

Auditoría del Rubro Ventas – Cuentas por Cobrar de una Empresa Dedicada a la Producción e Importación de Cereales Desde el 1 de Enero al 30 de Septiembre del Año 2008, Ubicada en la Ciudad de Guayaquil

Janett Loja ⁽¹⁾, Evelyn Peña ⁽²⁾, Roberto Merchán ⁽³⁾
Estudiantes de Ingeniería en Auditoría y Control de Gestión ⁽¹⁾⁽²⁾, Ingeniero Comercial ⁽³⁾
Instituto de Ciencias Matemáticas
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus “Gustavo Galindo V.”, Km. 30.5, vía Perimetral
Apartado 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador
janetth.loja@consultingtax.com.ec ⁽¹⁾, evelyn.pena@ec.pwc.com ⁽²⁾, roberto.merchan@ec.pwc.com ⁽³⁾

Resumen

El mundo empresarial no podría existir sin información financiera confiable. Todos los usuarios de los Estados Financieros basan sus decisiones en la realidad que ellos presentan, el banquero que va a decidir si otorga el préstamo o no, el accionista que va a tomar la decisión de comprar o vender valores, el gobierno al obtener ingresos provenientes del impuesto a la renta. Este es el razonamiento que origina la necesidad de formar individuos con suficiente competencia e integridad profesional dentro del área contable, capaces de ejecutar auditorías independientes.

Esta es la razón por la que hemos tomado la iniciativa de desarrollar un plan y programa de Auditoría Financiera a una empresa dedicada a la producción e importación de cereales ubicada en la ciudad de Guayaquil. Y del mismo modo desarrollar procedimientos para probar la veracidad de la información presentada dentro del rubro Ventas – Cuentas por Cobrar.

En la presente tesis se podrá observar el conocimiento de la compañía auditada, su estructura organizacional, sus políticas contables y de control interno. Del mismo modo se podrá ver la Estrategia de Auditoría desarrollado y los resultados de la ejecución de los procedimientos de auditoría, las conclusiones y recomendaciones.

Palabras Claves: *Estrategia de Auditoría.*

Abstract

The managerial world might not exist without financial reliable information. All the users of the Financial statements base its decisions on the reality that they present, the banker who is going to decide if it grants the lending or not, the shareholder who is going to take the decision to buy or sell values, the government on having obtained income from the tax to the revenue. This one is the reasoning that originates the need to form individuals with sufficient competition and professional integrity inside the countable area, capable of executing independent audits.

This one is the reason for which we have taken the initiative to develop a plan and program of Financial Audit to a company dedicated to the phroducción and import of cereals located in the city of Guayaquil. And in the same way to develop procedures to prove the veracity of the information presented inside the item Sales - Accounts for Charging.

In the present thesis it will be possible observe the knowledge of the audited company, its structure organizacional, countable policies and of internal control. In the same way the Strategy of Audit will be able to meet developed and the results of the execution of the procedures of audit, the conclusions and recommendations.

Key Words: *Strategy of Audit.*

1. Marco Teórico

La palabra auditoría viene del latín auditorius lo cual significa tener la virtud de oír. Se puede definir auditoría como un proceso sistemático encaminado a obtener y evaluar de manera objetiva las evidencias de las actividades económicas y otros acontecimientos relacionados con el fin de determinar el grado de correspondencia entre esas afirmaciones y los criterios establecidos, para luego comunicar los resultados a las personas interesadas. Se practica por profesionales calificados e independientes, de conformidad con normas y procedimientos técnicos.

1.1. Tipos de Auditoría

Auditoría de los estados financieros.- Comprende el balance general y los estados conexos de resultados, de utilidades retenidas y de flujo de efectivo. La finalidad es determinar si han sido preparados de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

Auditoría de cumplimiento.- La realización de la auditoría de cumplimiento depende de la existencia de datos verificables y de criterios o normas reconocidas, como las leyes y regulaciones o las políticas y procedimientos de una organización.

1.2. Etapas de la Auditoría

Planificación de la Auditoría

Una correcta planificación incluye investigar al cliente potencial antes de decidir si se acepta o no la auditoría. En la investigación es necesario comunicarse con los auditores anteriores. Esta etapa es muy importante porque los auditores no van a desear aceptar a un cliente con pésimos antecedentes.

Plan de auditoría.- es un resumen que describe la naturaleza y las características del cliente, así como la estrategia global que se aplicará:

- Objetivos de la auditoría.
- Naturaleza y alcance de otros servicios.
- Tiempo y programación del trabajo de auditoría.
- Descripción del cliente y de su entorno.
- Necesidades del personal durante la auditoría.
- Discusión con el equipo respecto a los riesgos más importantes.
- Juicios preliminares sobre los niveles de materialidad de la auditoría.

Presupuestos de tiempo.- se calcula estimando el tiempo de cada paso del programa para los diversos niveles de auditores y sumando las cantidades estimadas.

Programa de auditoría.- es una lista detallada de los procedimientos que se llevarán a cabo durante la auditoría.

El programa de auditoría suele dividirse en dos grandes secciones.

