cuando hace dos años la cifra no supero las 961 unidades. Una diferencia cercana al 7% comparada con 2008.

²⁰ Artículo publicado en Diario Hoy el 4 de Diciembre del 2008, tomado de www.hoy.com.ec

En automóviles, el líder en ventas a escala nacional fue Chevrolet, el que colocó en el mercado el 51,3% de las unidades, seguido de Nissan con 10% y Toyota con el 9% de la repartición. En camionetas, la empresa que llevó la delantera también fue Chevrolet, seguida de Mazda, que logró 33%, y Toyota, con 23%.

A nivel de marcas, el primer lugar fue una vez más para Chevrolet, con su planta ensambladora General Motors Omnibus BB, que obtuvo 42,6% del mercado; le sigue en importancia Hyundai, con 11,5% de la participación; Mazda, el 9,3%; Toyota, 9,1%; Hino, 4,2%; Nissan, 3,9%; Kia 3,7%, y otras marcas, el 15,7%.

TABLA II.I

Unidades vendidas por marcas en el año 2008

MARCAS DE VEHICULOS	UNIDADES VENDIDAS	PORCENTAJE
CHEVROLET	46860	42.6%
HYUNDAI	12650	11,50%
MAZDA	10230	9,30%
TOYOTA	10010	9,10%
HINO	4620	4,20%
NISSAN	4290	3,90%
KIA	4070	3,70%
OTRAS MARCAS	17270	15,70%

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

De las 110000 unidades de vehículos que se vendieron en el año 2008, la marca que tuvo mayor acogida fue Chevrolet, logrando vender cerca de 46860 unidades de vehículos entre automóviles, camionetas todo terreno, taxis entre otros.

A pesar de los buenos resultados conseguidos en el sector, el arranque del año se tornó difícil tanto para concesionarias como para ensambladoras de vehículos. Esto, por la aplicación del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) y por la limitación del cupo de exportaciones de unidades hacia Venezuela. El ICE para vehículos fue aprobado por la Asamblea Nacional en diciembre de 2007 como parte de la Ley de Equidad Tributaria, y entró en vigencia desde el 1 de enero.

Se estableció que el 5,15% de impuesto que se pagaba por la compra de cualquier vehículo hasta ese momento sería ajustado acorde a los costos de los mismos. Los autos económicos con precios menores a los \$20 mil se vieron favorecidos con un ICE de 5%. Igual porcentaje se grabó también a las furgonetas y camionetas que costaban hasta \$30 mil. En cambio, los automotores que costaban entre \$20 mil y \$30 mil empezaron a pagar 15% por ICE; los de entre \$30 mil y \$40 mil, el 25%, y los de 40 mil en adelante, el 35%.

La participación de General Motors dentro de la industria en el año 2006 fue de 44,9% y al año 2007 fue de 41%, es decir se mantuvo estable. Para el año 2008 su participación con la marca Chevrolet en Ecuador fue de 42.60%.

2.1.4.1. Tendencia de la Industria

El sector automotriz incide significativamente en el desarrollo del país, y constituye un sector que se ve altamente influenciado por la dinámica de la economía influyendo a su vez otros entornos de la economía. El sector genera una importante contribución a la economía tanto por aranceles, impuestos y mano de obra al constituir una industria que emplea un gran número de personas.

La industria automotriz en el Ecuador ha experimentado un crecimiento sostenido importante en los últimos años como consecuencia de varios factores, pero principalmente asociados a:

- La dolarización que permitió a los consumidores planificar de mejor manera su presupuesto de consumo de bienes de capital y bienes de consumo duraderos.
- Las remesas crecientes de los emigrantes han sido dirigidas en una proporción importante al endeudamiento en vehículos de uso familiar y en una proporción menor, para uso comercial (es el caso de la industria de taxis paralelos).
- La creciente colocación crediticia en líneas de consumo por parte de la banca, que necesitaba darle un uso rentable a sus excedentes de liquidez, alimentados por las remesas y por la devolución de los Fondos de Reserva.

2.1.5. Análisis de la Competencia

La marca Chevrolet ha consolidado su presencia a lo largo de 80 años de historia, así esta se ha constituido como la marca líder en Ecuador de venta de vehículos y servicio postventa. Chevrolet cuenta con una moderna planta de ensamblaje, aunque también ofrece modelos importados.

Una de las fortalezas de la marca está en contar con la mayor red de concesionarios presentes en todo el país. Otra ventaja competitiva es ofrecer modelos para todos los segmentos de consumidores: pasajeros (automóviles), trabajo (camionetas), sport utilities (vehículos todo terreno), familiares (van).

Esta variedad va aparejada en un rango muy amplio de precios acorde a los requerimientos y necesidades de sus clientes.

Entre los factores competitivos que hacen a Chevrolet la marca automotriz más vendida en el Ecuador están:

- Tiene 80 años en el país.
- En el Ecuador su participación es del 42.60% para el año 2008, es el único país en el mundo que tiene este porcentaje.
- Tiene talleres y repuestos en todos lados.
- La marca se encuentra muy bien posicionada en la mente de los consumidores.
- Reciben el vehículo usado como parte de pago
- Posee una forma de compra programada (modelos @ctivo²¹)
- Tiene valor de reventa y a nivel nacional.
- Hay rapidez en la gestión de venta por parte de los concesionarios.
- Todos los vehículos actualmente se venden con sistema de rastreo.

Sin embargo la competencia también cuenta con atractivas propuestas para los clientes, todo esto para alcanzar la mayor cantidad del mercado, por ejemplo **HYUNDAI** está ofreciendo una garantía parecida a la de Chevrolet, que es de 4 años 80.000 Km., además posee alianzas con agencias de rastreo y monitoreo satelital que ofrecen sus servicios a un costo muy bajo al momento en que el comprador adquiere su vehículo.

²¹ @ctivo es un servicio del concesionario donde se equipa el vehículo en línea

TOYOTA está otorgando un financiamiento del 15% de entrada y el saldo diferido a 48 meses plazo, las cuotas incluyen seguro por tiempo de crédito, dispositivo de seguridad por un año, gastos administrativos y legales, así mismo en el momento de la compra del vehículo se les obsequia los asientos de cuero. Además Toyota está apostando al boom del momento en temas ecológicos, ya que es la única que vende el modelo Toyota Corolla Eco, el mismo que posee doble motor, y espera acaparar el mercado promocionando este vehículo innovador.

MAZDA posee en la actualidad una garantía de 5 años 100.000 km., la cuota inicial debe ser al menos del 30% del valor total, además es de obligación adquirir el dispositivo satelital para los vehículos cuyo precio sea mayor de \$25.000, los planes de financiamiento pueden ser de 12, 24, 36, 48 meses. También reciben el vehículo usado como parte de pago, le dan al usuario 3 meses de garantía.

A pesar de todas las estrategias competitivas, para el año 2008, Chevrolet continuó como la marca líder de vehículos en el país, con una participación de mercado de 42,60%, le sigue Hyundai con un 11,50% de las ventas totales de la industria. Mazda para este año tuvo un significativo crecimiento, llegando a ubicarse en el tercer nivel de ventas más alto en la industria, con un 9.30% de participación, y Toyota logró el 9.10%.

Mantienen una participación debajo del 1%, marcas como: Skoda, Lada, Honda, Mercedes Benz, entre otros. En este año, se puede apreciar la presencia de otras marcas, como Saic-wuling la cual tiene una participación del 0,19% en el mercado.

El sector automotor del Ecuador tuvo un récord histórico de ventas en 2008, con 110000 unidades. Este año, la industria ha tenido dificultades por el tema de la crisis mundial y porque en el país rige una restricción del 30% a las importaciones de vehículos, la cual ha afectado en gran forma a la mayoría de las empresas.

No obstante, las marcas están buscando algunas estrategias para cumplir las metas y llegar al menos a las 70 000 unidades al final de al año. La alternativa que sería necesaria es esperar que los bancos flexibilicen los créditos.

En la presente sección se hará referencia a la información mencionada anteriormente en el punto 2.1.4. Análisis Económico, donde se establece que la participación de Chevrolet en el año 2008 fue de 42.60%, convirtiéndose nuevamente en la Empresa líder en ventas de automóviles en el Ecuador.

TABLA II.II
Unidades vendidas por marcas en el año 2008

MARCAS	UNIDADES	%
CHEVROLET	46860	42.6%
HYUNDAI	12650	11,50%
MAZDA	10230	9,30%
TOYOTA	10010	9,10%
HINO	4620	4,20%
NISSAN	4290	3,90%
KIA	4070	3,70%
OTRAS MARCAS	17270	15,70%

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

GRÁFICO II.I

Unidades vendidas por marcas en el año 2008



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Como se observa en el gráfico, la cantidad de unidades vendidas por el concesionario Chevrolet abarca el 42.60% del mercado, mucho más del doble de sus competidores, así mismo se puede distinguir que entre las marcas Hyundai, Mazda y Toyota existe poca diferencia en las unidades vendidas, es decir, estas tres marcas de vehículos estarían compitiendo entre sí para lograr un mejor posicionamiento, para este año, la casa automotriz que se ubicó en segundo lugar fue Hyundai y este lugar lo consiguió con la venta del Auto estrella 2008 que fue el modelo Hyundai Tucson.

Entre los autos más vendidos en 2008 en sus diferentes segmentos, según la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador, AEADE tenemos los siguientes:

TABLA II.III
Automóviles más vendidos año 2008

Automóviles	Unidades	Precio	%
Chevrolet Aveo Activo	12139	14290	48
Chevrolet Spark Activo	4278	10890	17
Chevrolet Aveo Emotion	3998	17410	16
Nissan Sentra	2454	14990	10
Toyota Yaris	2236	17690	9

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

El automóvil que más se vendió en el año 2008 fue el Chevrolet Aveo Activo con un total de 12139 unidades puestas en el mercado, este fue seguido por el Chevrolet Spark Activo con 4278 unidades, automóvil adquirido en su mayoría por su bajo costo.

GRÁFICO II.II
Automóviles más vendidos año 2008



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Según lo mencionado por el Gerente de Ventas de AUTOGAMA C.A. lo que más llamó la atención de estos modelos fue en primer lugar su precio, pues está por debajo de los \$20000 dólares, y por otra parte lo innovador de la línea @ctivo, que permite a los usuarios de Chevrolet equipar su automóvil en línea de acuerdo a sus preferencias.

En el segmento de camionetas según lo publicado por AEDAE²², nuevamente se posiciona en primer lugar Chevrolet con su Camioneta Luv D-Max.

TABLA II.IV
Camionetas más vendidas en el año 2008

Camionetas	Unidades	Precio	%
Chevrolet Luv D-Max	10929	19690	42%
Mazda BT-50	8804	26990	33%
Toyota Hilux	6019	26777	23%
Nissan NP300	324	20790	1%
Ford Ranger	257	26590	1%

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

La Luv D-Max tuvo gran acogida ya que su precio es accesible, está diseñada para trabajos pesados y posee bajo consumo de combustible. Sin embargo en segundo lugar de las camionetas más vendidas se encuentra la Mazda BT-50, acaparando el 33% de este segmento de mercado, la cual tuvo también gran aceptación por su diseño.

²² Asociación ecuatoriana de empresas automotrices

GRÁFICO II.III

Camionetas más vendidas en el año 2008



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Dentro del Grupo de los Todoterrenos, se encuentra el vehículo que generó mayores ingresos por ventas en nuestro concesionario. El Gran Vitara SZ, los resultados que se presentan a continuación son generales, no detallan la venta por cada concesionario en el país.

TABLA II.V

Todoterrenos más vendidos en el año 2008

Todoterreno	Unidades	Precio	%
Chevrolet Grand Vitara	7409	27457	46%
Hyundai Tucson	4916	19990	30%
Chevrolet Vitara 1.6L	1624	19990	10%
Kia Sportage	1571	22990	10%
Ford Ecosport	737	27990	4%

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

El Chevrolet Gran Vitara se posiciona en primer lugar de ventas con un total de 7409 unidades puestas en el mercado, así mismo el Hyundai Tucson no se quedó atrás logrando un total de 4916 unidades vendidas, aunque el Grand Vitara vendió más vehículos, el Tucson tuvo una gran acogida, ya que posee características similares y su precio es mucho más bajo,

GRÁFICO II.IV

Todoterrenos más vendidos en el año 2008



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Entre las Vans o camionetas familiares la que más se vendió fue la H1 de la marca Hyundai con 551 unidades, podemos observar que ingresaron en el grupo de los favoritos las marcas como Kia y Saic Wuling.

TABLA II.VI
Camionetas familiares más vendidas en el año 2008

Segmento Vans	Unidades	Precio	%
Hyundai H1	551	28300	31%
Kia Pregio	524	29990	30%
Saic Wuling Supervan	387	12770	22%
Toyota Hiace diésel	183	26777	10%
Nissan Urvan	114	27350	7%

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

A pesar de que en este segmento de vehículos no estuvo entre los más vendidos la marca Chevrolet, si hubo ventas de su modelo Captiva, que por su tamaño y precio, era un auto tipo familiar.

GRÁFICO II.V

Camionetas familiares más vendidas en el año 2008



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

En cuanto a la venta de camiones la marca que más unidades vendió fue Chevrolet con su camión de la Serie NHR 55. De esta Serie se vendieron 1684 unidades, así como en el caso de las camionetas familiares, en los camiones aparece nuevas marcas competidoras, los camiones de la marca HINO y el Mitsubishi Canter

TABLA II.VII

Camiones más vendidos en el año 2008

Camiones	Unidades	Precio	%
Chevrolet NHR 55	1684	29024	32%
Hino Dutro	1234	25250	24%
Hino GH1	1134	64280	22%
Mitsubishi Canter	638	27990	12%
Hino FC4JJUA	529	37300	10%

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Con su modelo Hino Dutro, su concesionario se ubicó en la posición 2 de la tabla de los más vendidos, sin embargo, también se ubicó en los lugares 3 y 5 con los modelos Hino GH1 e Hino FC4JJUA respectivamente, lo que significa que en total la marca Hino abarca un 56% del mercado de camiones, esto lo haría un fuerte competidor para Chevrolet.

GRÁFICO II.VI

Camiones más vendidos en el año 2008



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Para el caso de los buses, vuelve a aparecer la marca Hino, pero esta vez se toma el primer lugar de los buses más vendidos en el año 2008, con un total de 674 unidades vendidas, la marca Hino acapara el 59% del mercado de buses.

TABLA II.VIII

Buses más vendidos en el año 2008

Buses	Unidades	Precio	%
Hino FG1JPUZ	674	53780	59%
Mercedes-Benz OF 1721/52/59	214	54600	19%
Chevrolet FTR 32M	166	58320	14%
Chevrolet Volvo b12M	65	58000	6%
Volkswagen Chasis VW	27	65000	2%

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Aunque el modelo FG1JPUZ de Hino ocupa el primer lugar, los buses de Chevrolet ocupan el tercer y cuarto lugar con los modelos de la Serie F y el Chevrolet b12M.

GRÁFICO II.VII

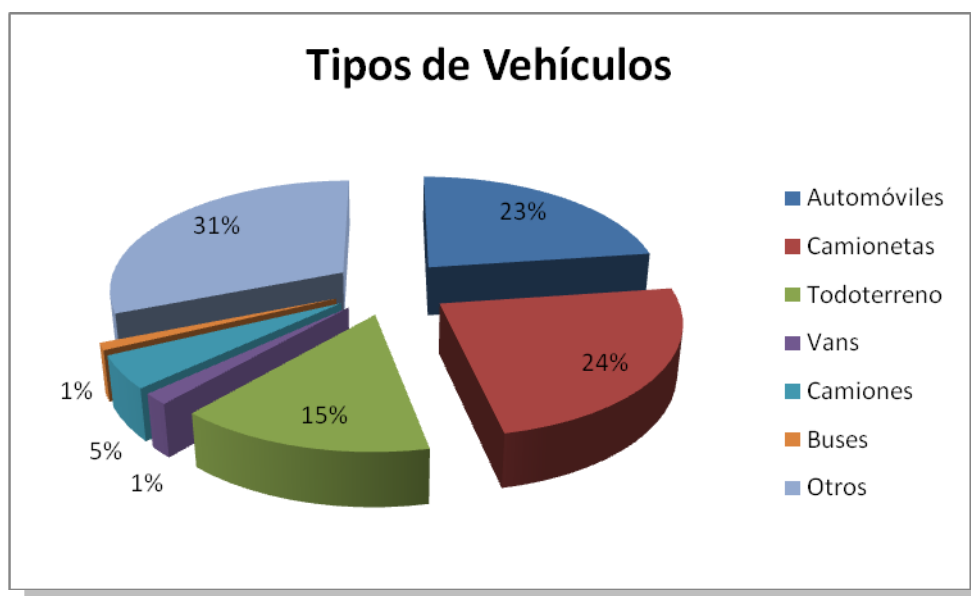
Buses más vendidos en el año 2008



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Según el análisis realizado, podemos observar que a pesar de que Chevrolet no se posiciona como favorito en los grupos de vehículos familiares o vans, camiones y buses, este si logra abarcar parte de esos segmentos de mercado.

GRÁFICO II.VIII
Tipos de vehículos más vendidos en el año 2008



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Aun así se gana el mayor porcentaje de ventas en automóviles, camionetas y vehículos todo terreno con sus modelos Aveo @ctivo, Spark @ctivo y Aveo Emotion, representan el 91% del total de automóviles., Chevrolet Luv D-Max el 49% del porcentaje total de camionetas y el Chevrolet Grand Vitara representa el 46% de las ventas de autos todo terreno.

2.1.6. Análisis de la Empresa

En esta sección detallaremos todos los principales componentes que permiten el movimiento operativo de la Compañía AUTOGAMA C.A. entre ellos tenemos sus productos, marcas, clientes, proveedores, sus empleados y el detalle del organigrama.

2.1.6.1. Los Productos

AUTOGAMA C.A. como concesionario de Chevrolet abarca una amplia gama de productos y servicios; entre los principales productos que se comercializan en AUTOGAMA C.A. sus mayores ingresos los reciben de la venta de vehículos y la venta de repuestos.

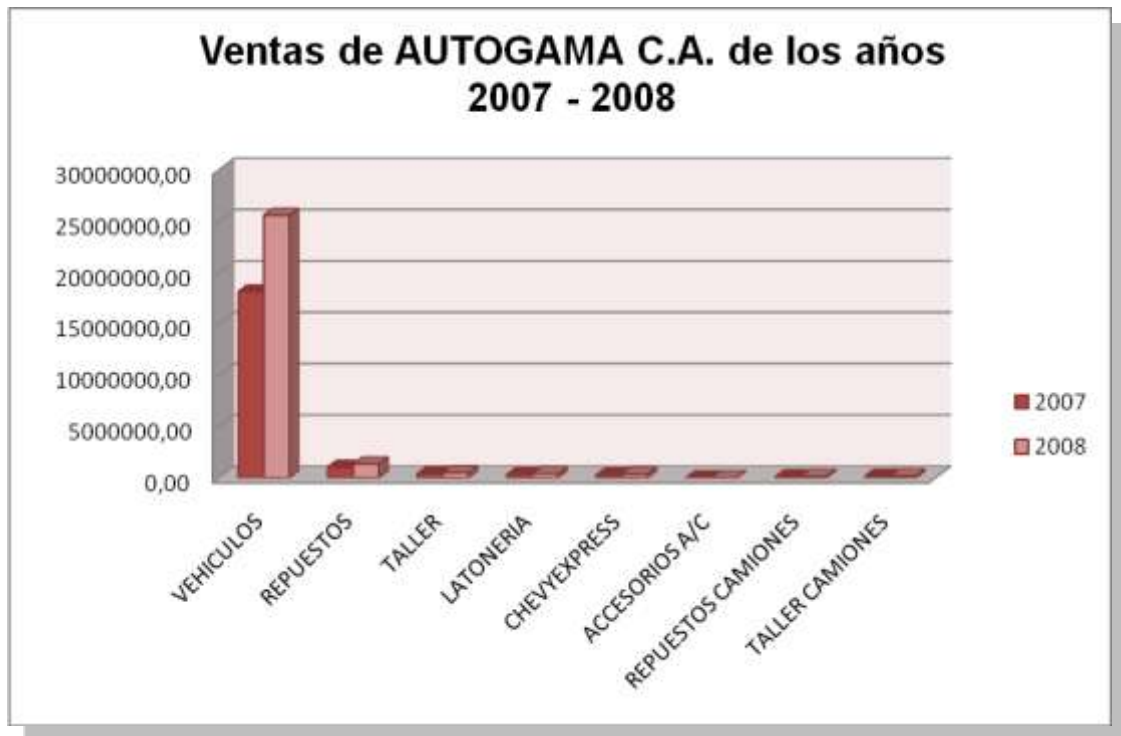
TABLA II.IX
Ventas de AUTOGAMA C.A. en los años 2007 - 2008

VENTAS AUTOGAMA C.A.	2007	2008
<u>Ventas</u>		
VEHICULOS	18.121.123,99	25.575.389,14
REPUESTOS	1.045.977,86	1.359.771,22
TALLER	397.570,67	516.841,87
LATONERIA	322.787,88	419.624,24
CHEVYEXPRESS	287.870,12	374.231,16
ACCESORIOS A/C	1.011,54	1.315,00
REPUESTOS CAMIONES	116.946,01	152.029,81
TALLER CAMIONES	162.775,09	211.607,61
Total de ventas	20.456.063,15	28.638.488,40

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Para el año 2008, las ventas totales de AUTOGAMA C.A. crecieron considerablemente.

GRÁFICO II.IX
Ventas de AUTOGAMA C.A. en los años 2007 - 2008



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

En el año 2007 la empresa vendió un total de \$20.456.063,15 dólares y en el año 2008 llegó a vender \$28.638.488,40 dólares, observando este crecimiento en las ventas, podemos afirmar que la empresa a pesar de las dificultades económicas presentadas en el país durante el transcurso del año, no bajó sus ventas y logró abarcar y mantener su mercado objetivo.

Como se observa en el gráfico, la mayor parte de los ingresos que recibe AUTOGAMA C.A. provienen de la venta de vehículos, la misma que representa el 89% del total de ventas realizadas.

GRÁFICO II.X
Ventas de AUTOGAMA C.A. en el año 2008



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Para el caso de los repuestos, servicio de taller para automóviles y camiones, latonería, accesorios, chevyexpress y los repuestos de camiones, el porcentaje de representación es del 11%, según datos proporcionados por la empresa esto se debe a que la mayoría de usuarios deciden al momento de dar mantenimiento al vehículo o adaptarle un nuevo accesorio, ir a lugares ajenos al concesionario, lo que en algunos casos ha representado para el cliente un

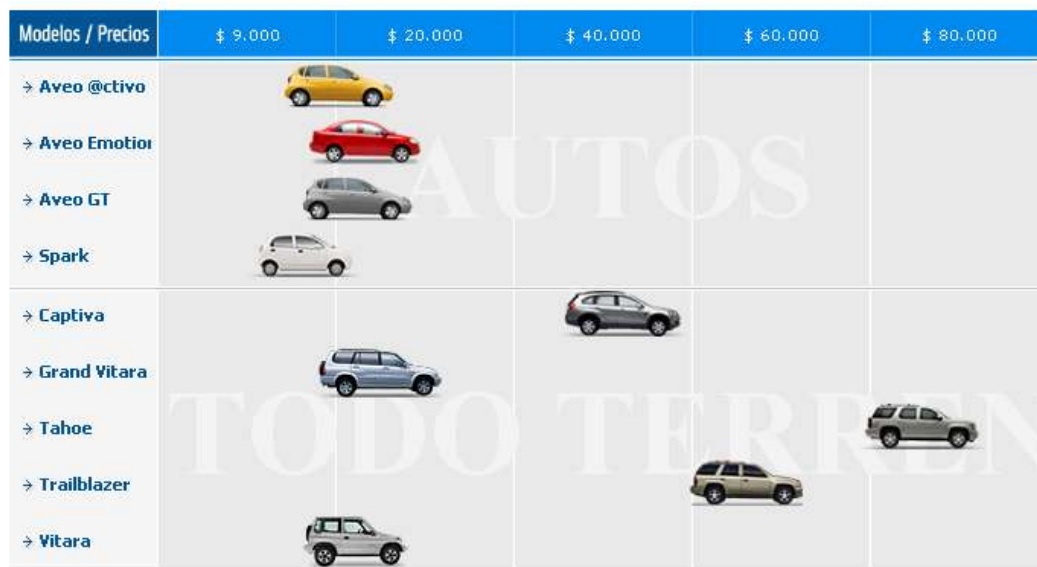
mayor gasto, ya que, los repuestos o accesorios implementados no son certificados y tienden a deteriorarse fácilmente, caso contrario a los productos y servicios proporcionados por Chevrolet, que son avalados por General Motors en Ecuador.

2.1.6.2. Las Marcas

AUTOGAMA C.A., concesionario de Chevrolet posee una variedad de vehículos, camionetas “todo terreno”, vans (camionetas familiares), y camiones.

Dentro de su variedad de vehículos, según datos recopilados en una entrevista con el Gerente de Ventas de La Empresa, se mencionó que el auto que tuvo mayor demanda fue el Grand Vitara SZ.

GRÁFICO II.XI
PRECIO DE AUTOMÓVILES CHEVROLET



Fuente: www.chevrolet.com.ec

Este vehículo todo terreno tuvo mayor aceptación por parte de los usuarios debido a su tamaño, su modelo más moderno, su mayor potencia (126 hp), y su cilindraje de 2.0 litros, estas características lo hacen más atractivo, y por consiguiente se justifica la demanda del vehículo.

Como hemos analizado, el rubro que genera mayores ingresos a la Empresa es el de vehículos, a continuación analizaremos cada una de las secciones de automóviles que posee la empresa.

TABLA II.X
Precios de vehículos Chevrolet

	AUTOS	PRECIO
Automóviles	AVEO	13590
	AVEO ACTIVO	14290
	AVEO EMOTION	17410
	AVEO GT	14990
	OPTRA	19690
	SPARK ACTIVO	10890
	CAPTIVA	44990
Todo Terreno	GRAND VITARA	19990
	GRAND VITARA SZ	27457
	TAHOE	78570
	TRAILBLAZER	59690
	VITARA	15990
Camionetas	LUV D MAX HEC	18490
	LUV D MAX DIESEL	19690
	LUV D MAX V6	27090
Comerciales	CHEVYTAXI	12950
	SERIE F	67067
	SERIE N	29024

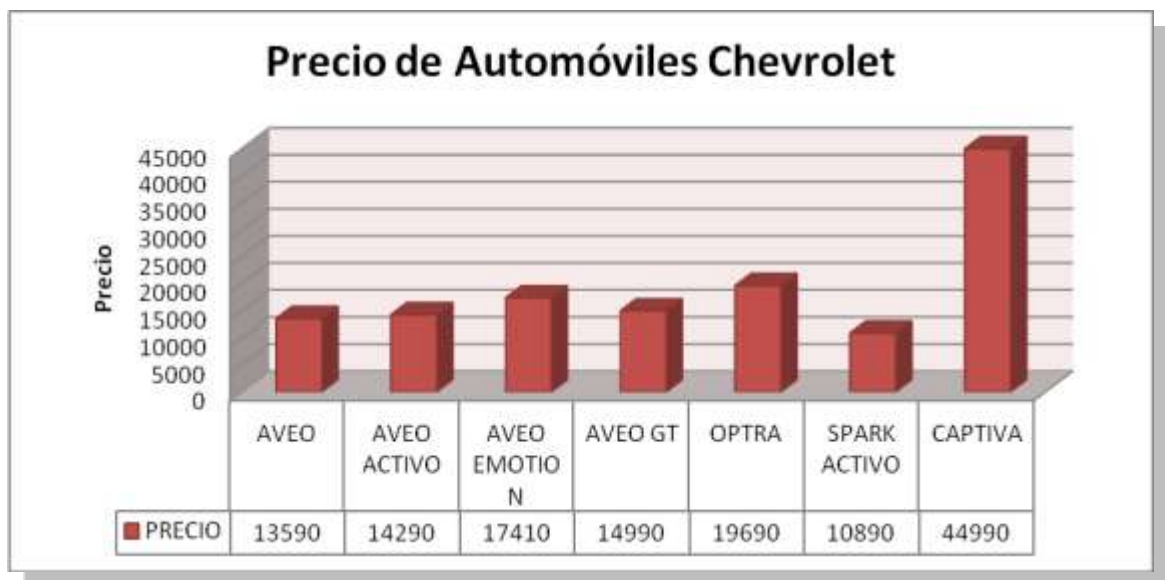
Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Dentro de la línea de automóviles, el modelo que más se vendió fue el Chevrolet Aveo @ctivo, con 12139 unidades, seguido del Chevrolet Spark @ctivo con 4278 unidades

Como se comento en el capítulo 1 del marco teórico, algunos usuarios han preferido modelos que tengan un valor por debajo de los \$20000 dólares, para la sección de automóviles podemos observar lo siguiente:

GRÁFICO II.XII

Precio de automóviles Chevrolet



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

El automóvil con menor precio de adquisición es el Spark @ctivo con un costo de \$10890 dólares, precio que puede variar de acuerdo con los requerimientos que solicite el cliente, el modelo Captiva es el auto con mayor valor, con un precio de \$44990.

GRÁFICO II.XIII

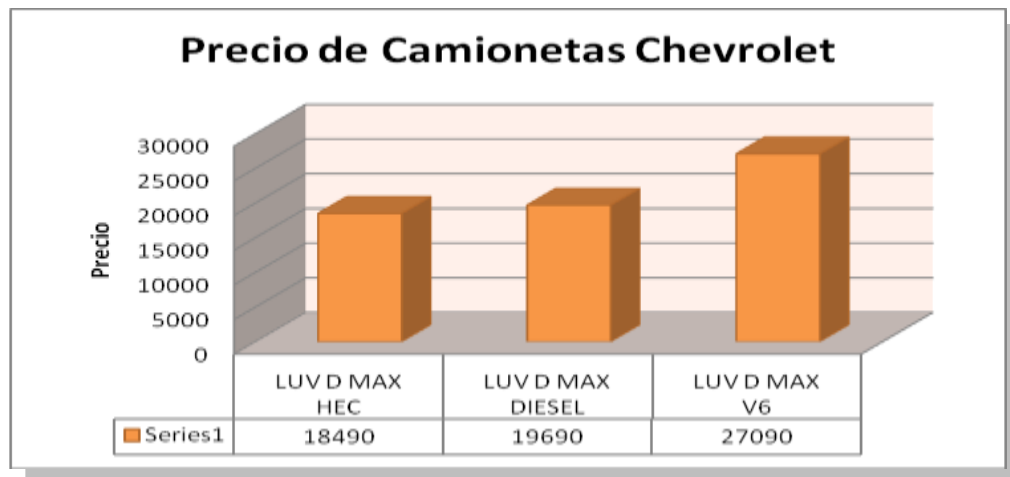
Precio de vehículos Todo Terreno Chevrolet



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

El automóvil con mayor costo de la sección de Vehículos Todo Terreno es el Tahoe, con un precio de \$78570, sin embargo los que han registrado mayor demanda son el Grand Vitara de 1.6 cc y el Grand Vitara SZ que es el vehículo que más se vendió en el 2008 en AUTOGAMA C.A. Así mismo la Luv D-Max en todas sus versiones ha tenido gran aceptación.

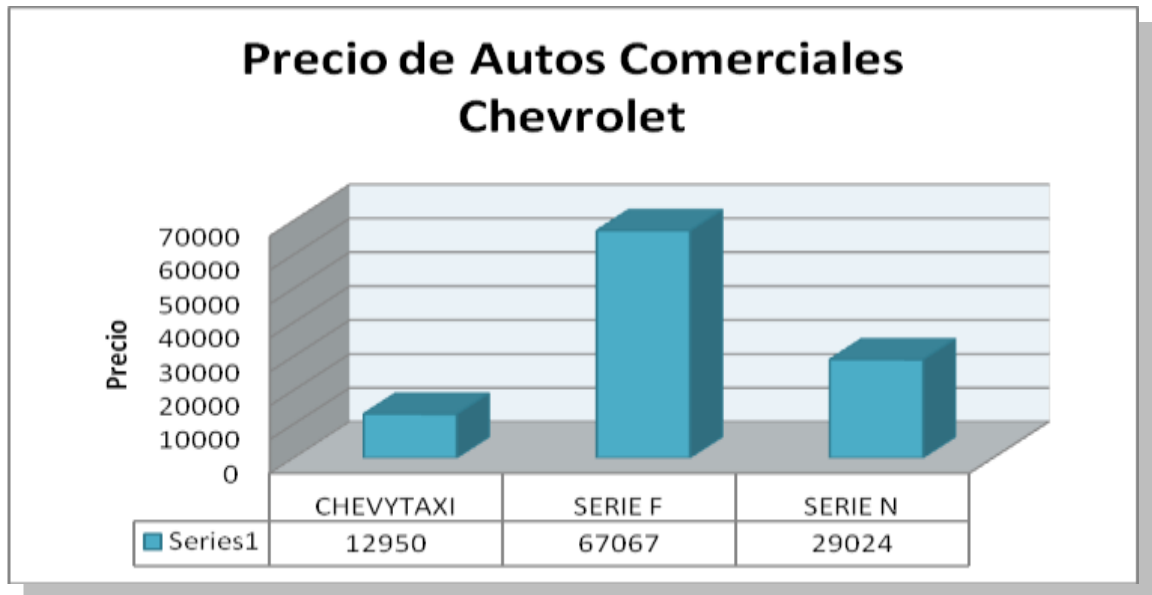
GRÁFICO II.XIV
Precio de Camionetas Chevrolet



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

En la línea de autos comerciales la mayor demanda en la categoría de camiones son los de la Serie F, que a nivel nacional se ubicó en ventas en el tercer puesto, y también tenemos la línea de Chevytaxi, que son vehículos exonerados de impuestos y han tenido gran demanda entre los taxistas del país.

GRÁFICO II.XV
Precio de Autos Comerciales Chevrolet



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

2.1.6.3. Clientes y Proveedores ²³

Como AUTOGAMA C.A. es una empresa que ha venido creciendo, la cartera de clientes aún no es tan amplia, sin embargo en la actualidad cuenta con 3142 clientes, conformados entre instituciones, empresas y personas naturales.

Así mismo la cartera de proveedores que muestra la empresa es de cerca de 503 entidades, estos proveen a la empresa de vehículos, accesorios y repuestos, su principal proveedor es General Motors de Ecuador.

²³ Datos proporcionados por la empresa

2.1.6.4. Empleados ²⁴

Son trabajadores de AUTOGAMA C.A. todas aquellas personas que presten sus servicios personales a la compañía en virtud de contratos de trabajo, que reciban remuneración directa de AUTOGAMA C.A. y que se encuentren bajo su dependencia o subordinación.

Los trabajadores deberán cumplir con sus obligaciones en la forma establecida en el contrato individual de trabajo, en el Código del Trabajo y el Reglamento Interno.

Son obligaciones de los trabajadores de AUTOGAMA C.A., además de las disposiciones establecidas en el Código del Trabajo, las contenidas en el Manual de Procedimientos y Reglamentos aprobados, las siguientes:

- Brindar una esmerada atención a los clientes y público en general.
- Ejecutar el trabajo con eficiencia y prestar los servicios convenidos en el contrato individual de trabajo.
- Ejecutar el trabajo con responsabilidad, intensidad, cualidades apropiadas, en la forma y lugar ordenados, y dar cumplimiento estricto a los procedimientos de seguridad establecidos.
- Acatar y cumplir las órdenes, instrucciones y disposiciones emanadas por la compañía dadas a través del Gerente General y/o superiores jerárquicos
- Utilizar el uniforme única y exclusivamente en las horas laborables y en casos especiales.

²⁴ Datos tomados del Código Interno de Trabajo de AUTOGAMA C.A.

- Cumplir con puntualidad y exactitud las jornadas de trabajo y turnos determinados por la empresa.
- Observar celosamente las normas de moral, educación y cortesía y, especialmente, todos los principios de disciplina y jerarquía.
- Guardar con celo los datos e informaciones confidenciales y todos los secretos técnicos, comerciales e industriales que por razón de su trabajo conozca o haya conocido.
- Cuidar su propia seguridad, la de los superiores y de sus compañeros de trabajo.
- Se compartirá la supervisión de las actividades de todos los departamentos, esto es, cualquier anomalía observada por algún trabajador de cualquiera de las áreas deberá notificar al supervisor y/o superiores jerárquicos correspondientes.
- Prestar toda la colaboración posible en caso de siniestro o de riesgo inminente que afecte a las personas o cosas que están en la empresa.
- Observar permanentemente las medidas de seguridad o prevención, sanitarias o higiénicas impuestas por el Código del Trabajo, las autoridades competentes, la empresa y el presente Reglamento Interno.
- Reportar pertenencias olvidadas, abandonadas o caídas dentro de la empresa.
- Es obligación de los trabajadores que reciben dinero, papeles de los clientes, o tiene bajo su responsabilidad valores, bienes o herramientas de la empresa, cuadrar diariamente y observar las instrucciones impartidas, además que por cualquier razón o circunstancias que deban abandonar su puesto, aún cuando sea por pocos minutos, deberán dejar con las debidas seguridades. Cualquier omisión que causará perjuicio a

la institución será responsabilidad directa del trabajador que cometió la inobservancia.

- Respalda debidamente la información del trabajo a su cargo.
- Asistir puntualmente a los cursos de capacitación en los días y horarios que determine la empresa y entregar copia de los certificados de asistencia o títulos obtenidos en el departamento de Personal. El trabajador que no concurra a dichos cursos deberá rembolsar a la empresa los gastos y egresos en que ésta hubiese incurrido.
- Reportar inmediatamente a su superior los daños o alteraciones que encuentre en los bienes encargados al trabajador para el cumplimiento de las labores o puesto al cuidado del mismo.
- Utilizar correctamente la papelería y los útiles de trabajo, evitando desperdicios y gastos innecesarios por este concepto.
- No ingresar a trabajar con síntomas de haber ingerido licores o sustancias sicotrópicas; ni mucho menos ingerirlos en horas de trabajo. Usar con cuidado y esmero, vehículos, equipo de comunicaciones, herramientas, enseres, útiles y en general, muebles de la empresa, cuando los maneje en razón de sus funciones.
- Responder por los bienes mencionados en el literal anterior, indemnizar a la empresa en caso de pérdida, malos manejos o negligencia y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni de los ocasionados por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción.
- Dar aviso inmediato a su jefe o superior jerárquico cuando por causas debidamente justificadas no pudiere concurrir a laborar.

- La compañía pagará al trabajador los gastos de ida y vuelta, alojamiento y alimentación cuando tenga que trasladarse por motivos laborales, a un lugar distinto de su residencia.
- Mantener actualizado los datos e informaciones de su registro, principalmente los relacionados con su domicilio y número telefónico.
- Avisar a su Jefe inmediato cuando advierta que algo pueda traer consecuencias graves, accidentes a las personas o daños a los bienes de la empresa.
- Hacer conocer oportunamente a su superior jerárquico lo que a su juicio considere que está perjudicando o entorpeciendo la normal marcha de su trabajo.
- Suministrar a su jefe inmediato las informaciones completas o detalladas de su trabajo, cuando él lo solicite.
- Comunicar de inmediato a su superior jerárquico de cualquier daño, peligro o novedad que se produzcan en los bienes de la empresa cuando estos no se encontraren bajo su cuidado.
- Todo el personal deberá tener en su poder y de manera visible, durante las horas de trabajo, su carné de identificación.

Las demás obligaciones establecidas en el Art. 45 del Código del Trabajo y demás disposiciones contenidas en los contratos individuales de trabajo y en el presente Reglamento Interno

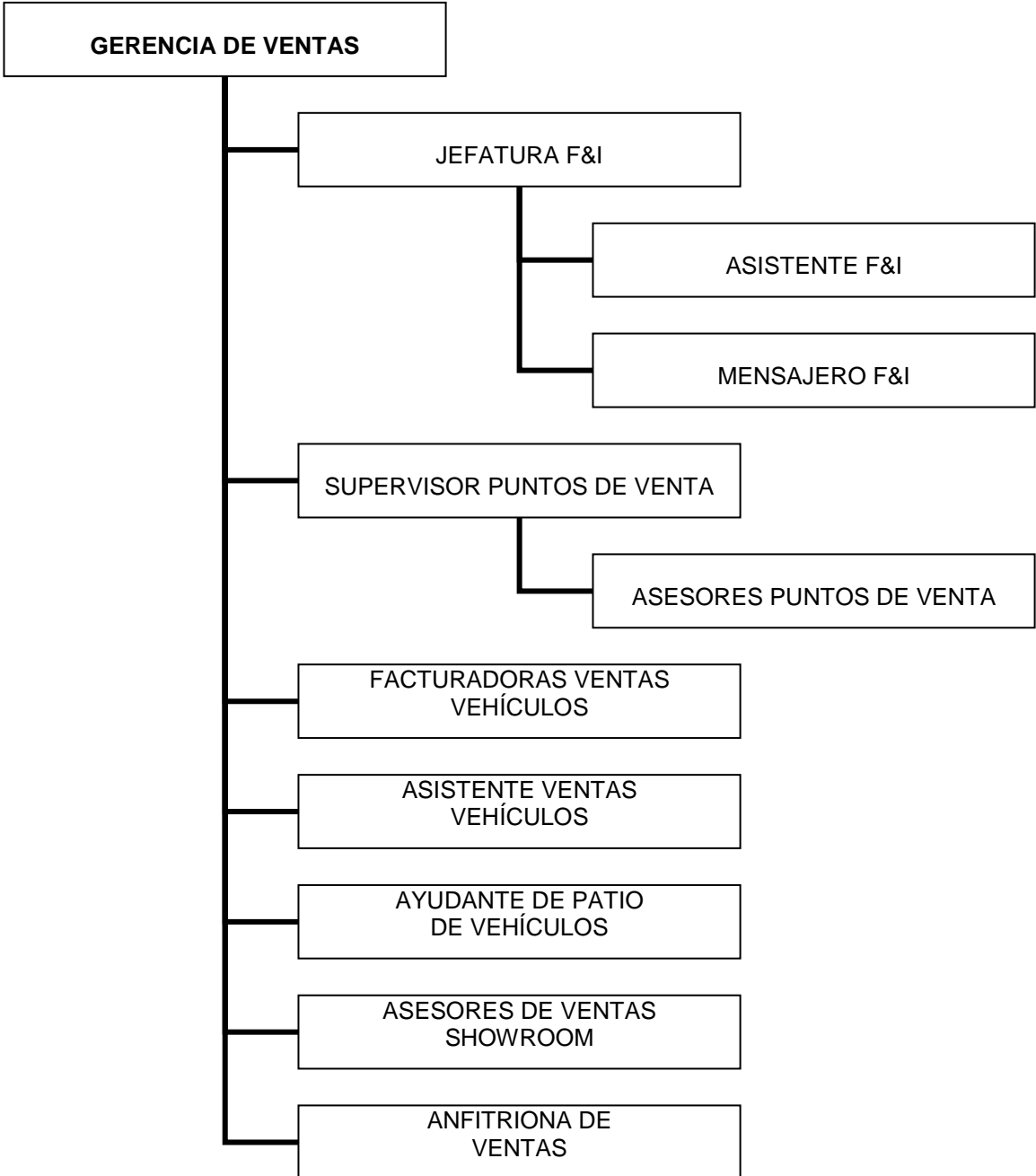
2.1.6.5. Organigrama de la Empresa

2.1.6.5.1. De la Gerencia General ²⁵



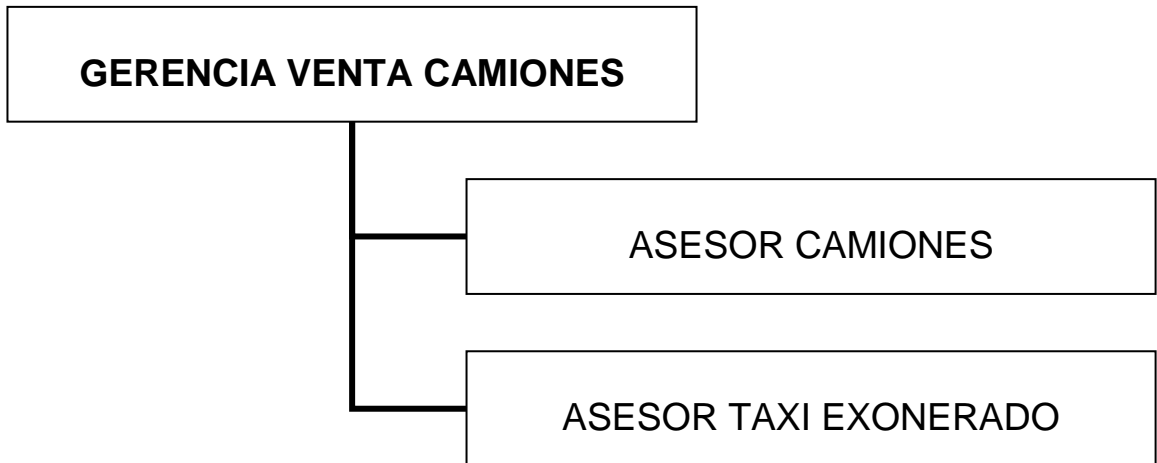
²⁵ Datos proporcionados por AUTOGAMA C.A.

2.1.6.5.2. De la Gerencia de Ventas²⁶

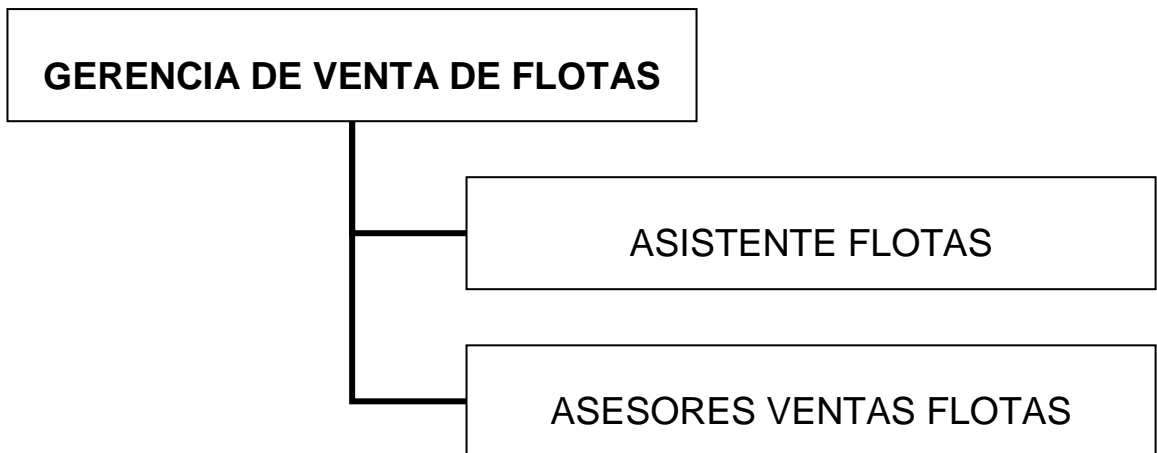


²⁶ Datos proporcionados por AUTOGAMA C.A.

2.1.6.5.3. De la Gerencia de Venta de Camiones ²⁷



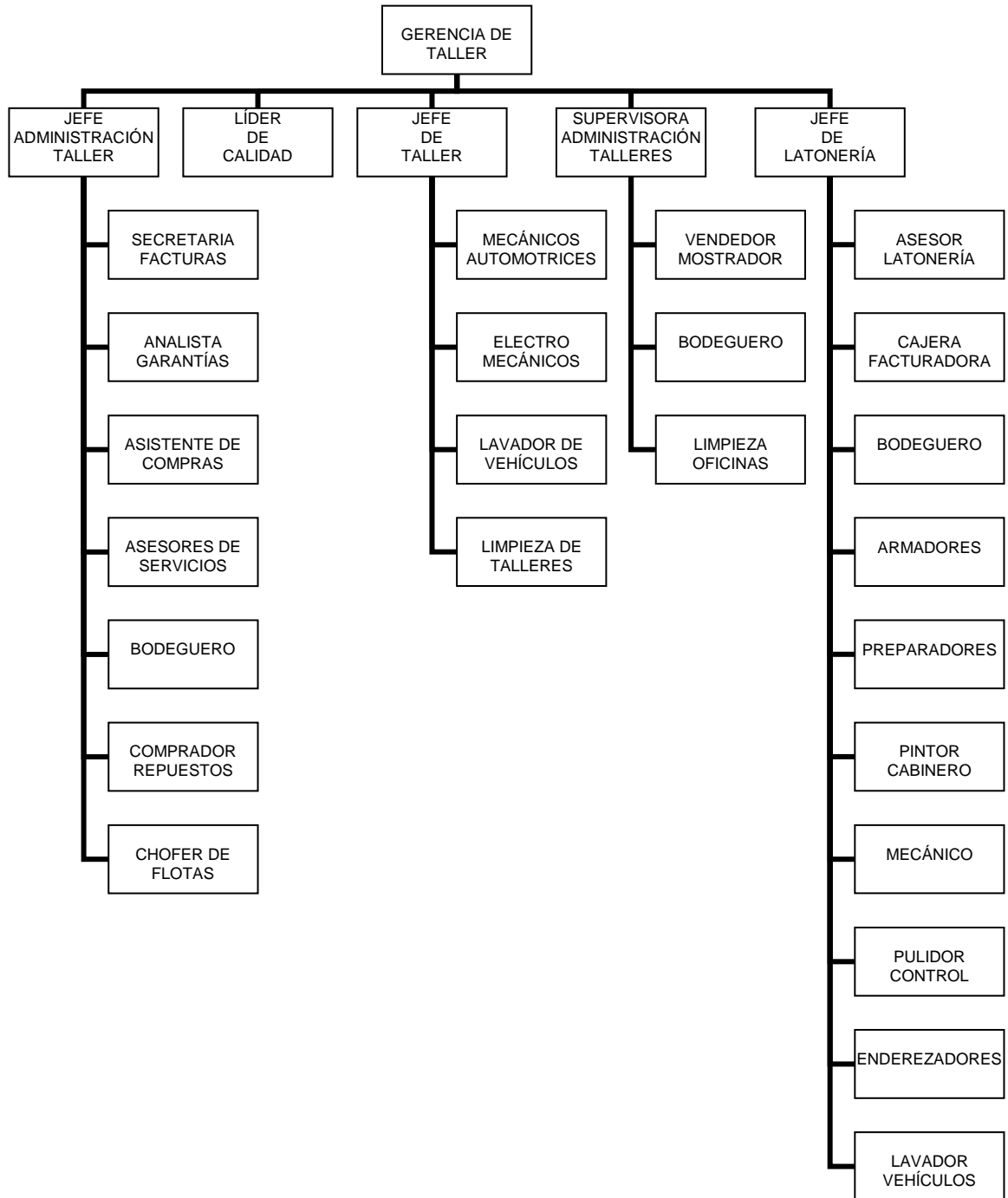
2.1.6.5.4. De la Gerencia de Venta de Flotas ²⁸



²⁷ Datos proporcionados por AUTOGAMA C.A.

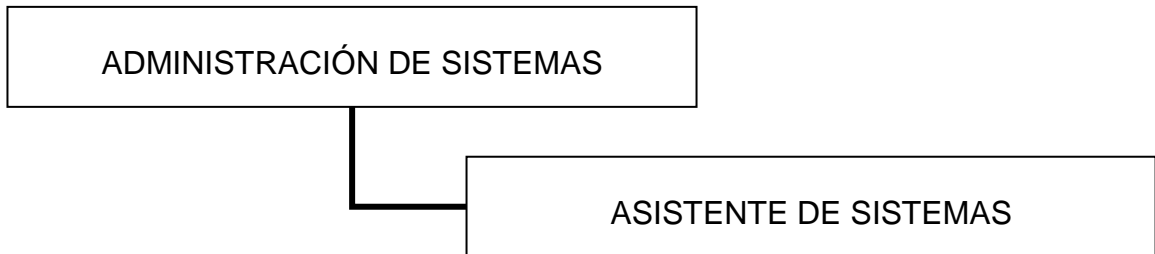
²⁸ Datos proporcionados por AUTOGAMA C.A.

2.1.6.5.5. De la Gerencia de Taller ²⁹

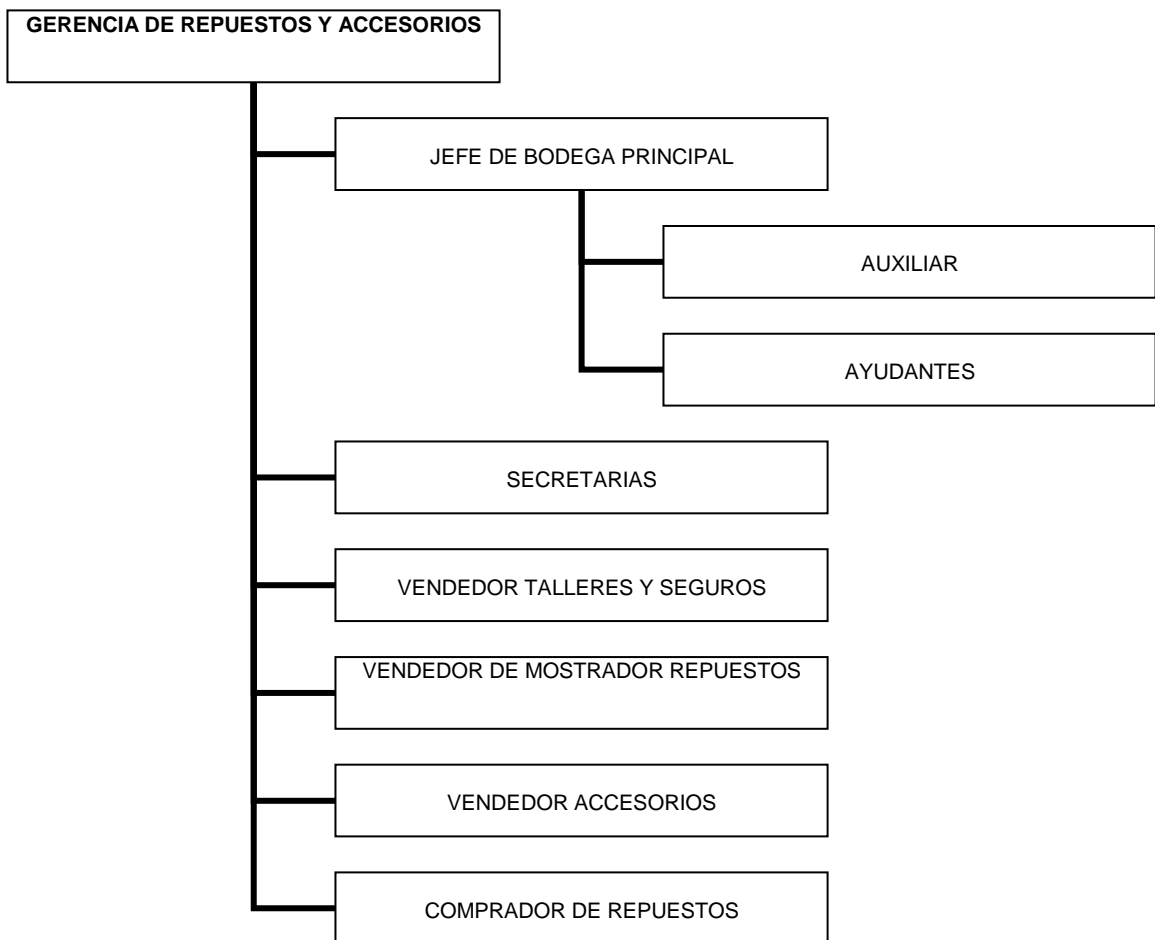


²⁹ Datos proporcionados por AUTOGAMA C.A.

2.1.6.5.6. De la Administración de Sistemas³⁰



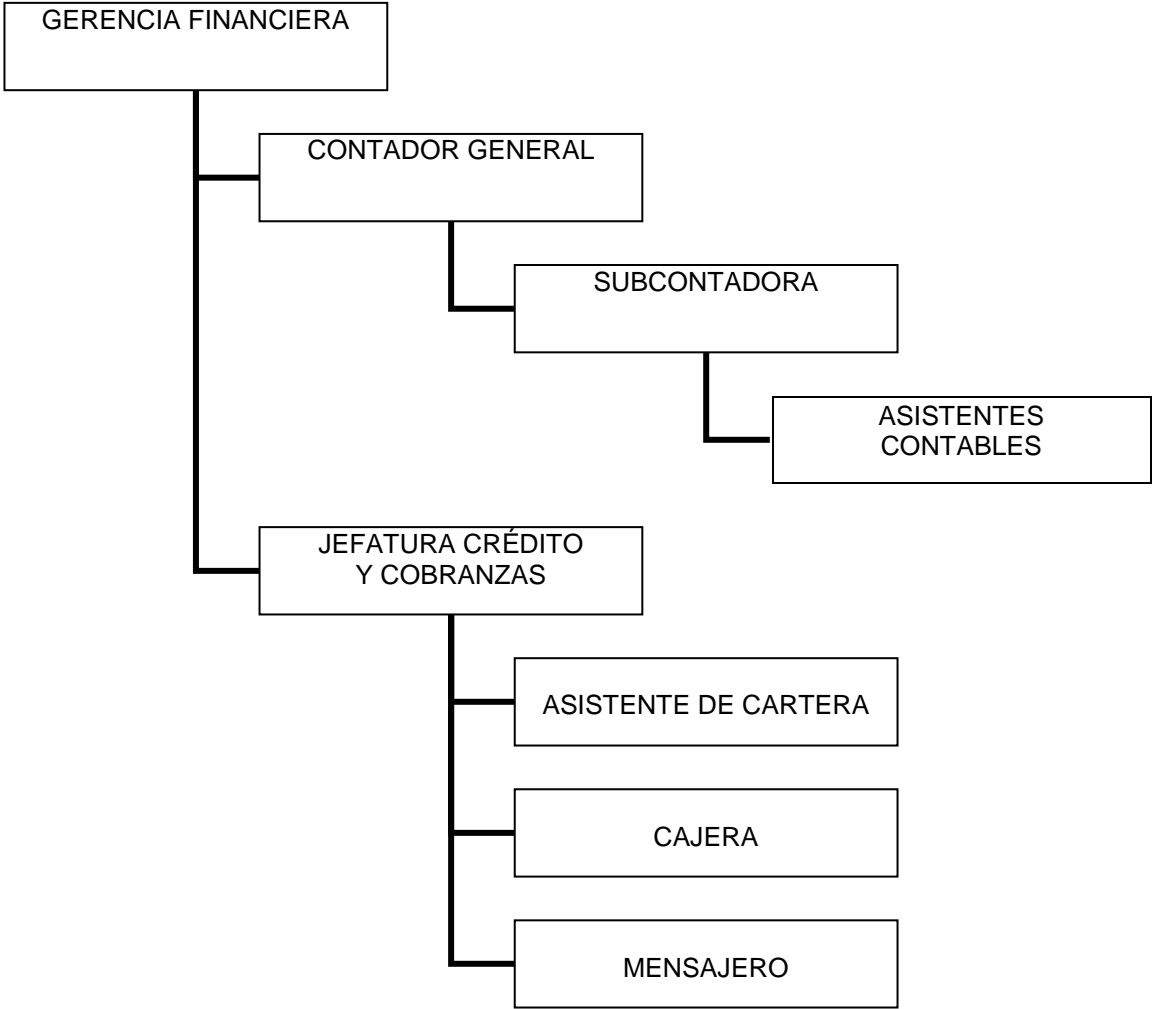
2.1.6.5.7. De la Gerencia de Repuestos y Accesorios³¹



³⁰ Datos proporcionados por AUTOGAMA C.A.

³¹ Datos proporcionados por AUTOGAMA C.A.

2.1.6.5.8. De la Gerencia Financiera ³²



³² Datos proporcionados por AUTOGAMA C.A.

2.2. Riesgo de Fraude

El riesgo de fraude se define como aquel riesgo intencional realizado por uno o más individuos en la organización entre empleados, administradores y terceros.

Dentro de los riesgos de fraude que identificamos mediante entrevistas al personal indicado durante la auditoría realizada para el ejercicio 2008 tenemos los siguientes:

- En el momento en que el vendedor realiza una venta, éste puede inducir al cliente a la compra de accesorios para el vehículo. Los valores propuestos por el vendedor no son conocidos por el cliente, y éste puede ser estafado cobrándosele valores sobreestimados.
- Se nos comunicó que en la administración anterior, existían acuerdos entre los cajeros y el Jefe de Crédito y Cobranza, esto desencadenó algunos fraudes en cuentas por cobrar, ya que se cobraba más de lo adecuado en intereses.
- Las cajeras no registraban correctamente el ingreso de efectivo, estas registraban valores menores que el pagado por el cliente, y lo ajustaban en el transcurso del periodo mensual a su conveniencia.
- El personal encargado de la bodega principal de la Jefatura de repuestos y accesorios no verificaba correctamente las existencias de inventario.

Por lo que se conoció, de la administración anterior se tomaron medidas estrictas para el personal, por lo que en el periodo 2009 AUTOGAMA C.A. inició sus operaciones con nuevas Gerencias, fuertes controles y nuevos compromisos de cumplimiento de las políticas, manuales y procedimientos.

2.2.1. Controles implementados por parte de la Gerencia

TABLA II.XI
Tabla de Riesgo de Fraude

RIESGO DE FRAUDE	CONTROLES
<ul style="list-style-type: none">• Sobrevaloración de un repuesto, accesorio o servicio por parte del vendedor hacia el cliente	<ul style="list-style-type: none">• Elaborar una lista oficial de los repuestos, accesorios o servicio que ofrece la empresa para evitar posibles estafas al cliente
<ul style="list-style-type: none">• Acuerdos entre jefes y empleados para causar fraudes en cuentas	<ul style="list-style-type: none">• Verificar estado de cuentas de clientes segregando la función al personal indicado.• Supervisar la conducta de los trabajadores de acuerdo a lo establecido en el Reglamento interno de trabajo
<ul style="list-style-type: none">• Manipulación maliciosa del efectivo	<ul style="list-style-type: none">• Supervisar el desempeño de los cajeros y realizar arqueos "sorpresas" para detectar si existe manipulación del efectivo
<ul style="list-style-type: none">• Registro incorrecto de inventario	<ul style="list-style-type: none">• Realizar conteos físicos de los inventarios de repuestos y accesorios y verificar su exactitud con los datos de las facturas de compra de los mismos

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

2.2.2. Pruebas de Impredecibilidad.

De lo que se conoce dentro de la empresa, se han realizado varias veces acciones sorpresas entre las cuales podemos mencionar:

- Arqueos de caja sorpresa para verificar el saldo del efectivo.
- Auditorías informáticas para evitar la substracción de información digital.
- Conteo de existencias en la bodega principal de repuestos y accesorios.
- Inspecciones a los talleres principales para evitar mal uso de los recursos.

Estas pruebas según lo indagado con los administradores fueron óptimas y permitieron descubrir fraudes en algunas gerencias de la empresa.

2.3. Procedimientos Analíticos Preliminares

2.3.1. Análisis Financiero

El análisis financiero dispone de dos herramientas para interpretar y analizar los Estados Financieros se denominan Análisis horizontal y vertical, que consiste en determinar el peso proporcional (en porcentaje) que tiene cada cuenta dentro del estado financiero analizado. Esto permite determinar la composición y estructura de los estados financieros.

El análisis vertical es de gran importancia a la hora de establecer si una empresa tiene una distribución de sus activos equitativa y de acuerdo a las necesidades financieras y operativas.

2.3.1.1. Análisis vertical

El objetivo del análisis vertical es determinar que tan representativo es cada cuenta del activo dentro del total del activo, se debe dividir la cuenta que se quiere determinar, por el total del activo y luego se procede a multiplicar por 100.

Resultado obtenido del **Análisis vertical** al Balance general al 31 de Diciembre del 2007 y del 2008 de AUTOGAMA C. A. fue el siguiente:

AUTOGAMA C.A.
Balance General al 31 de Diciembre del 2007 y 2008
Análisis Vertical

ACTIVO	Años		Porcentaje integral	
	2007	2008	2007	2008
CORRIENTE				
Caja	340,00	600,00	0,00%	0,00%
Bancos	1.039.176,01	1.121.890,74	11,38%	8,71%
Inversiones Temporales	25.334,72	0,00	0,28%	0,00%
Subtotal	1.064.850,73	1.122.490,74		
CUENTAS POR COBRAR				
Cientes	3.435.273,18	4.795.020,92	37,61%	37,22%
Provisión Incobrables	-113.902,43	-134.017,67	-1,25%	-1,04%
Cias Relacionadas	10.990,51	8.918,78	0,12%	0,07%
Otras Cuentas por Cobrar	179.950,16	215.463,05	1,97%	1,67%
Subtotal	3.512.311,42	4.885.385,08		
INVENTARIOS				
Inventario de Vehículos	1.770.797,33	3.626.568,36	19,39%	28,15%
Inventario de Repuestos	517.669,93	507.552,59	5,67%	3,94%
Inventario Accesorios Vehículos	15.428,25	256,50	0,17%	0,00%
Inventario Lub y Sum. Taller	45.885,76	91.755,74	0,50%	0,71%
Inventario de Accesorios Repuestos	8.999,59	63.668,69	0,10%	0,49%
Inventario Suministros Latonería	0,00	3.429,62	0,00%	0,03%
Importación en Tránsito	8,99	0,00	0,00%	0,00%
Transferencia de Bodega	-18,94	1.775,78	0,00%	0,01%
Trabajos en Proceso	102.683,56	124.137,49	1,12%	0,96%
Provisión Baja de Inventarios	0,00	-11.340,48	0,00%	-0,09%
Subtotal	2.461.454,47	4.407.804,29		
ANTICIPOS				
Pagos Anticipados	62.823,71	85.696,80	2,45%	0,67%
Impuestos	223.673,39	405.568,11	2,45%	3,15%
Subtotal	286.497,10	491.264,91		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	7.325.113,72	10.906.945,02		
FIJO				
Terrenos	883.610,49	866.079,61	9,67%	6,72%
Edificios	675.038,68	679.099,80	7,39%	5,27%
Maquinaria, Equipos y Herramientas	163.419,25	263.477,28	1,79%	2,05%
Vehículos	53.439,29	74.113,82	0,59%	0,58%
Mobiliario y Equipo de Oficina	163.045,85	194.382,61	1,79%	1,51%
Equipos de Computación	112.579,59	125.621,07	1,23%	0,98%
Depreciación Acumulada	-557.741,61	-614.749,69	-6,11%	-4,77%
Subtotal	1.493.391,54	1.588.024,50		

AUTOGAMA C.A.
Balance General al 31 de Diciembre del 2007 y 2008
Análisis Vertical

OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES				
Depósitos en Garantía	24.013,59	26.513,59	0,26%	0,21%
Subtotal	24.013,59	26.513,59		
LARGO PLAZO				
Inversiones	15.000,00	135.706,71	0,16%	1,05%
Subtotal	15.000,00	135.706,71		
DIFERIDO				
Cargos Diferidos	553.049,04	570.942,76	6,06%	4,43%
Amor. Acum. Cargos Diferidos	-277.547,64	-346.303,44	-3,04%	-2,69%
Subtotal	275.501,40	224.639,32		
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1.807.906,53	1.974.884,12		
TOTAL ACTIVOS	9.133.020,25	12.881.829,14	100,00%	100,00%

PASIVOS Y PATRIMONIOS	Años		Porcentaje integral	
	2007	2008	2007	2008
PASIVOS				
CORRIENTE				
Bancos	145.363,21	212.034,95	2,32%	2,43%
Otros Doc. x Pagar C/P	6.463,25	271.174,26	0,10%	3,11%
Subtotal	151.826,46	483.209,21		
CUENTAS POR PAGAR				
Proveedores	5.184.788,37	7.271.967,10	82,74%	83,42%
Anticipos de Clientes	218.651,55	533.230,83	3,49%	6,12%
Otras Ctas por Pagar	69.588,32	8.215,42	1,11%	0,09%
Cias Relacionadas	250.000,00	0,00	3,99%	0,00%
Subtotal	5.723.028,24	7.813.413,35		
OTROS PASIVOS CORRIENTES				
Impuestos por Pagar	203.226,51	69.142,81	3,24%	0,79%
Obligaciones con Empleados	59.811,00	3.459,08	0,95%	0,04%
Obligaciones con el IESS	62.237,80	73.304,66	0,99%	0,84%
Beneficios Sociales por Pagar	21.324,75	114.286,48	0,34%	1,31%
Provisiones Gastos Corrientes	1.483,39	34.779,27	0,02%	0,40%
Subtotal	348.083,45	294.972,30		
TOTAL PASIVO CORRIENTE	6.222.938,15	8.591.594,86		
PASIVO LARGO PLAZO				
Otras Instituciones	0,00	66.666,72	0,00%	0,76%
Provisiones Patronales	43.434,07	58.913,10	0,69%	0,68%
Subtotal	43.434,07	125.579,82		
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	43.434,07	125.579,82		
TOTAL PASIVOS	6.266.372,22	8.717.174,68	100,00%	100,00%

PATRIMONIO	Años		Porcentaje integral	
	2007	2008	2007	2008
CAPITAL SOCIAL				
Capital Social	2.635.000,00	2.800.000,00	91,92%	67,23%
Reserva Legal	88.282,00	182.876,20	3,08%	4,39%
Resultados Anteriores	0,73	0,74	0,00%	0,00%
Resultados del Ejercicio	143.365,30	1.276.371,72	5,00%	30,65%
TOTAL PATRIMONIO	2.866.648,03	4.164.654,46	100,00%	100,00%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	9.133.020,25	12.881.829,14		

AUTOGAMA C.A.
Estado de Pérdidas y Ganancias
Análisis Vertical

			Porcentaje integral	
	2007	2008	2007	2008
Ventas	20456063,15	28638488,4	100,00%	100,00%
Costo venta	17447172,43	22768560,02	85,29%	79,50%
Utilidad Bruta	3008890,72	5869928,384	14,71%	20,50%
Gastos Administrativos	1197649,11	1437178,934	5,85%	5,02%
Gatos de Ventas	1410255,62	2256408,991	6,89%	7,88%
Utilidad operativa	400985,99	2176340,46	1,96%	7,60%
Otros ingresos	176461,74	264692,6164	0,92%	0,92%
Otros Egresos	241290,32	289548,3857	1,18%	1,01%
Utilidad antes de impuestos	336157,41	2151484,69	1,64%	7,51%

2.3.1.2. Análisis horizontal

Los Estados Financieros pueden ser analizados mediante el Análisis vertical y horizontal. En el análisis horizontal, lo que se busca es determinar la **variación absoluta o relativa** que haya sufrido cada partida de los estados financieros en un periodo respecto a otro. Determina cual fue el crecimiento o decrecimiento de una cuenta en un periodo determinado. Es el análisis que permite determinar si el comportamiento de la empresa en un periodo fue bueno, regular o malo.

Para determinar la variación absoluta (en números) sufrida por cada partida o cuenta de un estado financiero en un periodo 2 respecto a un periodo 1, se procede a determinar la diferencia (restar) al valor 2 menos el valor 1. La formula sería $P2-P1$.

Para determinar la variación relativa (en porcentaje) de un periodo respecto a otro, se debe aplicar una regla de tres. Para esto se divide el periodo 2 por el periodo 1, se le resta 1, y ese resultado se multiplica por 100 para convertirlo a porcentaje, quedando la formula de la siguiente manera: $((P2/P1)-1)*100$

De lo anterior se concluye que para realizar el análisis horizontal se requiere disponer de estados financieros de dos periodos diferentes, es decir, que deben ser comparativos, toda vez lo que busca el análisis horizontal, es precisamente comparar un periodo con otro para observar el comportamiento de los estados financieros en el periodo objeto de análisis.

El resultado obtenido del **Análisis Horizontal** al Balance general al 31 de diciembre del 2007 y del 2008 de AUTOGAMA C. A. fue el siguiente:

AUTOGAMA C.A.
Balance General al 31 de Diciembre del 2007 y 2008
Análisis Horizontal

ACTIVO	Años		Variación	
	2007	2008	Absoluta	Relativa
CORRIENTE				
Caja	340,00	600,00	260,00	76,47%
Bancos	1.039.176,01	1.121.890,74	82714,73	7,96%
Inversiones Temporales	25.334,72	0,00	-25334,72	0,00%
Subtotal	1.064.850,73	1.122.490,74		
CUENTAS POR COBRAR				
Clientes	3.435.273,18	4.795.020,92	1359747,74	39,58%
Provisión Incobrables	-113.902,43	-134.017,67	-20115,24	17,66%
Cías Relacionadas	10.990,51	8.918,78	-2071,73	-18,85%
Otras Cuentas por Cobrar	179.950,16	215.463,05	35512,89	19,73%
Subtotal	3.512.311,42	4.885.385,08		
INVENTARIOS				
Inventario de Vehículos	1.770.797,33	3.626.568,36	1855771,03	104,80%
Inventario de Repuestos	517.669,93	507.552,59	-10117,34	-1,95%
Inventario Accesorios Vehículos	15.428,25	256,50	-15171,75	-98,34%
Inventario Lub y Sum Taller	45.885,76	91.755,74	45869,98	99,97%
Inventario de Accesorios Repuestos	8.999,59	63.668,69	54669,10	607,46%
Inventario Suministros Latonería	0,00	3.429,62	3429,62	0,00%
Importación en Transito	8,99	0,00	-8,99	0,00%
Transferencia de Bodega	-18,94	1.775,78	1794,72	-9475,82%
Trabajos en Proceso	102.683,56	124.137,49	21453,93	20,89%
Provisión Baja de Inventarios	0,00	-11.340,48	-11340,48	0,00%
Subtotal	2.461.454,47	4.407.804,29		
ANTICIPOS				
Pagos Anticipados	62.823,71	85.696,80	22873,09	36,41%
Impuestos	223.673,39	405.568,11	181894,72	81,32%
Subtotal	286.497,10	491.264,91		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	7.325.113,72	10.906.945,02		
FIJO				
Terrenos	883.610,49	866.079,61	-17530,88	-1,98%
Edificios	675.038,68	679.099,80	4061,12	0,60%
Maquinaria, Equipos y Herramientas	163.419,25	263.477,28	100058,03	61,23%
Vehículos	53.439,29	74.113,82	20674,53	38,69%
Mobiliario y Equipo de Oficina	163.045,85	194.382,61	31336,76	19,22%
Equipos de Computación	112.579,59	125.621,07	13041,48	-10,38%
Depreciación Acumulada	-557.741,61	-614.749,69	-57008,08	10,22%
Subtotal	1.493.391,54	1.588.024,50		

AUTOGAMA C.A.
Balance General al 31 de Diciembre del 2007 y 2008
Análisis Horizontal

OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES				
Depósitos en Garantía	24.013,59	26.513,59	2500,00	10,41%
Subtotal	24.013,59	26.513,59		
LARGO PLAZO				
Inversiones	15.000,00	135.706,71	120706,71	804,71%
Subtotal	15.000,00	135.706,71		
DIFERIDO				
Cargos Diferidos	553.049,04	570.942,76	17893,72	3,24%
Amor. Acum. Cargos Diferidos	-277.547,64	-346.303,44	-68755,80	24,77%
Subtotal	275.501,40	224.639,32		
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1.807.906,53	1.974.884,12		
TOTAL ACTIVOS	9.133.020,25	12.881.829,14		

PASIVOS Y PATRIMONIOS	2007	2008	Absoluta	Relativo
PASIVOS				
CORRIENTE				
Bancos	145.363,21	212.034,95	66671,74	45,87%
Otros Doc. x Pagar C/P	6.463,25	271.174,26	264711,01	4095,63%
Subtotal	151.826,46	483.209,21		
CUENTAS POR PAGAR				
Proveedores	5.184.788,37	7.271.967,10	2087178,73	40,26%
Anticipos de Clientes	218.651,55	533.230,83	314579,28	143,87%
Otras Ctas por Pagar	69.588,32	8.215,42	-61372,90	-88,19%
Cias Relacionadas	250.000,00	0,00	-250000,00	0,00%
Subtotal	5.723.028,24	7.813.413,35		
OTROS PASIVOS CORRIENTES				
Impuestos por Pagar	203.226,51	69.142,81	-134083,70	-65,98%
Obligaciones con Empleados	59.811,00	3.459,08	-56351,92	-94,22%
Obligaciones con el IESS	62.237,80	73.304,66	11066,86	17,78%
Beneficios Sociales por Pagar	21.324,75	114.286,48	92961,73	435,93%
Provisiones Gastos Corrientes	1.483,39	34.779,27	33295,88	2244,58%
Subtotal	348.083,45	294.972,30		
TOTAL PASIVO CORRIENTE	6.222.938,15	8.591.594,86		
PASIVO LARGO PLAZO				
Otras Instituciones	0,00	66.666,72	66666,72	0,00%
Provisiones Patronales	43.434,07	58.913,10	15479,03	35,64%
Subtotal	43.434,07	125.579,82		
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	43.434,07	125.579,82		
TOTAL PASIVOS	6.266.372,22	8.717.174,68		

PATRIMONIO	Años		Variación	
	2007	2008	Absoluto	Relativo
CAPITAL SOCIAL				
Capital Social	2.635.000,00	2.800.000,00	165000,00	6,26%
Reserva Legal	88.282,00	182.876,20	94594,20	107,15%
Resultados Anteriores	0,73	0,74	0,01	1,37%
Resultados del Ejercicio	143.365,30	1.276.371,72	1133006,42	790,29%
TOTAL PATRIMONIO	2.866.648,03	4.164.654,46		
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	9.133.020,25	12.881.829,14		

AUTOGAMA C.A.
Estado de Pérdidas y Ganancias
Análisis Horizontal

	Años		Variación	
	2007	2008	Absoluta	Relativa
Ventas	20456063,15	28638488,4	8182425,26	40,00%
Costo venta	17447172,43	22768560,02	5321387,59	30,50%
Utilidad Bruta	3008890,72	5869928,384	2861037,67	95,09%
Gastos Administrativos	1197649,11	1437178,934	239529,82	20,00%
Gatos de Ventas	1410255,62	2256408,991	846153,37	60,00%
Utilidad operativa	400985,99	2176340,46	1775354,47	442,75%
Otros ingresos	176461,74	264692,6164	88230,87	50,00%
Otros Egresos	241290,32	289548,3857	241290,32	20,00%
Utilidad antes de impuestos	336157,41	2151484,69	1815327,28	540,02%

2.3.1.3. Análisis de las ventas de AUTOGAMA C. A.

AUTOGAMA C. A. es una compañía que durante estos últimos años ha crecido considerablemente, en relación a las ventas y servicios de mantenimiento de vehículos Chevrolet, se comercializan diferentes líneas de productos, como vehículos nuevos, usados, repuestos, accesorios y ofrece servicio de talleres para sus vehículos.

La línea de negocios de la automotriz AUTOGAMA C.A. se compone de la venta de vehículos, siendo esta la más representativa con un nivel de participación del 88.59% aproximadamente, seguida por la venta de repuesto y talleres que un conjunto representan un 11.41%

TABLA II.XII
Participación de Ventas año 2008

Ventas	2007	Participación	2008	Participación
VEHÍCULOS	18121123.99	88.59%	25575389.14	89.30%
REPUESTOS	1045977.86	5.11%	1359771.22	4.75%
TALLER	397570.67	1.94%	516841.87	1.80%
LATONERÍA	322787.88	1.58%	419624.24	1.47%
CHEVYEXPRESS	287870.12	1.41%	374231.16	1.31%
ACCESORIOS A/C	1011.54	0.0049%	1315.00	0.0046%
REPUESTOS CAMIONES	116946.01	0.57%	152029.81	0.53%
TALLER CAMIONES	162775.09	0.80%	211607.61	0.74%
total de ventas	20456063.15	100%	28638488.40	100.00%

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

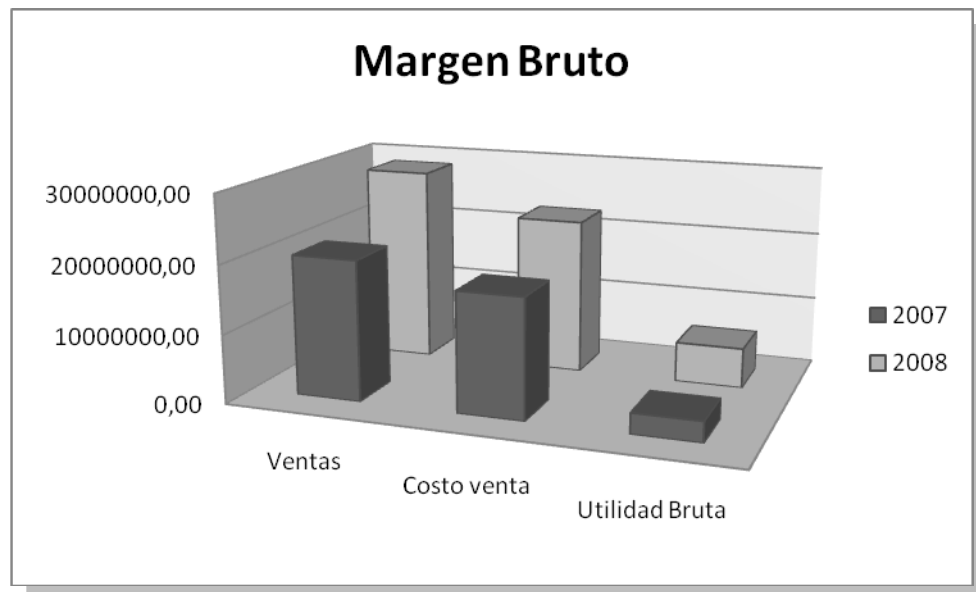
2.3.1.4. Margen Bruto

La compañía evidencia un margen bruto para el año 2007 de 14.71% que representa la ganancia pura en el giro del negocio. Para el año 2008 tenemos un margen bruto de 20,50%, se puede evidencia un crecimiento en la ganancia en giro del negocio, y también se lo puede contrastar en análisis horizontal que realizamos anteriormente.

TABLA II.XIII
Margen Bruto año 2007 - 2008

	2007	2008
Ventas	20456063,15	28638488,4
Costo venta	17447172,43	22768560,02
Utilidad Bruta	3008890,72	5869928,384
Margen Bruto	14,71%	20,50%

GRÁFICO II.XVI
Margen Bruto años 2007 - 2008



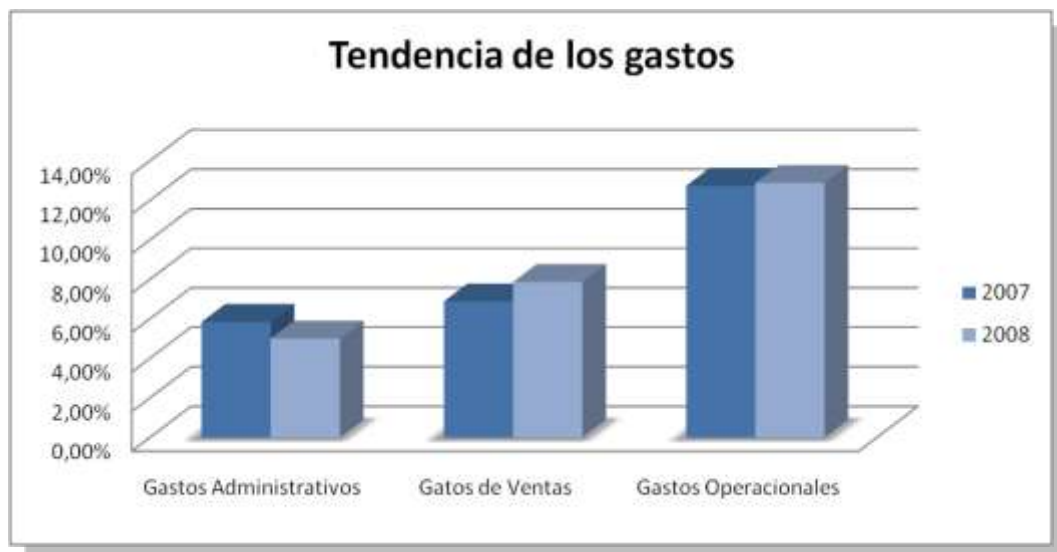
Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

2.3.1.5. Gastos Operacionales: Administración y Ventas

La compañía al 31 de diciembre del 2008 tiene un total de US\$ 3.6 millones de gastos operacionales, lo que representa un 12.9% de las ventas anuales. Este nivel de participación, con relación a las ventas, se ha mantenido constante desde hace 3 años. La compañía está comprometida en el control de sus gastos y está en constante análisis de estrategias para cumplir con este objetivo. En relación de las ventas en el 2007 el gasto de venta tiene un 6.89% y el gasto administrativo 5.85% que en comparación con el año 2008 las ventas aumentaron en un 40% y la variación entre los gastos de ventas, es que estos incrementaron en un 0.98%, caso contrario sucedió con los gastos administrativo disminuyeron en un 0.84% con respecto a las ventas de ese año.

GRÁFICO II.XVII

Tendencia de los Gastos años 2007 - 2008



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

2.3.1.6. Utilidad Neta

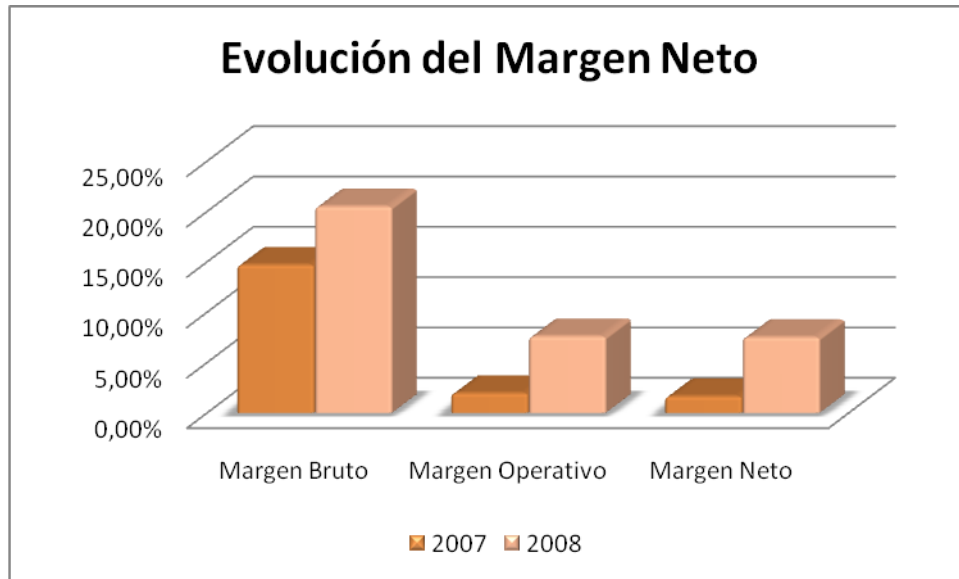
Al finalizar el 2008 la compañía muestra una utilidad neta después de impuesto de US\$ 2151484.69 lo que representa un incremento del 540.02%, respecto del año anterior. Este incremento se da por el cambio estratégico en las líneas de ventas de vehículos. Durante el año 2007 en el primer trimestre las ventas no fueron tan buenas y no estaban arrojando utilidad debido también al incremento a los costos operacionales varios meses se vieron pérdidas, pero las ventas a mediados del año fueron superadas por las estrategias tomadas por la empresa y en abrir líneas más económicas, y se comenzó a ver utilidad y compensar las pérdidas anteriores.

TABLA II.XIV
Utilidad Neta año 2007 - 2008

	2007	2008
Margen Bruto	14,71%	20,50%
Margen Operativo	1,96%	7,60%
Margen Neto	1,64%	7,51%

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

GRÁFICO II.XVIII
Evolución margen neto



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

2.3.1.7. Balance General

La compañía al 31 de diciembre del 2008 totaliza activos por \$12881829.14, pasivos por \$8717174.68 y patrimonio por \$4164654.46.

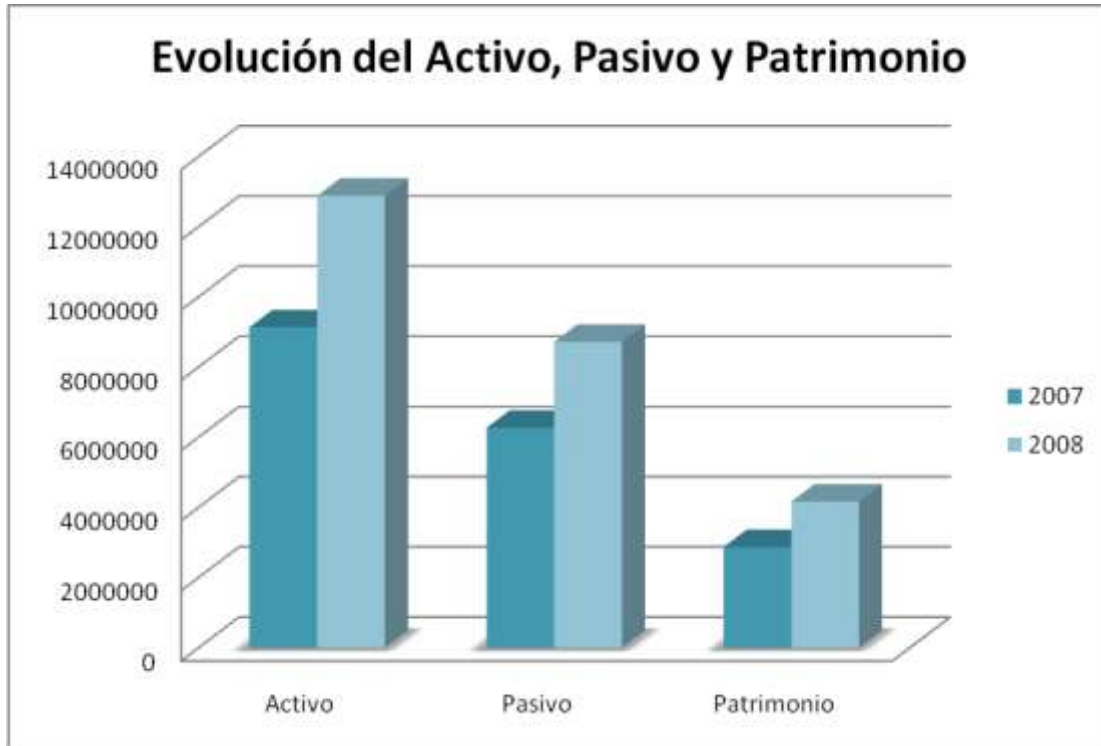
Mediante el incremento del patrimonio en el año 2008 se destaca la sólida composición del balance.

TABLA II.XV
Balance General años 2007 - 2008

	2007	2008	Incremento
Activo	9133020,25	12881829,14	41,05%
Pasivo	6266372,22	8717174,68	39,11%
Patrimonio	2866648,03	4164654,46	45,28%

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

GRÁFICO II.XIX
Evolución del Activo, Pasivo y Patrimonio



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

2.3.1.8. Composición del Activo

Como se mencionó anteriormente, al 31 de diciembre del 2008 se refleja un activo total de \$12, 881,829.14, compuesto principalmente en un 37.22% de cartera propia, 28.15% de inventarios y un 8.71% de caja y bancos. Manteniendo una estructura acorde a una compañía de tipo comercial.

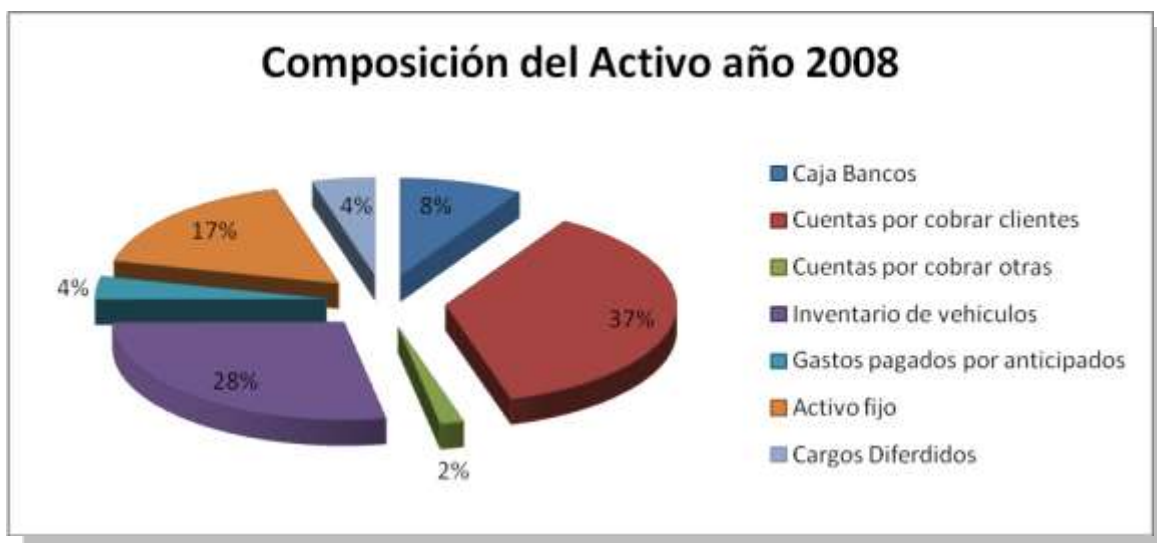
TABLA II.XVI
Composición del activo 2007 - 2008

Composición / evaluación del activo	2007	2008	Parti.2007	Parti.2008
Caja Bancos	1.039.516,01	1.122.490,74	11,38%	8,71%
Cuentas por cobrar clientes	3.435.273,18	4.795.020,92	37,61%	37,22%
Cuentas por cobrar otras	179950,16	215463,05	1,97%	1,67%
Inventario de vehículos	1770797,33	3626568,36	19,39%	28,15%
Gastos pagados por anticipados	286497,1	491264,91	4,90%	3,81%
Activo fijo	2.051.133,15	2.202.774,19	22,46%	17,10%
Cargos Diferidos	553049,04	570942,76	6,06%	4,43%

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

El activo fijo de la compañía representa un rubro importante, alcanzando el 17.10% del total de activos.

GRÁFICO II.XX
Composición del Activo año 2008



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

La compañía aumento en el nivel de generación de cartera neta propia, de US\$3.000.000 millones en el 2007 a US\$ 4.000.000 millones en el 2008, representando una aumento horizontal del 39.58% y a su vez una disminución vertical del 37.61% al 37.22%.

2.3.1.9. Evolución de la Cartera

TABLA II.XVII
Evolución de la Cartera año 2007 - 2008

Evolución de la Cartera	2007	2008	Variación
Cientes	3435273,18	4795020,92	1359747,74
Cias Relacionadas	10990,51	8918,78	-2071,73
otras cuentas por cobrar	179950,16	215463,05	35512,89

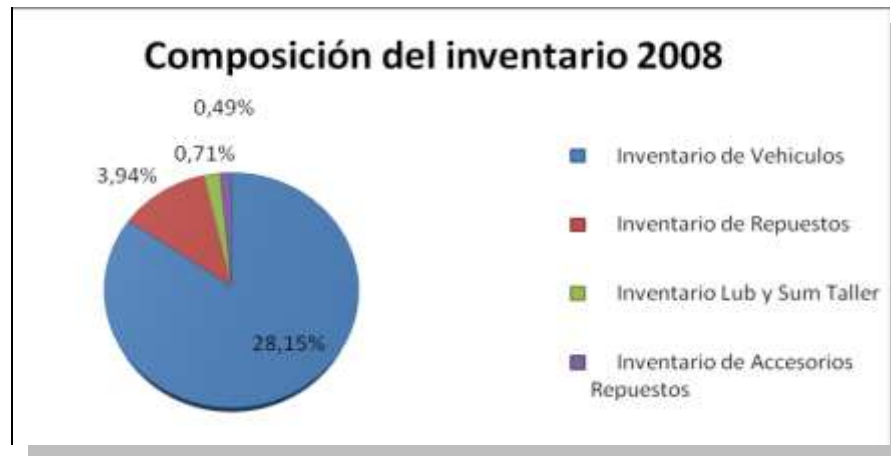
Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Para el año 2008 el crédito con los clientes aumento en un 39% con respecto al año anterior, la empresa ha vendido más carros económicos en este año otorgando más crédito, en cambio con las cuentas por cobrar relacionadas ha disminuido. AUTOGAMA C.A. cuenta con políticas de financiamiento, es decir se da de contado la cuota inicial, y la diferencia la cubren con el banco. En la línea de talleres y repuestos se trabaja con crédito hasta 90 días plazo.

2.3.1.10. Inventario

GRÁFICO II.XXI

Composición del inventario año 2008



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

En un gran porcentaje en el 2008 se presenta el inventario de vehículos con respecto a los demás inventario alcanzando un 28.15% con respecto al total de los activos, los repuestos tienen un 3.94%, esto se da porque una de sus líneas de comercio es la venta de vehículos livianos y usados, y de ahí le siguen los repuestos.

2.3.1.11. Composición de Pasivo y Patrimonio

TABLA II.XVIII

Composición pasivo y patrimonio 2007 - 2008

	2008	Part. 2008
PASIVO CORRIENTE	8591594,86	66,70%
PASIVO LARGO PLAZO	125579,82	0,97%
PATRIMONIO	4259248,659	33,06%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	12881829,14	

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

A diciembre del 2008 la compañía presenta pasivos a corto plazo por un 66.70% de total de pasivo y patrimonio.

GRÁFICO II.XXII
Composición pasivo y patrimonio año 2008



Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Esta concentración de financiamiento de corto plazo responde al giro del negocio comercial en el que el financiamiento a través de proveedores es la base del negocio.

TABLA II.XIX
Composición pasivo y patrimonio 2007 – 2008

Composición del pasivo	2007	2008
Obligaciones Bancarias	2,42%	5,54%
Cuentas por pagar	91,33%	89,63%
Otros pasivos por pagar	5,55%	3,38%
Pasivo a largo plazo	0,69%	1,44%

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

AUTOGAMA C.A.
ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO DE LOS ACCIONISTAS
POR EL PERIODO DEL 01 DE ENERO DEL 2008 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008
EXPRESADO EN DOLARES

FECHA	CUENTAS CONCEPTOS	CAPITAL SOCIAL 3110101001	Aumento de Capital en Trámite 3110101003	Reserva Legal 3120201001	Reserva Facultativa 3.12E+09	RESERVA DE CAPITAL 3120201003	RESERVA P'VALUACION	UTILIDADES ACUMULADS 3130101001	UTILIDAD DEL EJERCICIO 3130201001	TOTAL PATRIMONIO 31
1/Jan/2008	Saldos al 31 de Diciembre del 2007	2,635,000.00	-	88,282.00	-	-	-	0.73	143,365.30	2,866,648.03
2/Jan/2008	Traspaso a Utilidades acumuladas							143,365.30	-143,365.30	2,866,648.03
31/Jan/2008	Utilidad del ejercicio								202,409.20	3,069,057.23
29/Feb/2008	Utilidad del ejercicio								129,562.65	3,198,619.88
31/Mar/2008	Utilidad del ejercicio								107,204.16	3,305,824.04
10/Apr/2008	Apro. Reserva legal 10% Utilidad neta 2007			14,336.53				-14,336.53	0.00	3,305,824.04
30/Apr/2008	Utilidad del ejercicio								144,868.37	3,450,692.41
31/May/2008	Utilidad del ejercicio								98,614.30	3,549,306.71
1/Jun/2008	Reinversión utilidad neta 2006		129,028.76					-129,028.76	0.00	3,549,306.71
1/Jun/2008	Capitalización de la Reserva Legal, año 2007		14,336.53	-14,336.53					0.00	3,549,306.71
1/Jun/2008	Aporte en numerario para aumento de capital		21,634.71						0.00	3,570,941.42
30/Jun/2008	Utilidad del ejercicio								132,166.70	3,703,108.12
11/Jul/2008	Insc. En Registro Mercantil del aumento. de Cap.	165,000.00	-165,000.00						0.00	3,703,108.12
31/Jul/2008	Utilidad del ejercicio								351,932.66	4,055,040.78
31/Aug/2008	Utilidad del ejercicio								81,921.06	4,136,961.84
30/Sep/2008	Utilidad del ejercicio								339,876.73	4,476,838.57
31/Oct/2008	Utilidad del ejercicio								202,900.53	4,679,739.10
30/Nov/2008	Utilidad del ejercicio								156,258.77	4,164,654.46
31/Dec/2008	Utilidad del ejercicio								203,769.56	4,164,654.46
31/Dec/2008	Participación de Trabajadores 15%								-322,722.70	3,841,931.76
31/Dec/2008	Impuesto a la Renta Causado								-411,471.45	4,164,654.46
	Reserva legal			182,876.20					0.00	4,164,654.46
31/Dec/2008	TOTAL PATRIMONIO	2,800,000.00	0.00	271,158.20	0.00	0.00	0.00	0.74	1,234,414.34	4,164,654.46

El 05 de Mayo de 2008, mediante Acta de Sesión de Junta General Extraordinaria y Universal de Accionistas de la AUTOGAMA C. A., resuelve autorizar al Gerente General para que otorgue la correspondiente Escritura pública de aumento de Capital, Reforma del Estatuto Social y declare bajo juramento que se ha suscrito y pagado en la parte correspondiente.

El 19 de Junio de 2008, se otorga la Escritura Pública de Aumento de Capital y Reforma de Estatutos, ante el Notario Quinto del Cantón, Ab. Cesario Condo Chiriboga.

El 11 de Julio de 2008, El Registro Mercantil del Cantón Guayaquil, inscribe el aumento de Capital, bajo el número 14.542

COMPOSICION ACCIONARIA						
ACCIONISTAS	CAPITAL ANTES DEL AUMENTO			SUSCRIPCION/AUMENTO		
	# Acciones	%	Valor	# Acciones	%	Valor
MOTORCOSTA C. A.	2,108,000	80%	2,108,000.00	132,000	80%	132,000.00
INMOBILIARIA INDUSTRIAL RIO GUAYAS C. A.	527,000	20%	527,000.00	33,000	20%	33,000.00
TOTAL	2,635,000	100%	2,635,000.00	165,000	100%	165,000.00

ACCIONISTAS	TOTAL PARTICIPACION ACCIONARIA		
	# Acciones	%	Valor
MOTORCOSTA C. A.	2,240,000	80%	2,240,000.00
INMOBILIARIA INDUSTRIAL RIO GUAYAS C. A.	560,000	20%	560,000.00
TOTAL	2,800,000	100%	2,800,000.00

Nota: Capital autorizado por \$ 4.000.000,00

2.3.2. Razones Financieras

2.3.2.1. Razones de liquidez

Las razones de liquidez se utilizan para juzgar la capacidad que tiene una empresa para satisfacer sus obligaciones de corto plazo, a partir de ellas se pueden obtener muchos elementos de juicio sobre la solvencia de efectivo actual de la empresa y su capacidad para permanecer solvente en caso de situaciones adversas. En esencia, deseamos comparar las obligaciones de corto plazo los recursos de corto plazo disponibles para satisfacer dichas obligaciones.

2.3.2.2. Razón circulante

Una de las razones más generales y de uso más frecuente utilizadas es la razón circulante. Mide la capacidad de la empresa para pagar sus deudas:

$$\text{Razón Circulante} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

	2007	2008
Activos Circulantes	7,325,113.72	10,906,945.02
Pasivos Circulantes	6,222,938.15	8,591,594.86
Razón Circulante	1.18	1.27

- **Interpretación**

Quiere decir que por cada dólar de deuda a corto plazo, la empresa posee para el año 2007 de \$1.18 y para el año 2008 \$ 1.27 para pagar sus deudas

2.3.2.3. Razón de la prueba del ácido

Una guía algo más precisa para la liquidez es la razón rápida o de la prueba del ácido. Esta razón es la misma que la razón circulante, excepto que excluye los inventarios tal vez la parte menos líquida de los activos circulantes del numerador. Esta razón se concentra en el efectivo, los valores negociables y las cuentas por cobrar en relación con las obligaciones circulantes, por lo que proporciona una medida más correcta de la liquidez que la razón circulante.

$$\text{Prueba del ácido} = \frac{(\text{Activo circulante} - \text{inventario})}{\text{Pasivo Circulante}}$$

	2007	2008
Activos Circulantes	7,325,113.72	10,906,945.02
Inventario	2,461,454.47	4,407,804.29
Pasivos Circulantes	6,222,938.15	8,591,594.86
Razón Circulante	0.78	0.76

- **Interpretación**

La empresa posee para el año 2007 \$0.78 y para el año 2008 \$0.75 en activos disponibles y exigibles para cancelar todas sus deudas a corto plazo

2.3.2.4. El capital de trabajo

Muestra la capacidad de la empresa para responder a sus obligaciones de corto plazo con sus activos circulantes. Mide el número de veces que los activos circulantes del negocio cubren sus pasivos a corto plazo.

Capital de trabajo = Activo Corriente – Pasivo Corriente

	2007	2008
Activos Circulantes	7,325,113.72	10,906,945.02
Pasivos Circulantes	6,222,938.15	8,591,594.86
Capital de trabajo	1,102,175.57	2,315,350.16

- **Interpretación**

La empresa posee para el año 2007 \$1, 102,175.57 y para el año 2008 \$2, 315,350.16 para efectuar gastos corrientes e inversiones inmediatas.

2.3.2.5. Liquidez de las cuentas por cobrar

Cuando se sospecha sobre la presencia de desequilibrios o problemas en varios componentes de los activos circulantes, el analista financiero debe examinar estos componentes por separado para determinar la liquidez. Por ejemplo, las cuentas por cobrar pueden estar lejos de ser circulantes.

Considerar a todas las cuentas por cobrar como liquidas, cuando en realidad hay bastantes que pueden estar vencidas, exagera la liquidez de la empresa que se estudia. Las cuentas por cobrar son activos líquidos solo en la medida en que puedan cobrarse en un tiempo razonable. Para nuestro análisis de las cuentas por cobrar, tenemos dos razones básicas, la primera de las cuales es:

- Periodo promedio de cobranza: $(\text{Cuentas por cobrar} * 365) / \text{Ventas anuales a Crédito}$

	2007	2008
Ventas	20456063.15	28638488.40
Ventas a crédito	16364850.52	22910790.72
Clientes	3,435,273.18	4,795,020.92
Periodo promedio de cobranza	76.62	76.39

- **Interpretación**

El periodo promedio de cobranza nos indica el número promedio de días que las cuentas por cobrar están en circulación, es decir, el tiempo promedio que tardan en convertirse en efectivo. La compañía muestra un periodo promedio de cobranza en el año 2007 de 77 días y en el año 2008 de 76 días.

2.3.2.6. Razón de rotación de las cuentas por cobrar:

Cuando las cifras de ventas para un periodo no están disponibles, debemos recurrir a las cifras totales de ventas. La cifra de las cuentas por cobrar utilizada en el cálculo generalmente representa las cuentas por cobrar a fin de año. Cuando las ventas son estacionales o han crecido de manera considerable durante el año, puede no ser apropiado utilizar el saldo de las cuentas por cobrar a fin de año. Ante circunstancias estacionales, puede ser más apropiado utilizar el promedio de los saldos de cierre mensuales.

$$\text{Rotación de cuentas por cobrar} = \frac{(\text{Ventas anuales a Crédito})}{\text{Cuentas por cobrar}}$$

	2007	2008
Ventas	20456063.15	28638488.40
Ventas a crédito	16364850.52	22910790.72
Clientes	3,435,273.18	4,795,020.92
Rotación de ctas por cobrar	4.76	4.78

La razón de rotación de las cuentas por cobrar indica la lentitud de estas cuentas. Cualquiera de las dos razones debe ser analizada en relación con los términos de facturación dados en las ventas.

2.3.2.7. Endeudamiento

Representa el porcentaje de fondos de participación de los acreedores, ya sea en el corto o largo plazo, en los activos. En este caso, el objetivo es medir el nivel global de endeudamiento o proporción de fondos aportados por los acreedores.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Activos totales}}$$

	2007	2008
Pasivos totales	6,266,372.22	8,717,174.68
Activos totales	9,133,020.25	12,881,829.14
Endeudamiento	68.61%	67.67%

- **Interpretación**

Es decir que en nuestra empresa analizando los años 2007 y 2008 nos encontramos con un 68% y 67% de que los activos totales son financiados por los acreedores y de liquidarse estos activos totales al precio de libros quedaría un saldo de 32% y 33% respectivamente de su valor, después del pago de sus obligaciones presentes.

2.3.2.8. Rentabilidad

2.3.2.8.1. Margen de utilidad Bruta

Esta razón nos indica la ganancia de la compañía en relación con las ventas, después de deducir los costos de producir los bienes que se han vendido. También nos indica la eficiencia de las operaciones, así como la forma que se asignan precios a los productos

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$$

	2007	2008
Utilidad Bruta	3008890.72	5869928.384
Ventas	20456063.15	28638488.40
Margen de utilidad Bruta	15%	20%

2.3.2.8.2. Índice de Margen de Utilidad Neta

Este índice nos muestra la eficiencia relativa de la empresa después de tomar en cuenta todos los gastos e impuestos sobre ingresos, pero no los cargos extraordinarios

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

	2007	2008
Utilidad neta	143365.30	1234414.34
Ventas	20456063.15	28638488.40
Margen de utilidad neta	0.70%	4.31%

2.3.2.9 Análisis de los indicadores financieros vs la competencia

A continuación se presentan los resultados del análisis que se realizó respecto de la situación y evolución económico-financiera a AUTOGAMA C.A., para lo cual se utilizaron los Balances Consolidados y Estados de Resultados por los años 2007 y 2008.

A fin de tener un grupo comparativo, se calculó el promedio simple de algunos índices de las Compañías Automotrices ubicadas en el Ecuador, entre las que se encuentran AUTOGAMA C.A.

Un resumen de los balances y de los principales indicadores económicos se presenta a continuación:

2.3.2.9.1 Principales Rubros Financieros

Con información de los balances consolidados se determinaron los principales rubros de balance y los índices financieros de la Compañía, los mismos que se resumen en el siguiente cuadro:

TABLA II.XX
Resumen de los principales rubros financieros

CONCEPTO	2007	2008
TOTAL ACTIVOS	9,133,020.25	12881829.14
ACTIVO CORRIENTE	7.325.113,72	10.906.945,02
TOTAL PASIVOS	6.266.372,22	8.717.174,68
PASIVO CORRIENTE	6.222.938,15	8.591.594,86
PATRIMONIO NETO	2.866.648,03	4.164.654,46
VENTAS	20456063,15	28638488,4
UTILIDAD NETA	336157,41	2151484,69

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

TABLA II.XXI
Principales índices financieros

Razones financieras	Año 2008	
	AUTOGAMA	Competencia
Prueba del ácido	0.76	0.8
Capital de trabajo (\$)	2,315,350.16	2,500,000
Razón circulante	1.27	1.2
Endeudamiento	0.68	0.73
Rotación de cuentas por cobrar (días)	77	41
Margen de utilidad bruta	15%	11.57%
Margen de utilidad Neta	1.31%	1.25%

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

En el período analizado se observa una marcada tendencia de crecimiento del activo. Si se analizan los últimos dos años, el activo total crece en 41% entre el 2007 y diciembre del 2008, principalmente por el incremento del activo corriente y, dentro de éste, de los inventarios de vehículos. También existe un importante aumento de las cuentas por cobrar clientes, la empresa a tomado estrategias para poder vender a crédito sus vehículos.

AUTOGAMA C.A. maneja políticas de ventas e inventarios que incluyen una perspectiva de las ventas a futuro, y su nivel de participación en el mercado en cuanto a las ventas. Podemos decir que esto se ve reflejado en el incremento de inventario en un 28.15%

Los índices de liquidez de la empresa muestran que tiene una capacidad muy buena para poder satisfacer sus obligaciones a corto plazo, con respecto al índice promedio del mercado.

El capital de trabajo siempre ha sido positivo ubicándose en más de \$2 millones, donde se muestra una capacidad estable para cubrir sus pasivos a corto plazo, y además se ubica entre los márgenes normales a los índices del mercado

El periodo promedio con que la empresa recupera los créditos otorgados demora más tiempo con relación a lo que el mercado muestra en sus índices, la empresa ha estado modificado sus políticas de cobranza, esperando mejorar para los siguientes años la captación de ellas.

Por otro lado, la empresa ha logrado que su Patrimonio tenga un crecimiento continuo. Los factores determinantes fueron la evolución positiva de las utilidades, las mismas que para Diciembre del 2008 llegaron a 1.2 millones de

dólares. Las obligaciones por pagar a corto plazo han aumentado para el año 2008 en un 37% aunque el índice de endeudamiento se mantiene en un nivel adecuado con relación a los índices del mercado.

Las ventas muestran un incremento para el 2008 casi de un 40% con respecto al año anterior, las estrategias propuestas por la dirección han estado funcionando de una manera adecuada esperando esos resultados que se tenían en años anteriores. El índice de utilidad neta muestra una superación con respecto a los índices del mercado.

La empresa va mostrando una mejoría en el sector automotriz captando cada vez más clientes, a través de sus estrategias de ventas y de marketing, logrando los resultados actuales.

2.3.2.10 Posición de la empresa en el mercado

AUTOGAMA C.A. Automotriz a nivel nacional se posiciona como el décimo segundo concesionario de la marca Chevrolet en el país, su nivel de ventas ha ido en crecimiento para el año 2008. Dentro de la provincia del Guayas, sede de AUTOGAMA C.A., la marca Chevrolet mantiene una participación de mercado del 42.8% de las ventas de la marca en el 2008, frente a un 41.5% obtenido en el 2007.

Por su parte AUTOGAMA C.A., alcanzó ventas de \$28.638.488,40 contra \$50,000.000 que alcanzó su principal competencia

TABLA II.XXII
Ranking de competidores de la marca Chevrolet

ECUADOR		Ranking dealers			
Dealers	2008		2007		
	Ranking	Sales	Ranking	Sales	
AUTOLASA	1	2355	4	2570	
ANGLO	2	2345	3	2638	
AUTOCONSA UIO	3	2310	2	3111	
ASSA	4	2085	1	3156	
PROAUTO	5	1855	6	2337	
INDUAUTO	6	1835	7	2291	
MIRASOL	7	1740	5	2414	
AUTOCONSA GYQ	8	1580	11	1546	
IMBAUTO	9	1570	8	2192	
METROCAR QUITO	10	1560	9	1848	
LAVCA	11	1425	10	1668	
AUTOGAMA GYQ	12	1344	14	1259	
AUTOLANDIA	13	1030	12	1513	
ECUA-AUTO	14	910	17	1222	
VALLEJO UIO	15	855	15	1234	
AUTOGAMA MACHALA	16	850	20	775	
VALLEJO GYQ	17	845	16	1227	
METROCAR MANABI	18	670	19	799	
METROCAR CUENCA	19	650	18	924	
METROCAR BABAHOYO	20	205	21	165	
MARKET SHARE	42.80%	28019	41.5%	34889	

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

2.3.3. Riesgo de Auditoría

Indica la posibilidad de que los auditores sin darse cuenta no modifiquen debidamente su opinión sobre los estados financieros que contienen errores materiales.

En otras palabras, es el riesgo de que los auditores emitan una opinión sin salvedades que contenga una desviación material a los principios de contabilidad generalmente aceptados.

Para aminorar el riesgo de auditoría debemos obtener información suficiente y competente mediante la observación, la inspección, las preguntas y confirmaciones para contar con un fundamento razonable que permita emitir una opinión respecto a los estados financieros que se auditan

La información que hemos obtenido para determinar el riesgo de auditoría de nuestro cliente AUTOGAMA C.A. es la siguiente:

- Entrevista con el cliente.
- Cuestionarios de Control interno.
- Auditorías Anteriores.
- Estados Financieros como el Balance general y el de Pérdidas y ganancias al 31 de Diciembre del 2007 y 2008.
- Estados Financieros consolidados con la Sucursal.
- Informe del Balance General a los accionistas.
- Estado de cuenta del Patrimonio.
- Un informe sobre las ventas del 2007 y 2008.
- Un informe de las ventas diarias de Diciembre 2008.
- Un informe sobre proveedores y clientes.
- Un Análisis del mercado automotor.
- Análisis financieros.

2.4. Materialidad

La materialidad es la estimación preliminar del mínimo grado de error que probablemente influya en el juicio de una persona razonable que se basa en los estados financieros.

Los auditores modifican su opinión siempre que los clientes contengan deficiencias materiales. Pero también pueden emitir un informe sin salvedades si las deficiencias son inmateriales.

Las normas de auditoría exigen a los auditores tener en cuenta la materialidad cuando planeen su trabajo, pero no están obligadas a cuantificarla. Los auditores aplican varios métodos al seleccionar una medida de materialidad con fines de planeación. Algunos se basan en el sentido común para estimar qué cantidad distorsionada existe significativamente en los estados financieros.

Existen algunas reglas prácticas para estimarla materialidad global esta puede ser en función de los ingresos, de la utilidad, de los activos totales de la empresa dependiendo cual sea la naturaleza de las actividades principales de las empresas.

Las reglas prácticas que se emplean comúnmente son las siguientes:

- De 5 a 10% del ingreso neto antes de impuestos
- De ½ a 1% del activo total
- De ½ a 1% del total de ingresos.
- 1% del capital contable

Para nuestro caso AUTOGAMA C.A. se dedica a la venta de vehículos nuevos y usados, servicio de talleres, y venta de repuestos, por lo cual la naturaleza de la actividad se ve relacionada a los ingresos. Se decide tomar para la estimación de la materialidad el 6% del ingreso neto antes de impuestos y para el recorte tomar 30% debido que la empresa cuenta con controles moderados.

A continuación se muestran los valores calculados para la estimación de la materialidad global y de planificación, seguido del Balance General y del estado de pérdida y ganancia de Diciembre del 2008, los valores que se encuentren con el color azul serán los que superen la materialidad de planificación:

TABLA II.XX
ESTIMACION DE LA MATERIALIDAD DE PLANIFICACIÓN

Estimación de la materialidad de planificación	
Utilidad antes de participación e impuestos 2008	2151484,69
Materialidad Global del 6%	129089,08
Recorte del 30%	38726,72
Materialidad de planificación	90362,36

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Cualquier rubro que sobrepase el valor de \$90362.36 será considerado como valor material y se tendrá que analizar

AUTOGAMA C.A.
Balance General Consolidado al 31 de Diciembre del 2008

ACTIVO	
CORRIENTE	
Caja	600.00
Bancos	1,121,890.74
CUENTAS POR COBRAR	
Clientes	4,795,020.92
Provisión Incobrables	-134,017.67
Cias Relacionadas	8,918.78
Otras Cuentas por Cobrar	215,463.05
INVENTARIOS	
Inventario de Vehículos	3,626,568.36
Inventario de Repuestos	507,552.59
Inventario Accesorios Vehículos	256.50
Inventario Lub. y Sum Taller	91,755.74
Inventario de Accesorios Repuestos	63,668.69
Inventario Suministros Latonería	3,429.62
Transferencia de Bodega	1,775.78
Trabajos en Proceso	124,137.49
Provisión Baja de Inventarios	-11,340.48
ANTICIPOS	
Pagos Anticipados	85,696.80
Impuestos	405,568.11
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	10,906,945.02
FIJO	
Terrenos	866,079.61
Edificios	679,099.80
Maquinaria, equipos y Herramientas	263,477.28
Vehículos	74,113.82
Mobiliario y Equipo de Oficina	194,382.61
Equipos de Computación	125,621.07
Depreciación Acumulada	-614,749.69
OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	
Depósitos en Garantía	26,513.59
LARGO PLAZO	
Inversiones	135,706.71
DIFERIDO	
Cargos Diferidos	570,942.76
Amor. Acum. Cargos Diferidos	-346,303.44
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1,974,884.12
TOTAL ACTIVOS	12,881,829.14

**Balance general Consolidado
31 de Diciembre del 2008**

PASIVOS Y PATRIMONIOS	
PASIVOS	
CORRIENTE	
Bancos	212,034.95
Otros Doc. x Pagar C/P	271,174.26
CUENTAS POR PAGAR	
Proveedores	7,271,967.10
Anticipos de Clientes	533,230.83
Otras Ctas por Pagar	8,215.42
Cias Relacionadas	0.00
OTROS PASIVOS CORRIENTES	
Impuestos por Pagar	69,142.81
Obligaciones con Empleados	3,459.08
Obligaciones con el IESS	73,304.66
Beneficios Sociales por Pagar	114,286.48
Provisiones Gastos Corrientes	34,779.27
TOTAL PASIVO CORRIENTE	8,591,594.86
PASIVO LARGO PLAZO	
Otras Instituciones	66,666.72
Provisiones Patronales	58,913.10
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	125,579.82
TOTAL PASIVOS	8,717,174.68
PATRIMONIO	
CAPITAL SOCIAL	
Capital Social	2,800,000.00
Aumento de Capital en Tramite	
Reserva Legal	182,876.20
Resultados Anteriores	0.74
Resultados del Ejercicio	1,234,414.34
TOTAL PATRIMONIO	4,164,654.46
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	12,881,829.14

**Estado de Pérdidas y Ganancias
31 de Diciembre del 2008**

Ventas	28638488.40
Costo venta	22768560.02
Utilidad Bruta	5869928.384
Gastos Administrativos	1437178.934
Gatos de Ventas	2256408.991
Utilidad operativa	2176340.46
Otros ingresos	264692.6164
Otros Egresos	289548.3857
Utilidad antes de impuestos	2151484.69

2.5. Control Interno

De acuerdo a lo estudiado en el capítulo 1 (Marco teórico) donde describe el concepto de control interno vemos que es un proceso, es un medio para alcanzar un fin, en sí mismo. Lo realizan individuos, no sólo los manuales de políticas, los documentos y los formularios.

El control interno varía mucho entre las organizaciones, según su tamaño, naturaleza de operaciones y objetivos. No obstante vale recalcar que hay ciertas características que son importantes para un buen control interno en empresas grandes. Incluye cinco componentes y estos son:

- Ambiente de control
- Proceso de valuación de Riesgo
- Sistemas de información aplicable a los informes financieros y a la comunicación
- Actividades de Control
- Monitoreo

AUTOGAMA C.A. es una compañía que lleva 9 años en el país y ya se ha posesionado como una empresa mediana dentro de su mercado. La empresa cuenta con:

- Visión y Misión.
- Objetivo y estrategias.
- Estructura organizacional.
- Manuales de funciones.
- Manuales de procedimientos (Flujogramas).
- Políticas de Comisiones y de control interno

2.5.1. Ambiente de control

Estructura Organizacional	si	no	Comentario
¿La empresa cuenta con un organigrama actual y manuales de descripción de cada puesto?	✓		El organigrama es actualizado cuando es necesario y detalla la cantidad de empleados requeridos
¿Están bien definidas las líneas de autoridad y de responsabilidad?	✓		El orden jerárquico se define claramente
¿Se establecen en un nivel bastante alto las políticas referentes a la autorización de las transacciones?	✓		Las transacciones importantes son autorizadas por la dirección.
¿Se cumplen debidamente dichas políticas y procedimientos?	✓		No todos los empleados cumplen los procedimientos requeridos
Visión, Misión, Objetivos			
¿Cuenta la empresa con una visión que constituya una declaración fundamental de sus valores, aspiraciones y metas?	✓		Esta misión y visión es adaptada a la de General Motors
¿Es transmitida la visión a toda la empresa?	✓		Son difundidas por departamentos
¿Ha servido la visión como una plataforma para definir la misión?	✓		
¿Se ha logrado convertir dicha misión en objetivos y metas específicas?	✓		
¿Conocen los objetivos todas las áreas y niveles de la organización?	✓		

Métodos para asignar responsabilidad			
¿Se delegan bien la autoridad y la responsabilidad a cada uno de los empleados de la empresa?	✓		
¿El gerente de la empresa ha establecido políticas en referencia a las normas de conducta ética y conflicto en la empresa?	✓		
Integridad y valores éticos			
¿Ha tomado los directivos medidas idóneas para reducir los incentivos y la tentación que pudieran impulsar a los empleados a realizar actos deshonestos e ilegales?	✓		Se han establecido algunos controles pero se desconoce su efectividad
¿Muestran los directivos suficiente compromiso con la competencia al realizar las actividades esenciales dentro de la empresa?	✓		
Recursos humanos, políticas y procedimientos			
¿Utiliza la empresa bien los métodos idóneos de contratación?	✓		
¿Existen reglamentos internos?	✓		Establecidos en el Manual de contratación de trabajadores
¿Se capacita a los empleados para que cumplan con sus obligaciones en el trabajo?	✓		Se realizan capacitaciones de manera bimensual
¿Se evalúa el desempeño del personal regularmente?	✓		Esto por medio de los supervisores
¿Existe la debida segregación de funciones en el departamento de crédito y cobranzas?			Establecido en el organigrama general de la empresa
¿Se revisan las listas de precios y las políticas de crédito para nuevos clientes?	✓		Se está publicando la lista oficial de precios para evitar estafas

2.5.2. Evaluación del Riesgo

ANÁLISIS DE RIESGOS	Si	No	Comentario
¿Se verifica un seguimiento periódico del plan estratégico?	✓		
¿Se inspecciona cuál es el posicionamiento de la compañía respecto a la competencia?	✓		Esto forma parte de las estrategias de venta
¿Se efectúan reuniones habituales de la alta dirección para tratar asuntos estratégicos del negocio?	✓		Se realizan cuando la gerencia lo considere pertinente por lo regular de forma mensual
¿Se examina la rentabilidad de las diversas unidades de negocio?	✓		
¿Se analiza el riesgo de crédito?	✓		
¿Se analiza el riesgo de obsolescencia del inventario?	✓		

CICLO DE COMPRAS			
¿Está centralizada la función de compras?	✓		
¿Existe control presupuestario de las compras?	✓		
¿Están autorizadas las compras e inversiones previamente a su solicitud?	✓		
¿Existe una lista de proveedores autorizados?	✓		
¿Se verifican las existencias compradas en cuanto a número y calidad?	✓		Esto es un aspecto importante para la calidad de los vehículo
¿Se revisan los documentos del vehículo antes de ingresarlo a la empresa?	✓		

¿Se cotejan los precios con la plantilla oficial que da GM?	✓		
¿Se autorizan las facturas y la fecha de pago antes de pasarlas a tesorería?	✓		No existe el control suficiente sobre el control de facturas
¿Se autoriza, suficientemente, la emisión de notas de cargo a los proveedores en caso de discrepancias?	✓		
¿Se verifica la entrada de existencias previamente a la autorización de una devolución?	✓		
Al cierre, se registran las compras con facturas pendientes de recepción.	✓		
Al cierre, se analizan los gastos susceptibles de periodificación contable por el responsable de contabilidad.	✓		
¿Se realiza inventario físico de existencias al cierre?	✓		
C. CICLO DE INGRESOS Y COBRO			
¿Existe presupuesto de ventas?	✓		
¿Existe una tarifa oficial de precios y una política predefinida de descuentos y devoluciones?	✓		En ciertos casos pueden existir variaciones de precios
¿Se autorizan las ventas por el nivel suficiente en función del riesgo crediticio derivado?	✓		Se analiza al cliente antes de otorgársele un crédito
¿Se comprueban las existencias pedidas por los clientes previamente a su despacho?	✓		Solo podrían haber inconvenientes en los pedidos en línea
¿Se comprueban los datos del cliente y se actualizan adecuadamente?	✓		
¿Las funciones de venta, cobro y contabilidad se encuentran suficientemente segregadas?	✓		

¿Se mantiene un registro de cuentas a cobrar en función de la antigüedad de los saldos?	✓		
¿Se registran adecuadamente y se siguen los anticipos de clientes?	✓		Podrían existir inconvenientes si se realizan anticipos al contado. Pero hasta el momento no se ha detectado.
EFFECTIVO			
¿El movimiento de caja se deja para importes mínimos?	✓		Puede generarse movimiento en caso de ventas de repuestos de bajo costo.
¿Existe un procedimiento de caja fija para los movimientos de caja?	✓		
Los pagos se encuentran debidamente autorizados	✓		
¿Se exige doble firma para disponer de fondos?	✓		
¿Se autoriza suficientemente la apertura de nuevas cuentas corrientes?	✓		
¿Se efectúa un control suficiente de las firmas autorizadas?	✓		
¿Se revisa al cierre, las diferencias de conciliación con incidencia en contabilidad y se informa a la misma?	✓		

Ciclo de Ventas (controles)	Si	No	Comentario
¿Existe en la empresa una o varias personas responsable que pueden tener acceso a los registros contables	✓		
¿Se incluye en el registro de venta, los ingresos de ventas en efectivos y otros cobros realizados en al momento de la venta?	✓		
¿Un empleado sin acceso al efectivo verifica los totales diario de los registros de las cajas registradoras u otras maquinas?	✓		
Están los valores y otros activos negociables bajo custodio de alguien que no sea el cajero	✓		
¿Se deposita diariamente las cobranzas de las oficinas filiales en una cuenta bancaria de la cual solo puedan hacer retiro los ejecutivos de la oficina central?	✓		
¿Otro empleado que no sea el encargado de cuentas por cobrar deposita intactos los ingresos diarios?	✓		

2.5.3. Actividades de Control

ACTIVIDADES DE CONTROL	Si	No	Comentario
¿La empresa realiza evaluaciones periódicas del desempeño comparado con los presupuestos, pronósticos?	✓		
¿La empresa revisa los indicadores de rendimientos de la empresa?	✓		Es primordial revisar estos indicadores para establecer la rentabilidad de la empresa
¿Existe la debida segregación de funciones en el departamento de crédito y cobranzas?	✓		
¿La empresa realiza conciliaciones, aqueos de caja como medio de control del efectivo?	✓		
¿Se revisan las listas de precios y las políticas de crédito para nuevos clientes?	✓		
¿La empresa le da seguimiento a los diferentes documentos cheques, facturas, notas de ventas	✓		Se realiza una inspección semanal

2.5.4. Información y Comunicación.

INFORMACION Y COMUNICACIÓN	si	no	Comentario
¿La empresa cuenta con un sistema de información integral?	✓		
¿Se transmite información a otras áreas de la empresa?	✓		
¿La gerencia recibe reportes de los departamentos de ventas, créditos y cobranzas?	✓		
¿La gerencia recepta comunicados de cualquier imprevistos o anomalías que suceda en la empresa?	✓		
¿Se reciben informes a la gerencia de las labores hechas por los departamentos de créditos y cobranzas, ventas, etc.?	✓		
¿Se realizan reuniones frecuentes con la gerencia para cualquier cambio que se requiera hacerse en la empresa?	✓		

2.5.5. Monitoreo

MONITOREO	si	no	Comentario
¿Los accionistas de la empresa contratan periódicamente a auditores externos para que presente un estado financiero real?	✓		Cada 2 meses
¿Se realizan las evaluaciones del control interno por parte de los auditores internos de la empresa?	✓		Establecido por los auditores internos
¿La gerencia da seguimiento a las recomendaciones hechas por auditoría?	✓		
¿La gerencia se siente comprometida con las operaciones de la empresa en vigilar la eficacia del control interno?	✓		

2.5.6. Ciclo o rubro a Auditar.

De acuerdo a los cuestionarios de Control Interno realizados en la empresa, observamos que en su mayoría cumplen con lo establecido en los Manuales de procedimientos de la entidad y a su Reglamento Interno.

En este caso, los rubros seleccionados para su respectivo análisis serán los de:

- Ingresos
- Cuentas por cobrar
- Cobranza

2.5.7. Identificación de Controles

Una vez establecidos los rubros que serán objeto de análisis, hemos procedido a identificar los respectivos controles que se aplicarán sobre los mismos.

- Para el ciclo de Ingresos y Cobro:
 - ✓ Verificar la existencia y cumplimiento del presupuesto de ventas.
 - ✓ Obtener una lista oficial de precios autorizados.
 - ✓ Verificar el cumplimiento de las políticas de descuentos, devoluciones y comisiones.
 - ✓ Analizar el perfil del cliente antes de otorgar un visto bueno para la venta del vehículo.
 - ✓ Verificar la existencia y controlar el inventario que permanecen en stock.
 - ✓ Actualizar cada cierto periodo la base de datos de los clientes, para su control de datos y deudas con la empresa.

- ✓ Verificar el correcto registro de anticipos o cancelación de deudas de los clientes
 - ✓ Registrar continuamente arqueos de caja para evitar el jineteo del efectivo.
-
- Para el ciclo de Ventas
 - ✓ Delegar a una persona responsable el acceso a los registros contables.
 - ✓ Verificar el correcto registro de las ventas realizadas durante el día.
 - ✓ Delegar el acceso a las cajas registradoras a una sola persona responsable.
 - ✓ Segregar correctamente las funciones para el manejo de efectivo, valores y otros activos negociables.
 - ✓ Realizar los depósitos de las cobranzas del día en periodos establecidos y delegando la función a un custodio.

2.6. Programa de Auditoría

2.6.1. Objetivo

Los procedimientos contenidos en el programa de auditoría están diseñados para descubrir los errores materiales de los estados financieros a fin de asegurarse de que el programa cumpla su función.

Para nuestro programa de auditoría hemos establecido objetivos para la mayoría de saldos de las cuentas de los estados financieros. Estos objetivos provienen directamente de las afirmaciones de los ejecutivos de AUTOGAMA C.A. (nuestro cliente). A partir de aquí hemos fijados objetivos generales para cada tipo de cuenta en el balance general: activo, pasivo, patrimonio, y cuentas de los estados de resultados

2.6.2. Identificación de Riesgos

Para la identificación de los Riesgos se elaboró la planilla de riesgos respectivos para cada una de las cuentas de los Estados Financieros, se evaluó con respecto a los objetivos primarios de auditoría y se mencionó la respuesta de auditoría propuesta.

Cuenta	Objetivos primarios de auditoría	Riesgo	Respuesta de auditoría
Caja/ Bancos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Veracidad de la administración ✓ Integridad ✓ Corte ✓ Existencia ✓ Derecho 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El vendedor no registre la venta al contado de una repuesto, accesorio o servicio ▪ No registrar el efectivo proveniente de las cuentas por cobrar ▪ Registro erróneo de un desembolso, en especial pagos menores ▪ Duplicar el registro y pago de compras. ▪ Manipulación maliciosa de pagos al contado 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conseguir un análisis de los saldos de efectivo y conciliarlos con el mayor general. ▪ Establecer procedimientos para los pagos al contado ▪ Contar e incluir el efectivo disponible ▪ Obtener estado bancario de corte ▪ Verificar el corte de ingreso y desembolsos en efectivo del cliente
Cuentas por cobrar	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Existencia ✓ Derechos ✓ Integridad ✓ Precisión ✓ Valuación ✓ Presentación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Registrar cuentas por cobrar inexistentes ▪ No registrar la venta, ni la correspondiente cuenta por cobrar hasta el siguiente año ▪ No se realice la correcta estimación de la cuentas incobrables ▪ No se identificó la correspondiente transacción con partes relacionadas ▪ No realizar el respectivo seguimiento a las cuentas por cobrar en la antigüedad de cartera. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Confirmar una muestra de cuentas por cobrar ▪ Investigar la clasificación del crédito para cuentas por cobrar con valores grandes ▪ Comparar el monto de créditos otorgados a los clientes en el periodo actual. ▪ Obtener un lista de partes relacionadas ▪ Seleccionar una muestra de facturas de ventas en el periodo actual y pendientes de cobro. ▪ Verificar el estado de la cuenta al momento de la entrega del bien o servicio.

Cuenta	Objetivos primarios de auditoría	Riesgo	Respuesta de auditoría
Inventario	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Veracidad de la administración ✓ Existencia ✓ Integridad ✓ Derechos ✓ Valuación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Error en el cálculo del inventario (accesorios o repuestos pequeños) ▪ Existan cantidades en el inventario que no se encuentren registradas ▪ Negociar el inventario a un precio erróneo. ▪ Realizar incorrectamente el método de valuación del inventario. ▪ Existan fallos de fábrica en el inventario que no sean detectados. ▪ Robo o entrega en un concesionario equivocado del inventario. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conseguir una lista del inventario y realizar conteo físico del mismo. ▪ Realizar inspección de ingreso de inventario y verificar con la lista de adquisición del mismo. ▪ Revisar corte de fin de año de las transacciones de compras y de ventas ▪ Verificar periódicamente precios de los inventarios ▪ Evaluar criterios y los métodos que se fija el precio del inventario ▪ Pedir certificado de garantía de los productos (inventarios) adquiridos.
Propiedad, planta y equipo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Existencia ✓ Derechos ✓ Valuación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Error o sobrevaluación en la adquisición de un activo fijo. ▪ No se registre los retiros de un activo fijo ▪ Realizar incorrectamente la provisión de depreciación. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conseguir un análisis resumido de los cambios en activo fijo ▪ Comprobar las adquisiciones y ventas de los activos fijos durante el año ▪ Inspeccionar físicamente las principales adquisiciones ▪ Verificar la provisión de depreciación ▪ Investigar deterioro los activos fijos

Cuenta	Objetivos primarios de auditoría	Riesgo	Respuesta de auditoría
Cuentas por pagar	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Existencia ✓ Obligación ✓ Valuación ✓ Integridad ✓ Presentación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se realice un desembolso para pagar la factura de mercadería que no se recibió. ▪ Registro tardío del costo de las compras ▪ Duplicar el registro de las compras. ▪ Existan transacciones q estén sujetas a variaciones de precios. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conseguir o preparar una balanza de comprobación de las cuentas por pagar a la fecha del balance general y comparar con el mayor general. ▪ Verificar la mercadería que se recibe antes y después de realizar un desembolso. ▪ Comparar saldos pagaderos a algunos acreedores examinando documentos de soporte. ▪ Confirmar las cuentas por pagar mediante correspondencia directa a proveedores ▪ Buscar cuentas por pagar no registradas

Patrimonio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Integridad ✓ Existencia ✓ Obligación ✓ Exactitud 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diferencias del libro de acciones y los accionistas de la compañía referente al número de acciones estipulado en la escritura 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conciliar los registros de los accionistas con el mayor general ▪ Obtener un análisis de la cuentas de capital en acciones ▪ Revisar artículos de Constitución, los reglamentos y las minutas para provisiones relativas al capital de acciones ▪ Analizar las utilidades retenidas
------------	---	---	--

Cuenta	Objetivos primarios de auditoría	Riesgo	Respuesta de auditoría
Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Existencia ✓ Ocurrencia ✓ Derechos ✓ Integridad ✓ Valuación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar ventas ficticias ▪ Registrar ventas basándose en el pedido del cliente y que aun no lo ha entregado. ▪ Realizar ventas en línea con datos no actualizados. (fallas de sistema) ▪ Registrar ventas en el periodo equivocado ▪ Mantener abierto el diario de ventas para incluir las del siguiente año como si hubiesen sido de actual año 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obtener una muestra de factura con la lista de embarque y con la del pedido ▪ Revisar las ventas más importantes del año ▪ Confirmar las ventas en línea con el cliente antes del registro. ▪ Revisar el corte de fin de año de las transacciones de ventas ▪ Revisar secuencia numérica de facturas

2.6.3. Procedimientos sustantivos

Los procedimientos sustantivos son pruebas directas de los saldos finales de las transacciones correspondientes al periodo. Estas pruebas directas a los estados financieros determinan si el saldo final de una cuenta contiene errores.

Los procedimientos pueden efectuarse antes de fin de año (es decir, en fechas intermedias) o después del fin de año. Cuanto mayor sea el riesgo de auditoría, mayor será el alcance de los procedimientos sustantivos. La mejor manera de aumentar el alcance de las pruebas sustantivas consiste en examinar más cuentas.

Para cada una de las cuentas del balance general cuyo saldo final es mayor o igual a la materialidad planificada hemos realizado procedimientos sustantivos, señalando también que asección que se está cubriendo como: existencia u ocurrencia, exactitud, derechos u obligaciones, integridad, valuación, presentación y revelación.

Programa de Trabajo

Entidad: AUTOGAMA C.A.

Auditoría: A los Estados Financieros

Área: Caja / Bancos

Fecha: Del 1 al 31 de Diciembre del 2008

Objetivos Generales

- ✓ Verificar la *existencia* del efectivo registrado
- ✓ Confirmar la *integridad* del efectivo registrado
- ✓ Comprobar la *exactitud* administrativa de los programas de efectivo
- ✓ Determinar si el cliente tiene *derecho* sobre el efectivo registrado

No	Pruebas Sustantivas	Exist.	Exact.	Derec.	Valua.	Integ.	Present.
1	Conseguir un análisis de los saldos de efectivo y conciliarlos con el mayor general		✓				
2	Obtener o preparar conciliaciones de las cuentas bancarias	✓		✓			
3	Obtener un estado bancario de corte	✓		✓		✓	
4	Enviar a las instituciones Financieras formularios de confirmación para verificar montos depositados	✓		✓			
5	Verificar el corte de las transacciones en efectivo y de desembolsos	✓		✓		✓	
6	Contar en incluir el efectivo disponible	✓		✓			
7	Evaluar la correcta presentación en los EF's						✓

Programa de Trabajo

Entidad: AUTOGAMA C.A.

Auditoría: A los Estados Financieros

Área: Cuentas por Cobrar e ingresos

Fecha: Del 1 al 31 de Diciembre del 2008

Objetivos Generales

- ✓ Confirmar existencia de cuentas por cobrar y la ocurrencia de las transacciones de ingresos
- ✓ Comprobar la integridad de las transacciones de las cuentas por cobrar y de los ingresos
- ✓ Determinar si el cliente tiene derecho a las cuentas por cobrar registradas.
- ✓ Verificar la veracidad administrativa de los registros
- ✓ Verificar la existencia de deudores incobrables
- ✓ Determinar si la presentación y revelación de la cuentas por cobrar y de los ingresos

No	Pruebas Sustantivas	Exist.	Exact.	Derec.	Valua.	Integ.	Present
1	Obtener una lista de la antigüedad de las cuentas por cobrar y conciliar a mayores	✓	✓				
2	Conseguir un análisis de los documentos por cobrar		✓				
3	Realizar un cruce de información de cuentas por cobrar y los cobros realizados registrados	✓	✓		✓		
4	Realizar la comprobación entre los valores de las facturas y los registros en libros	✓	✓	✓			
5	Realizar la comprobación de valores de facturas y los valores de orden de venta	✓	✓	✓			
6	Aplicar procedimientos analíticos a las cuentas por cobra y a los ingresos	✓		✓	✓	✓	
7	Evaluar la presentación y revelación de la cuentas y documentos por cobrar en los estados financieros						✓

Programa de Trabajo

Entidad: AUTOGAMA C.A.

Auditoría: A los Estados Financieros

Área: inventario

Fecha: Del 1 al 31 de Diciembre del 2008

Objetivos Generales

- ✓ Verificar la existencia de inventario y la realización de transacciones que afectan al costo de los vehículos, repuestos y accesorios
- ✓ Verificar la integridad del inventario
- ✓ Comprobar que el cliente tiene derechos sobre los inventarios registrados
- ✓ Determinar la valuación del inventario
- ✓ Determinar si la presentación y revelación de los inventarios son los adecuados

No	Pruebas Sustantivas	Exist.	Exact.	Derec.	Valua.	Integ.	Present..
1	Conseguir listas de los inventarios y conciliarlas con el libro mayor		✓				
2	Observar la realización de inventario físico	✓		✓	✓	✓	
3	Obtener una copia del inventario físico terminado y comprobar su veracidad	✓	✓	✓		✓	
4	Verificar los precios				✓		
5	Evaluar las bases de fijación de precios al inventario				✓		
6	Evaluar la presentación y la revelación de los estados financieros						✓

Programa de Trabajo

Entidad: AUTOGAMA C.A.

Auditoría: A los Estados Financieros

Área: Propiedad planta y equipo

Fecha: Del 1 al 31 de Diciembre del 2008

Objetivos Generales

- ✓ Determinar la existencia de las propiedades, la planta y el equipo
- ✓ Verificar la integridad de las propiedades, la planta, y el equipo registrados
- ✓ Comprobar si se tiene derecho sobre las propiedades, la planta y el equipo registrado
- ✓ Averiguar si la valuación o asignación del costo de la propiedades, de la planta y equipo se ajustan a los principios generalmente aceptados

No	Pruebas Sustantivas	Exist.	Exact.	Derec	Valua.	Integ.	Present
1	Conseguir una análisis resumido de los cambios de propiedades y conciliar con libros mayores		✓				
2	Comprobar las adiciones a las cuentas de propiedades, de planta y equipo durante el año	✓		✓	✓		
3	Inspeccionar físicamente las principales adquisiciones de planta y de equipo	✓		✓	✓		
4	Investigar es estado de las propiedades, de la planta y equipo que no se utilicen actualmente				✓		✓
5	Verificar la provisión para la depreciación				✓		
6	Investigar retiros de propiedades, de planta y equipo durante el año	✓		✓			
7	Examinar la evidencia de la posesión legal de las propiedades, de la planta y del equipo	✓		✓			

Programa de Trabajo

Entidad: AUTOGAMA C.A.

Auditoría: A los Estados Financieros

Área: cuentas por pagar

Fecha: Del 1 al 31 de Diciembre del 2008

Objetivos Generales

- ✓ Determinar la existencia de cuentas por pagar registradas y si se tiene la obligación de liquidarlas
- ✓ Verificar la integridad de la cuentas por pagar
- ✓ Decidir si la valuación de las cuentas por pagar se ajusta a los principios de contabilidad generalmente aceptados
- ✓ Determinar si la presentación y la revelación de las cuentas por pagar son apropiadas

No	Pruebas Sustantivas	Exist.	Exact.	Derec./ obliga.	Valua.	Integ.	Present
1	Preparar una balanza de comprobación de las cuentas por pagar y conciliar con el libro mayor general		✓				
2	Verificar los comprobantes por pagar a algunos acreedores revisando los documentos de soporte	✓		✓	✓		
3	Conciliar pasivo con el estado de cuenta mensuales de los acreedores	✓		✓	✓	✓	
4	Confirmar cuentas por pagar	✓		✓	✓	✓	
5	Buscar cuentas por pagar no registradas					✓	
6	Aplicar métodos que identifiquen las cuentas por pagar a partes relacionadas						✓
7	Evaluar la presentación y la revelación de los estados financieros						✓

Programa de Trabajo

Entidad: AUTOGAMA C.A.

Auditoría: A los Estados Financieros

Fecha: Del 1 al 31 de Diciembre del 2008

Área: Otros pasivos corrientes (Obligaciones con el IESS)

Objetivos Generales

- ✓ Determinar la razonabilidad de las obligaciones que tiene la empresa con el IESS
- ✓ Verificar si los montos cálculos del impuesto son los correctos
- ✓ Comprobar la obligación contraída con el IESS

No	Pruebas Sustantivas	Exist.	Exact.	Derec.	Valua.	Integ.	Present.
1	Obtener una lista de los empleados de la empresa con su respectivo sueldo	✓				✓	
2	Realizar un cruce de información entre el rol de pago con la planilla del IESS	✓	✓			✓	
3	Calcular el porcentaje de aportación a una muestra de empleados y cruzar la información con libros		✓		✓	✓	

Programa de Trabajo

Entidad: AUTOGAMA C.A.

Auditoría: A los Estados Financieros

Fecha: Del 1 al 31 de Diciembre del 2008

Área: Otros pasivos corrientes (impuesto por pagar)

Objetivos Generales

- ✓ Determinar la razonabilidad del impuesto a pagar
- ✓ Verificar si los montos cálculos del impuesto son los correctos
- ✓ Comprobar de la deuda establecida con las instituciones correspondientes a los diferentes impuestos (IR, IVA, ICE, Imp. Predial)

No	Pruebas Sustantivas	Exist.	Exact.	Derec.	Valua.	Integ.	Present.
1	Revisión Impuesto a la Renta , IVA, ICE	✓				✓	
2	Comprobar que el saldo del impuesto a la renta cuadre con el valor de la declaración	✓	✓			✓	

Programa de Trabajo

Entidad: AUTOGAMA C.A.

Auditoría: A los Estados Financieros

Área: Patrimonio

Fecha: Del 1 al 31 de Diciembre del 2008

Objetivos Generales

- ✓ Determinar la existencia del capital de los dueños registrados
- ✓ Determinar que la valuación del capital de los dueños esté en concordancia con los principios generalmente aceptados
- ✓ Examinar los artículos de constitución, los reglamentos y las minutas respecto a provisiones respecto a provisiones relativas al capital en acciones

No	Pruebas Sustantivas	Exist.	Exact.	Derec. / Oblig.	Valua.	Integ.	Present.
1	Apertura una cédula primaria del mayor	✓					
2	Conciliar los registros de los accionistas con el mayor general	✓		✓		✓	
3	Revisar artículos de constitución, los reglamentos y las minutas para provisiones relativas al capital en acciones	✓		✓		✓	
4	Analizar las utilidades retenidas	✓		✓	✓	✓	

Programa de Trabajo

Entidad: AUTOGAMA C.A.

Auditoría: A los Estados Financieros

Área: Diferidos

Fecha: Del 1 al 31 de Diciembre del 2008

Objetivos Generales

- ✓ Todas las transacciones o saldos de los gastos diferidos estén adecuadamente íntegramente contabilizados en los registros correspondientes.
- ✓ Obtener certeza de la realidad de los valores registrados.
- ✓ Verificar si las cuentas han sido adecuadamente resumidas, clasificadas y descriptivas y se han expuesto todos los aspectos necesarios para una adecuada comprensión de estos saldos y transacciones que afectan la cuenta.

No	Pruebas Sustantivas	Exist.	Exact.	Derec.	Valua.	Integ.	Present.
1	Preparar cédula de diferidos.	✓					
2	Examinar los asientos del registro de seguros en el año comprobarlos contra las facturas, comprobar la exactitud de las distribuciones.	✓	✓			✓	
3	Preparar un análisis de cargos diferidos y gastos pagados por anticipado, indicando la base y determinando la corrección de los costos de las acumulaciones y las cancelaciones.	✓		✓		✓	
4	Revisar los asientos de gastos pagados por anticipado para identificar partidas inusuales o significativas.	✓	✓			✓	✓

Programa de Trabajo

Entidad: AUTOGAMA C.A.

Auditoría: A los Estados Financieros

Área: Ingresos

Fecha: Del 1 al 31 de Diciembre del 2008

Objetivos Generales

- ✓ Determinar el correcto saldo de la cuenta ingresos por venta
- ✓ Comprobar que documentos emitidos de ventas mantengan una secuencia numérica
- ✓ Verificar la integridad de cada documento
- ✓ Cerciorarse de que no se hayan duplicado documento de ventas

No	Pruebas Sustantivas	Exist.	Exact.	Derec.	Valua.	Integ.	Present
1	Obtener una muestra de factura y realizar una sumatoria.	✓	✓				
2	Revisar la secuencia numérica de facturas		✓			✓	
3	Revisar el corte de fin de año de las transacciones de ventas	✓	✓				
4	Revisar facturas con el físico		✓			✓	

Programa de Trabajo

Entidad: AUTOGAMA C.A.

Auditoría: A los Estados Financieros

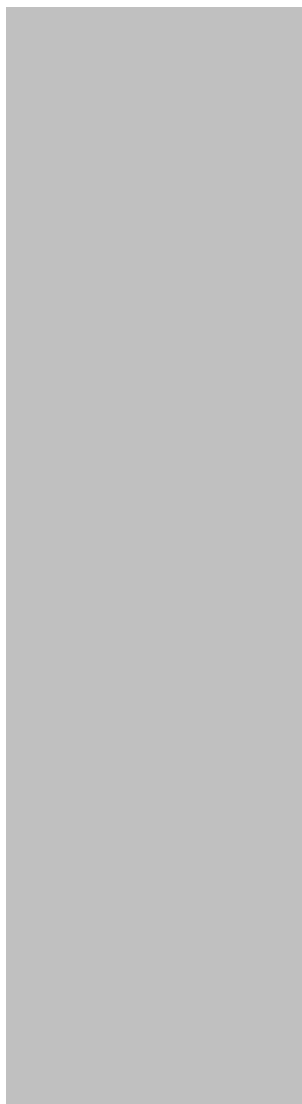
Fecha: Del 1 al 31 de Diciembre del 2008

Área: Gastos y Costos

Objetivos Generales

- ✓ Determinar la razonabilidad de los costos y gastos
- ✓ Comprobar que los gastos hayan sido registrados en periodo correcto

No	Pruebas Sustantivas	Exist.	Exact.	Derec.	Valua.	Integ.	Present.
1	Obtener un detalle de todos los gastos al cierre del ejercicio y compararlo con el mayor general	✓	✓			✓	
2	Obtener una muestra de de los saldos y realizar cálculos aritméticos		✓		✓		
3	Comprobar que los gastos realizados corresponden a los valores registrados en los libros	✓	✓			✓	
4	Analizar una muestra de gastos para determinar el periodo en que fueron reconocidos y si se les dio el respectivo tratamiento contable	✓		✓		✓	



CAPÍTULO III
AUDITORÍA DEL RUBRO
INGRESOS – CUENTAS POR
COBRAR Y COBRANZA

CAPÍTULO III

3. AUDITORÍA DEL RUBRO INGRESOS-CUENTAS POR COBRAR Y COBRANZA

3.1. Introducción

En este capítulo veremos el desarrollo de las pruebas sustantivas y pruebas analíticas descritas en el programa de trabajo básicamente para los rubros de ingresos-cuentas por cobrar, con el fin de determinar la razonabilidad de dichos rubros

3.2. Objetivos

- Examinar los riesgos inherentes, entre ellos el fraude
- Examinar el control interno de las cuentas por cobrar, del efectivo y de la gestión de cobranza
- Aplicar pruebas sustantivas a las cuentas por cobrar y los ingresos

3.2.1. Examinar los riesgos inherentes, entre ellos el fraude

En nuestro trabajo de campo de detectar los riesgos inherentes a los se enfrenta AUTOGAMA C. A. hemos determinados los siguientes:

- La Creación de nuevas leyes y regulaciones con respecto al impuesto de consumidores especiales, que ha afectado a los precios de los vehículos superiores de \$30000
- La crisis financiera mundial, afecta sin lugar a duda a la compañía, ya que como es una franquicia internacional y si las inversiones y producción bajan no podrían poseer vehículos para la venta.

- Disminución ventas en algunos meses del año 2007 y 2008
- Su posicionamiento en el mercado tiende a la baja con respecto a otras compañías que tienden igual y otra a la alza
- La compañía no ha podido recuperar ciertos valores de cuentas por cobrar de la venta de los chevytaxi

3.2.2. Examinar el control interno de las cuentas por cobrar y los ingresos

En el proceso de examinar el control interno de la compañía, realizamos entrevistas con el contador general, gerente financiero, jefe de crédito y cobranzas, y hemos obtenido información:

- La empresa se reúne para analizar riesgos potenciales con respecto a las ventas, también para dar seguimiento al plan estratégico de ventas. Se analiza el riesgo del crédito
- Cuenta con una manual de CONTROL INTERNO
- La empresa cuenta con procedimientos y políticas para otorgar el crédito al cliente ya sea este crédito directo o a través de una institución financiera.
- Durante el ciclo de venta existen controles, hay personas encargadas al acceso a los registros contables, se lleva unos registros de las ventas diarias, a crédito y en efectivo, el dinero que es recaudado y se lo deposita, se lleva un control de la remuneración de las facturas.
- La empresa realiza varios controles para el efectivo como: el movimiento de caja chica es para importes mínimos, se realizan arqueos de caja, los pagos deben estar previamente autorizados, se analizan las firmas autorizadas.

3.2.3. Examinar una muestra de cuentas por cobrar clientes

Para el desarrollo del muestreo de auditoría hemos considerado utilizar un muestreo no estadístico, donde los auditores estiman el riesgo muestral en base a su juicio profesional

TABLA III.I
Separación de Cuentas por Estratos

Estr.	Composición de estrato	Cantidad de cuentas	Núm. De cuentas
1	Ctas superiores a \$30000 en adelante	15	Todas las cuentas
2	Ctas de \$10000 a \$29999	73	20 Cuentas
3	Ctas menores \$ 9999	405	20 Cuentas
	Total	493	

3.2.3.1. Método de selección de la muestra: Estratificación

Para poder calcular el tamaño de la muestra y poderla seleccionar hemos considerado estratificar a la población que para nuestro trabajo de auditoría son los saldos de los ingresos cuentas por cobrar

La estratificación consiste en dividir a la población en subgrupos homogéneos denominados estratos, aquí se pueden muestrear por separado, y los resultados pueden evaluarse por separado para conseguir una estimación de las características de la población

3.2.3.2. Estratificación de los saldos de cuentas por cobrar de los clientes de AUTOGAMA C.A.

La compañía cuenta alrededor de 3100 clientes, la mayor parte de los clientes los vemos que se encuentran en el estrato 3, que son clientes que compran los servicios de chevytaxi, otros adquieren el servicio de mantenimiento que ofrece la compañía , y por ultimo clientes que compran accesorios para sus vehículos

3.2.4. Aplicación de pruebas sustantivas para el rubro cuentas por cobrar

3.2.4.1. Obtener una lista de la antigüedad de las cuentas por cobrar y conciliar a mayores

Aserción: Existencia y Exactitud

Objetivo: Verificar algunas cuentas clasificadas como vencidas y otras como corrientes.

Muestra: Se ha estratificado a la muestra en tres grupos: el primero mayores a \$30000, el segundo entre \$30000 y 10000 y el tercero menores de 10000. A continuación se mostrará los saldos de las cuentas por cobrar de acuerdo a la estratificación ya determinada, cabe recalcar que AUTOGAMA C.A cuenta con más de 3000 clientes

TABLA III.II
Saldo de cuentas por cobrar superior a \$30000

No	Cuenta	Descripción	Saldo
1	9900006701	Abbott Laboratorios Del Ecuador Cía. Ltda.	\$35,560.14
2	17904752471	Aig. Metropolitana Cía. De Seguros	\$43,891.89
3	9900361521	Bayer S.A.	\$245,889.71
4	9900934901	Bolívar Compañía De Seguros Del Ecuador	\$30,642.06
5	9600024301	Comisión De Transito Del Guayas	\$46,792.81
6	17912878351	Consorcio Del Pichincha S.A.	\$61,807.81
7	9914090921	Constructora Brade S.A.	\$52,390.05
8	9905055191	Equitesa Equipos Y Terrenos S.A.	\$173,600.34
9	9906525701	Finamérica S.A.	\$34,262.87
10	17905980001	General Motors Del Ecuador S.A.	\$45,548.78
11	9909679001	Junta De Beneficencia De Guayaquil	\$167,646.08
12	9172931	Lozada Valarezo Segundo Jaime	\$43,506.89
13	9600002201	M. I. Municipalidad De Guayaquil	\$65,006.95
14	17900075001	Seguros Equinoccial S.A.	\$33,891.38
15	9924971101	Video Sound Truck E.C. Vst Ecuador C. Ltda.	\$62,155.29
		Saldo	\$1,142,593.05

TABLA III.III
Saldo de cuentas por cobrar entre \$30000 y \$10000

No	Cuenta	Descripción	Saldo
1	7900666001	Agrícola Mercantil Amer S.A.	\$14,368.40
2	7015344	Aldean Carreno Caizer Estuardo	\$11,190.00
3	9119930	Burgos Parrales Jaime Enrique	\$17,010.00
4	7004733	Castillo Carrión Luis Oswaldo Rigoberto	\$13,099.40
5	11007814001	Díaz Vargas Arcenio Liberato	\$16,190.00
6	7600210001	Dirección Provincial De Educación	\$23,062.41
7	9911771601	Frutela C.A.	\$27,046.34
8	9022660001	González Suarez Roberto Giovanni	\$24,042.10
9	12062542	Hinostroza Manzo Francisco Patricio	\$12,278.57
10	9168786	Icaza Aguilera Jessica Alexandra	\$14,816.60
11	17584643	Jumbo Calva Franklin Darío	\$14,690.00
12	7006780	Loayza Salazar William Francisco	\$16,190.00
13	19001858001	Marizaca Vinizhanay Luciano Enrique	\$13,690.00
14	19044336	Mora Pillajo Ángel Victoriano	\$17,397.79
15	1790385700	Procesadora Nacional De Alimentos C.A.	\$15,056.70
16	7005498	Quezada León Manuel De Jesús	\$13,890.00
17	11017467	Sánchez Martínez José Ignacio	\$15,499.69
18	1791226400	Seguros Unidos S.A.	\$13,930.14
19	9153068	Torres Carlos Jaime Enrique	\$12,464.75
20	9039984	Valdivieso Armendáriz Jenny Amalia	\$22,510.00
		Saldo	\$328,422.89

TABLA III.IV			
Saldo de cuentas por cobrar menores a \$10000			
No	Cuenta	Descripción	Saldo
1	17905108001	Ace Seguros S.A.	\$803.87
2	9924293001	Acfrio S.A.	\$31.68
3	12059182	Barrezueta Gordillo Andrea Fernanda	\$25.18
4	9915082001	Birvijum S.A	\$1,202.01
5	9063600	Cabello José Francisco	\$7,519.94
6	9157108	Cabrera Arce Omar Fabricio	\$35.28
7	7002325	Cabrera Palacios Timoleon	\$2,899.92
8	9219992	Cabrera Serrano Christian Mauricio	\$102.04
9	9240617	Cedeño Robles Alfredo	\$442.81
10	17900088001	Cepsa	\$173.34
11	9903329001	Cetivehiculo S.A.	\$248.81
12	9086826	Chicala Barrezueta Ivonne Elizabeth	\$7,520.00
13	9188460	Choez Guaman Glenda Zulay	\$819.13
14	9148568	Luzón García Christian Giovanni	\$962.34
15	11004608	Macanche Jiménez Eduardo Alberto	\$9,080.00
16	7022315	Niebla Altamirano Johnny Edison	\$8,989.99
17	12022781	Nivela Francia Ángela Vilma	\$400.00
18	9924708001	Servicentro Medusa Servimedusa S.A.	\$130.73
19	9912679001	Servientrega Ecuador S.A.	\$6,457.33
20	9975291	Zurita Alban Ángel Javier	\$4,783.83
		Saldo	\$52,628.23

AUTOGAMA C.A.

Cuentas por cobrar – clientes

Días

Clientes	Saldo contable	Fecha de Fac.	Sin vencer	1-30	31-60	61-90	91-120	más de 120
Abbott Labor. Del Ecuador Cía. Ltda.	\$ 35,560.14	06/11/2008	✓				✓	
Aig. Metropolitana Cía. De Seguros	\$ 43,891.89	05/10/2008	✓				✓	
Bayer S.A.	\$ 245,889.71	09/09/2007	✓					✓
Bolívar Cía. De Seguros Del Ecuador	\$ 30,642.06	11/12/2008	✓				✓	
Comisión De Transito Del Guayas	\$ 46,792.81	12/10/2008	✓			✓		
Consortio Del Pichincha S.A.	\$ 61,807.81	04/12/2008	✓				✓	
Constructora Brade S.A.	\$ 52,390.05	21/02/2008	✓				✓	
Equitesa Equipos Y Terrenos S.A.	\$ 173,600.34	11/09/2007	✓					✓
Finamérica S.A.	\$ 34,262.87	13/10/2008	✓			✓		
General Motors Del Ecuador S.A.	\$ 45,548.78	24/09/2008	✓				✓	
Junta De Beneficencia De Guayaquil	\$ 167,646.08	03/11/2007	✓					✓
Lozada Valarezo Segundo Jaime	\$ 43,506.89	09/10/2008	✓			✓		
M. I. Municipalidad De Guayaquil	\$ 65,006.95	25/11/2008	✓				✓	
Seguros Equinoccial S.A.	\$ 33,891.38	12/12/2008	✓			✓		
Video Sound Truck C. Ltda.	\$ 62,155.29	17/11/2008	✓				✓	
Saldo	\$ 1,142,593.05							

AUTOGAMA C.A.

Cuentas por cobrar – clientes

Días

Clientes	Saldo contable	Fecha de Fact.	Sin vencer	1-30	31-60	61-90	91-120	más de 120
Agrícola Mercantil Amer S.A.	\$ 14,368.40	12/05/2008	✓					✓
Aldean Carreno Caizer Estuardo	\$ 11,190.00	03/06/2008	✓					✓
Burgos Parrales Jaime Enrique	\$ 17,010.00	11/09/2007	✓				✓	
Castillo Carrión Luis Oswaldo	\$ 13,099.40	23/10/2008	✓				✓	
Diaz Vargas Arcenio Liberato	\$ 16,190.00	05/07/2007	✓				✓	
Dirección Provincial De Educación De El Oro	\$ 23,062.41	19/06/2008	✓					
Espinosa Sánchez Víctor	\$ 11,507.58	06/11/2005						✓
González Suarez Roberto Giovanni	\$ 24,042.10	05/06/2008	✓					✓
Hinostroza Manzo Francisco Patricio	\$ 12,278.57	28/08/2008				✓		
Icaza Aguilera Jessica Alexandra	\$ 14,816.60	04/09/2008	✓					✓
Jumbo Calva Franklin Dario	\$ 14,690.00	12/08/2008	✓					✓
Loayza Salazar William Francisco	\$ 16,190.00	04/02/2008					✓	✓
Marizaca Vinizhanay Luciano Enrique	\$ 13,690.00	12/06/2007	✓					✓
Mora Pillajo Ángel Victoriano	\$ 17,397.79	05/06/2008	✓					✓
Pazmiño Valencia Gonzalo	\$ 11,549.92	06/11/2005						✓
Quezada León Manuel De Jesús	\$ 13,890.00	03/04/2008	✓					✓
Sánchez Martínez José Ignacio	\$ 15,499.69	16/05/2008	✓				✓	✓
Seguros Unidos S.A.	\$ 13,930.14	24/11/2008	✓				✓	
Torres Carlos Jaime Enrique	\$ 12,464.75	09/12/2008	✓				✓	
Valdivieso Armendáriz Jenny Amalia	\$ 22,510.00	12/08/2007						✓
Saldo	\$ 309,377.35							

AUTOGAMA C.A.

Cuentas por cobrar – clientes

Días

Cientes	Saldo contable	Fecha de Fact.	Sin vencer	1-30	31-60	61-90	91-120	más de 120
Ace Seguros S.A.	\$ 803.87	12/08/2008				✓		
Acfrio S.A.	\$ 31.68	23/11/2008	✓	✓				
Barrezueta Gordillo Andrea Fernanda	\$ 25.18	21/12/2008	✓	✓				
Birvijum S.A	\$ 1,202.01	01/02/2008	✓					✓
Cabello José Francisco	\$ 7,519.94	05/06/2008	✓					✓
Cabrera Arce Omar Fabricio	\$ 35.28	13/12/2008	✓	✓				
Cabrera Palacios Timoleon	\$ 2,899.92	14/06/2008					✓	
Cabrera Serrano Christian Mauricio	\$ 102.04	11/11/2008	✓		✓			
Cedeño Robles Alfredo	\$ 442.81	17/11/2008	✓		✓			
Cepsa	\$ 173.34	07/12/2008	✓		✓			
Cetivehiculo S.A.	\$ 248.81	21/11/2008	✓		✓			
Chicala Barrezueta Ivonne Elizabeth	\$ 7,520.00	24/12/2008	✓				✓	
Choez Guaman Glenda Zulay	\$ 819.13	26/11/2008	✓		✓			
Luzón García Christian Giovanni	\$ 962.34	09/09/2008				✓		
Macanche Jiménez Eduardo Alberto	\$ 9,080.00	10/12/2008	✓		✓			
Niebla Altamirano Johnny Edison	\$ 8,989.99	01/12/2008	✓		✓			
Nivela Francia Ángela Vilma	\$ 400.00	15/12/2008	✓		✓			
Servicentro Medusa Servimedusa S.A.	\$ 130.73	14/11/2008	✓		✓			
Servientrega Ecuador S.A.	\$ 6,457.33	26/10/2008	✓				✓	
Zurita Alban Ángel Javier	\$ 4,783.83	10/10/2008			✓			
Saldo	\$ 52,628.23							

- **Observaciones 1**

Cuentas vencidas

Durante el análisis realizado a los saldos de las cuentas por cobrar cliente en base a la muestra tomada, nos hemos dado cuenta que algunas de ellas han vencido y no se han sido reclasificadas. A continuación una lista de clientes que tienen vencidas sus cuentas y que se necesita en continuo seguimiento para su cobranza:

TABLA III.V
Observaciones de Cuentas Vencidas

Clientes	Fecha de vencimiento	valor
Hinostroza Manzo Francisco Patricio	27/11/2008	\$ 12,278.57
Loayza Salazar William Francisco	05/06/2008	\$ 16,190.00
Valdivieso Armendáriz Jenny Amalia	12/08/2008	\$ 22,510.00
Ace Seguros S.A.	11/11/2008	\$ 803.87
Cabrera Palacios Timoleon	09/06/2008	\$ 2,899.92
Zurita Alban Ángel Javier	09/12/2008	\$ 4,783.83

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

- **Observación 2**

Taxis Exonerados

AUTOGAMA C.A. mantiene registrado en las cuentas por Cobrar Taxis Exonerados, por 2 vehículos importados específicamente para prestar el servicio de taxi, estos vehículos fueron facturados en el año 2005, pero hasta

la fecha de nuestra visita de auditoría los valores se mantienen como pendientes de cobro, un detalle de los casos detectados:

TABLA III.VI
Taxis Exonerados por Clientes

Clientes	Cooperativa	Factura	Chasis	Saldo
Pazmiño Valencia Gonzalo	Trans. Guayas	2004452	KL1TD51YX6B546523	11.549,92
Espinosa Sánchez Víctor	EXXON – Durán	2004509	KL1TD51YX6B547770	11.507,58
			Total	23.057,50

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Debemos indicar que desde el inicio de estas transacciones, estas presentaron complicaciones por lo que la Compañía no realizó la entrega formal de estas unidades a los clientes; y, hasta la fecha se encuentran en los patios de AUTOGAMA C.A por ello debe efectuarse el seguimiento para el cobro del bien o realizar los trámites para la restitución de los derechos sobre los mismos para venderlos posteriormente.

3.2.4.2. Conseguir un análisis de las cuentas por cobrar y documentos por cobrar

Aserción: Exactitud

Objetivo: Determinar los nuevos créditos concedidos en el periodo 2008 y ver la exactitud de saldo final al cierre al 31 de diciembre

Muestra: Para el análisis de las nuevos crédito realizados en el año ha auditar hemos considerado tomar como muestra al estrato 3, debido a que algunos de estos valores superan la materialidad planificada

TABLA III.VII
Análisis de cuentas por cobrar

Descripción	Año	Mes	Inicial	Factura	Débito	Crédito	Saldo
Abbott Laboratorios Del Ecuador Cía. Ltda.	2008	12	\$57,273.33	20708	\$54,058.30	\$75,771.49	\$35,560.14
Aig. Metropolitana Cía. De Seguros	2008	12	\$50,851.62	20701	\$18,236.55	\$25,196.28	\$43,891.89
Bayer S.A.	2008	12	\$479.55	20566	\$294,352.80	\$48,942.64	\$245,889.71
Bolívar Compañía De Seguros Del Ecuador S.A.	2008	12	\$19,757.89	17637	\$26,770.57	\$15,886.40	\$30,642.06
Comisión De Transito Del Guayas	2008	12	\$38,232.71	12875	\$24,955.85	\$16,395.75	\$46,792.81
Consortio Del Pichincha S.A.	2008	12	\$138,620.82	13026	\$252,622.31	\$329,435.32	\$61,807.81
Constructora Brade S.A.	2008	12	\$37,618.49	17463	\$54,021.02	\$39,249.46	\$52,390.05
Equitesa Equipos Y Terrenos S.A.	2008	12	\$224,609.37	17593	\$95,209.09	\$146,218.12	\$173,600.34
Finamérica S.A.	2008	12	\$35,177.32	17110	\$22,331.57	\$23,246.02	\$34,262.87
General Motors Del Ecuador S.A.	2008	12	\$58,897.24	17017	\$37,307.46	\$50,655.92	\$45,548.78
Junta De Beneficencia De Guayaquil	2008	12	\$0.00	20804	\$169,156.40	\$1,510.32	\$167,646.08
Lozada Valarezo Segundo Jaime	2008	12	\$56,627.25	32576	\$2,406.40	\$15,526.76	\$43,506.89
M. I. Municipalidad De Guayaquil	2008	12	\$88,787.63	32302	\$33,900.04	\$57,680.72	\$65,006.95
Seguros Equinoccial S.A.	2008	12	\$68,919.08	20591	\$26,467.89	\$61,495.59	\$33,891.38
Video Sound Truck E.C. Vst Ecuador C. Ltda.	2008	12	\$88,364.80		\$0.00	\$26,209.51	\$62,155.29
Total			\$964,217.10		\$1,111,796.25	\$933,420.30	\$1,142,593.05

Análisis: AUTOGAMA C.A. ha concedido durante el año 2008 nuevos créditos a sus principales clientes entre ellos Bayer S. A., Equitesa equipos y terrenos, Consorcio Pichincha, Junta de Beneficencia. A muchos de ellos se les ha otorgado un nuevo crédito sin haber cancelado la totalidad del crédito anterior.

3.2.4.3. Realizar la comprobación entre los valores de las facturas y los registros en libros

Aserción: Existencia, Exactitud, integridad

Objetivo: Comprobar que los valores registrados en los libros por concepto de cuentas por cobrar este correctamente documentado

Muestra: Clientes que se encuentran en el estrato III que sean superiores a \$30000

TABLA III.VIII
Comprobación de Valores de Facturas

Cliente	Factura	Monto	Valor en libros	Diferencia
Abot Laboratorios Del Ecuador Cía.	20708	\$54,058.30	\$54,058.30	\$ 0.00
Aig. Metropolitana Cía. De Seguros	20701	\$18,236.55	\$18,236.55	\$ 0.00
Bayer S.A.	20566	\$294,352.80	\$294,352.80	\$ 0.00
Bolívar Cía. De Seguros S.A.	17637	\$26,770.57	\$26,770.57	\$ 0.00
Comisión De Tránsito	12875	\$24,955.85	\$24,955.85	\$ 0.00
Consorcio Del Pichincha S.A.	13026	\$252,622.31	\$252,622.31	\$ 0.00
Constructora Brade S.A.	17463	\$54,021.02	\$54,021.02	\$ 0.00
Equitesa Equipos Y Terrenos S.A.	17593	\$95,209.09	\$95,209.09	\$ 0.00
Finamérica S.A.	17110	\$22,331.57	\$22,331.57	\$ 0.00
General Motors Del Ecuador S.A.	17017	\$37,307.46	\$37,307.46	\$ 0.00
Junta De Beneficencia	20804	\$169,156.40	\$169,156.40	\$ 0.00
Lozada Valarezo Segundo Jaime	32576	\$2,406.40	\$2,406.40	\$ 0.00
M. I. Municipalidad De Guayaquil	32302	\$33,900.04	\$33,900.04	\$ 0.00
Seguros Equinoccial S.A.	20591	\$26,467.89	\$26,467.89	\$ 0.00
Total				\$ 0.00

3.2.4.4. Realizar la comprobación de las listas de facturas

Aserción: Existencia, Exactitud, integridad

Objetivo: Verificar que todas las facturas hayan sido generados una sola vez y que las notas de débito le correspondan al cliente

TABLA III.IX
Comprobación de Facturas

Factura	Monto
7799	\$ 14,020.00
7812	\$ 13,599.40
7786	\$ 13,520.00
22327	\$ 12,290.00
22328	\$ 12,290.00
22329	\$ 14,390.00
22330	\$ 14,590.00
22331	\$ 12,290.00
37322	\$ 7,495.22
7995	\$ 5,120.48
1000	\$ 13,739.60
1025	\$ 12,290.00
1054	\$ 13,599.40
1055	\$ 12,290.00
1092	\$ 14,220.00
1093	\$ 12,290.00
1094	\$ 19,122.40
1986	\$ 13,599.40
2112	\$ 12,290.00
2182	\$ 19,680.00
24617	\$ 24,499.11
24659	\$ 7,803.57
24793	\$ 20,991.07
24801	\$ 8,553.57
24802	\$ 18,041.96
24798	\$ 14,821.43
	\$ 357,436.61

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

3.2.5. Pruebas sustantivas al Rubro Ingresos

Obtener una muestra de factura y realizar una sumatoria de facturas 2008

Aserción: Existencia y exactitud

Objetivo:

- Realizar una sumatoria de los saldos de facturas de ventas durante el periodo 2008.
- Verificar si dichos saldos son los correcto y si pertenecen a la fecha que fueron registrados

Procedimiento

Para esta prueba sustantiva del ingreso por venta hemos procedido a tomar una muestra de facturas que corresponden básicamente de los últimos 4 meses del 2008 debido que consideramos que son en estos meses donde fluctúan mas ventas por carros, servicio de mantenimiento y venta de repuestos.

Se debe recalcar que la numeración varían entre la venta de un carro, venta de accesorios y repuestos debido a que el sistema de facturación así fue diseñado

TABLA III.X
Muestra de facturas del mes de Septiembre del 2008

Fecha	Factura	Monto
03-Sep-08	995	54.33
04-Sep-08	1000	221.81
09-Sep-08	1986	27.13
22-Sep-08	1025	386.53
26-Sep-08	22327	2,274.96
26-Sep-08	22328	2,274.96
26-Sep-08	22329	2,274.96
26-Sep-08	22330	2,274.96
27-Sep-08	22331	2,274.96
29-Sep-08	22342	2,000
30-Sep-08	22346	423.00
Sumatoria		14487.6

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

TABLA III.XI
Muestra de facturas del mes de Octubre del 2008

Fecha	Factura	Monto
03-Oct-08	2112	118.69
05-Oct-08	2124	245.00
07-Oct-08	2146	386.00
12-Oct-08	2163	1,000.00
17-Oct-08	2182	26.66
18-Oct-08	2191	100.00
20-Oct-08	2200	850.00
21-Oct-08	2215	553.26
21-Oct-08	2218	75.03
25-Oct-08	2242	2,600.00
28-Oct-08	2263	410.00
Sumatoria		6,364.64

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

TABLA III.XII
Muestra de facturas del mes de Noviembre del 2008

Fecha	Factura	Monto
06-Nov-08	2298	35.95
08-Nov-08	3210	1200
12-Nov-08	3250	2300
18-Nov-08	3285	520
24-Nov-08	3322	\$ 172.95
25-Nov-08	1092	190.12
25-Nov-08	1093	155.01
25-Nov-08	1094	83.08
26-Nov-08	1098	123.00
28-Nov-08	3386	685.00
30-Nov-08	3410	740.00
Sumatoria		6,205.11

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

TABLA III.XIII
Muestra de facturas del mes de Diciembre del 2008

Fecha	Factura	Monto
05-Dic-08	7620	1,260.00
09-Dic-08	7649	423.00
12-Dic-08	7786	58.62
15-Dic-08	7799	52.04
16-Dic-08	7812	51.57
19-Dic-08	7845	1,052.00
21-Dic-08	7896	536.00
24-Dic-08	7953	230.00
26-Dic-08	7982	650.00
27-Dic-08	7993	762.00
Sumatoria		5,075.23

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

3.2.5.1. Revisar la secuencia numérica de facturas emitidas por venta de servicios al 31 de Diciembre del 2008

Aserción: existencia, exactitud e integridad

Objetivo: Verificar si todos los comprobantes de venta siguen una secuencia numérica.

Procedimiento:

Se tomo una muestra de facturas para verificar la secuencia de ellas y a continuación se detalla:

TABLA III.XIV
Muestra de facturas emitidas

Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agost.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
1000	1120	1301	1502	1610	1721	1841	1910	2022	2112	3010	7100
1001	1121	1302	1503	1611	1722	1842	1911	2023	2113	3011	7101
1003	1122	1303	1504	1612	1723	1843	1912	2024	2114	3012	7102
1004	1123	1305	1506	1613	1724	1844	1913	2025	2115	3013	7103
1006	1124	1306	1507	1614	1725	1845	1914	2026	2116	3014	7104
1008	1125	1307	1508	1615	1726	1846	1915	2027	2117	3015	7105
1010	1126	1308	1509	1616	1727	1847	1916	2028	2118	3016	7106
1011	1127	1309	1510	1617	1728	1848	1917	2029	2119	3017	7107
1012	1128	1310	1511	1618	1729	1849	1918	2030	2120	3018	7108

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

Al momento de la venta de un accesorio, o de brindar un servicio el sistema de facturación genera el número secuencial del documento, ya que pueden ser facturas, como notas de crédito, cabe mencionar que ciertas facturas fueron anuladas, estas son separadas y archivadas para propósitos tributarios

3.2.5.2. Revisar el corte de fin de año de las transacciones de ventas

Aserción: Existencia

Objetivo:

Determinar que hayan ocurrido las ventas al final de año y no se hayan realizados ventas ficticia

Procedimiento:

La empresa nos dio un corte del mes de Diciembre de las ventas de por accesorios, por repuestos, y por servicio

TABLA III.XV
Corte de transacciones a fin de año

Fecha	Valor	Factura	Fecha Fac
Ene-09	24.499,11	24617	29-12-2008
Ene-09	7.803,57	24659	30-12-2008
Ene-09	20.991,07	24793	31-12-2008
Ene-09	8.553,57	24801	31-12-2008
Ene-09	18.041,96	24802	31-12-2008
Ene-09	14.821,43	24798	31-12-2008
	94.710,71		

Elaborado por: Ninoschtka Freire – Luis Marca

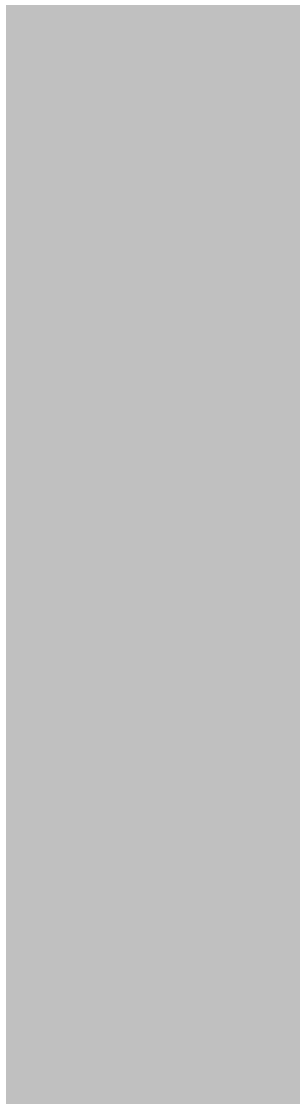
- **Observación 3**

La empresa ha duplicado ciertas facturas en enero 2009 correspondientes al año 2008, esto debe alterar a los ingresos por ventas de la empresa, y se deben hacer ajustes.

Además se pudo ver que ciertos valores que se recaudaba de la cajera, en efectivo por créditos a clientes, no eran registrados.

Corte de transacciones Hasta:31/12/08

Cliente	Ruc	Factura	Monto	Forma de Pago	Banco	Numero	Cuenta	Monto
Finamérica S.A.	9906520001	7799	52.04	Cheque	Guayaquil	20425	6152716	\$ 103.15
Finamérica S.A.	9906520001	7812	51.57					
Furoiani Obras Y Proyectos S.A.	9901839001	7786	58.62	Cheque	Pichincha	10018	3131705604	\$ 58.62
Finamérica S.A.	9906520001	24659	2274.96	Cheque	Guayaquil	20351	6152716	\$ 11,374.80
Finamérica S.A.	9906520001	24617	2274.96					
Finamérica S.A.	9906520001	24793	2274.96					
Finamérica S.A.	9906520001	24801	2274.96					
Finamérica S.A.	9906520001	24801	2274.96					
Pesantez Castillo Carlos Alberto	9119918001	37322	172.95	Cheque	Internacional	G005325	1300601205	172.95
Samaniego Merino Yasmila	9132043	Nvt21246	85.86	Cheque	Pacífico	G000960	5038375	85.86
Motornova S.A.	9924187001	995	54.33	Cheque	Internacional	2813	1000107023	1,927.60
Motornova S.A.	9924187001	1000	221.81					
Motornova S.A.	9924187001	1025	386.53					
Motornova S.A.	9924187001	1054	553.26					
Motornova S.A.	9924187001	1055	75.03					
Motornova S.A.	9924187001	1092	190.12					
Motornova S.A.	9924187001	1093	155.01					
Motornova S.A.	9924187001	1094	83.08					
Motornova S.A.	9924187001	1986	27.13					
Motornova S.A.	9924187001	2112	118.69					
Motornova S.A.	9924187001	2182	26.66					
Motornova S.A.	9924187001	2298	35.95					



CAPÍTULO IV **CONCLUSIONES Y** **RECOMENDACIONES**

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

La industria automotriz es parte fundamental de la economía en el país, y para el año 2008 tuvo un gran desempeño en el mercado ecuatoriano. Una vez realizado el análisis de la Auditoría llegamos a las siguientes conclusiones:

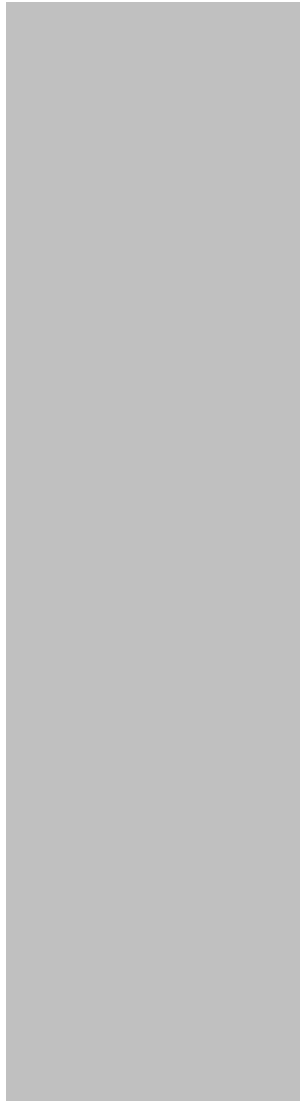
- Para el año 2008 se vendieron un total de 110000 unidades de vehículos, de los cuales 46860 unidades corresponden a la marca Chevrolet que representa el 42.60% del total.
- El principal competidor de Chevrolet es la Casa Automotriz Hyundai, que para el año 2008 obtuvo un 11.50%, así mismo se presencia el crecimiento de dos nuevos competidores pertenecientes a las marcas Mazda y Toyota.
- El automóvil más vendido de Chevrolet fue el Aveo @ctivo a nivel nacional, sin embargo, en AUTOGAMA C.A el vehículo que más demanda tuvo fue el Grand Vitara SZ.
- Para el segmento de camionetas, todos terrenos y camiones en el 2008 Chevrolet sobresalió con sus modelos Luv D-Max y Chevrolet Grand Vitara, y el Camión NHR55, sin embargo, tuvo mayor aceptación en vehículos familiares la marca Hyundai, y en Buses la marca HINO.

- AUTOGAMA C.A. recibe sus mayores ingresos de la venta de vehículos, que representan el 89% del total del rubro de ventas.
- Para el año 2008 AUTOGAMA C.A. presentó un margen bruto de crecimiento de 20.50%, respuesta óptima, ya que para el año 2007 presentaba un margen neto de 14.71%.
- Para el caso de las cuentas por cobrar, no existen controles adecuado para la reclasificación de las mismas, por lo que en ciertos casos, el saldo presentado en estas cuentas no será el saldo exacto al corte de las operaciones.
- Por acciones desconocidas, se realizó una mala gestión de los inventarios, en el caso de dos taxis exonerados no entregados de manera formal a los clientes, estos no han sido reclasificados o restituidos como inventarios disponibles para la venta.
- Por falta de controles suficientes no se ha hecho un correcto seguimiento de facturas emitidas por lo que se ha producido en ciertos casos doble facturación, alterando de esta manera los ingresos por ventas
- El riesgo de fraude puede ser manejable estableciendo controles adecuados, que no afectarían en cuanto a su costo de implementación.

4.2. Recomendaciones

- Implementar un sistema adecuado para el control de saldos al final de los periodos del ejercicio.
- Realizar conteos de existencias (inventarios) y hacer una verificación de acuerdo a las órdenes de entrada o salida de inventarios para su respectivo control.
- Capacitar al personal y establecer controles para evitar la doble facturación.
- Implementar una lista oficial de precios que sea visible al cliente para así evitar manipulación de la información, e incrementar el riesgo de fraude.

Se concluye que los saldos de los rubros auditados de INGRESOS, CUENTAS POR COBRAR Y COBRANZA, a pesar de haber presentado deficiencias en su manejo, son contablemente razonables.



ANEXOS



AUTOGAMA C.A.



MISIÓN AUTOGAMA C.A.

“Comercializar vehículos y prestar servicios de Post Venta de calidad a nivel nacional, superando las expectativas de los clientes, alcanzando altos niveles de productividad y rentabilidad, con personal calificado y comprometido, constituyendo al desarrollo del Ecuador.”



VISIÓN AUTOGAMA C.A.

“AUTOGAMA C.A. incrementará las ventas significativamente gracias a la calidad de los productos y servicios de Post Venta, a la realidad de sus clientes a la elevación de los niveles de productividad y a su gestión transparente.”



VISIÓN GM SOBRE THE GM DIFFERENCE

Crear Clientes para toda la
vida



CONCEPTOS THE GM DIFFERENCE

"Es la forma diferente de hacer negocios."
"Es el conjunto de mejores prácticas que garantizan la fidelidad de nuestros clientes."



PREMISAS DEL GM DIFFERENCE

- *Hay que conquistar al cliente permanentemente.
- *El concesionario es un socio estratégico.
- *El talento humano es el agente de cambio.



PROPÓSITOS DEL GM DIFFERENCE

- *Promover el cambio cultural
- *Crear Clientes para toda la vida (ganar y retener clientes)

BIBLIOGRAFÍA

- Principios de Auditoría; Whittintong. Pany; Décima cuarta edición – Mc Gran Hill, México, año 2004
- Normas Ecuatorianas de Auditoría, Corporación Edi - Ábaco Cía. Ltda., Primera Edición, Año 2008. Resolución Interinstitucional: SB-SC-SRI-01.
- Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, Tercer Suplemento del Registro Oficial No. 242 de Diciembre del 2007.
- Wikipedia.com; “Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados”, http://es.wikipedia.org/wiki/Principios_de_Contabilidad_Generalmente_Aceptados, Fecha de última visita: Mayo del 2009, Guayaquil – Ecuador.
- Registro oficial – Administración del Presidente Gustavo Noboa Bejarano Presidente de la República del Ecuador - Edición Especial 5 año 2003
- www.hoy.com.ec, Artículos Diario Hoy “Año 2008 deja grandes ventas en autos, pero el 2009 es incierto”, publicado el 4 de Diciembre del 2008. Fecha de última visita: Mayo del 2009, Guayaquil - Ecuador
- “Análisis del Sector Automotor Ecuatoriano”, Autor: Ing. Jaime Ortega Bardellini.
- www.chevrolet.com.ec, Sección “precios y cotizaciones de automóviles”. Fecha de última visita: Mayo del 2009, Guayaquil – Ecuador.
- Código Interno de Trabajo para empleados de Chevrolet. Datos proporcionados por la empresa, Vigente para el año 2009.