- Eficiencia de los controles internos del cliente: incluye normalmente conocer los controles de cada ciclo de transacciones, preparar un diagrama de flujo para cada ciclo, probar los controles más importantes y determinar el riesgo de control de las afirmaciones relacionadas con los estados financieros.
- Pruebas sustantivas del contenido de los estados financieros: esta parte del programa suele organizarse a partir de las cuentas más importantes del balance general, entre ellas las cuentas por cobrar, los inventarios, la planta y equipo.

Ejecución

Esta etapa es sin duda la más importante para la evaluación de los estados financieros. Es por esta razón que las auditorías son divididas por etapas las cuales garantizan la eficiencia de la ejecución de la auditoría. Las etapas son:

- Ejecución de pruebas de cumplimiento.
- Ejecución de pruebas sustantivas.
- Documentación de hallazgos.

Finalización

La finalización de la auditoría se encierra en la preparación y emisión del informe al cliente, en el cual se indica los detalles u observaciones en el trabajo de auditoría.

2. Conocimiento del Negocio

En el presente capítulo conoceremos el ambiente de trabajo del cliente donde vamos a realizar la auditoría. Comenzaremos por detallar los antecedentes, accionistas, misión, visión, políticas, productos que ofrece, etc.

2.1. Antecedentes

La compañía CERELITO S.A. es una empresa dedicada principalmente a la importación y comercialización de cereales a nivel nacional. En la actualidad la compañía se encuentra ubicada en el Km. 9.5 Vía a la Costa.

2.2. Clientes

Los principales clientes de CERELITO S.A. lo conforman los supermercados a nivel naciones, los cuales son: Supermaxi y Megamaxi, Mi Comisariato y Tiendas Industriales Asociadas (TIA).

2.3. Compañías Relacionadas

- Mc Crow Company Inc.
- Grupo de Cereales Mc Crow Venezuela
- Grupo de Cereales Mc Crow Colombia
- Grupo de Cereales Mc Crow México
- Grupo de Cereales Mc Crow Guatemala
- Mc Crow Servicios México

2.4. Misión

La misión de la empresa refleja de mejor manera el entorno en el que opera y la estrategia para convertirse en la Compañía de Alimentos de Elección.

La misión de Cerelito S.A. es:

“Impulsar el crecimiento sostenido a través del poder de nuestra gente y de nuestras marcas, satisfaciendo mejor las necesidades de nuestros consumidores, clientes y comunidades”

2.5. Visión

Aspirar a ser la Compañía de Alimentos de Elección, en lugar de ser la Acción de Elección en el mercado de alimentos, es más incluyente para los socios clave

La visión de la empresa es:

“Ser la compañía de alimentos de elección”

2.6. Objetivos Estratégicos

- Crecer en participación de mercado, el cual actualmente se encuentra en aproximadamente 65%.

- Incremento en sus ventas del 15% con respecto al último año.
- Como objetivo de la compañía se ha propuesto mediante los KValues realizar evaluaciones anuales de sus empleados con premiaciones para aquellas personas que aporten fundamentalmente a la empresa.
- La compañía espera a finales del 2007 pasar a ser Mc Crow Ecuador S.A.

2.7. Productos y Marcas

La compañía maneja dos marcas, y cada una presenta varios productos:

- Mc Crow: Hojuelas de Maíz, Arroz Crocante, Otras presentaciones
- K & K: Hojuelitas, Cere Fruit, Cere Choco, All Trigo.

2.8. Estructura Organizacional

La estructura organizacional de la compañía es sencilla con una Gerencia General, y Gerencias para las unidades de Finanzas, Operaciones y Ventas. En los últimos años no han existido cambios importantes dentro de la organización. Sin embargo, en el área de ventas, la estabilidad depende de los resultados obtenidos.

2.9. Gobierno Corporativo

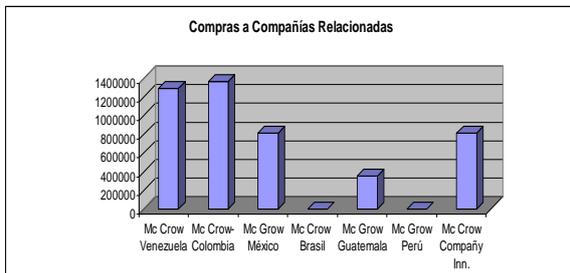
Cerelito S.A. forma parte del grupo Mc Crow debe reportar mensualmente sus EF's a Casa Matriz, según la fecha de corte establecida por Casa Matriz la cual no siempre coincide con la fecha calendario; adicionalmente debe cumplir con el envío por parte de Gerente General de algunos reportes de control enfocados principalmente en indicadores de ventas y de producción.

2.10. Aspectos relacionados al giro del negocio

Compras

Cerelito S.A. es una compañía que tiene proveedores locales y en el exterior. La compañía tiene que importar productos de sus relacionadas para poder satisfacer la demanda. En el cuadro siguiente podemos ver la distribución de las compras a las compañías relacionadas.

FIGURA 2. 1: COMPRAS A CÍAS. RELACIONADAS

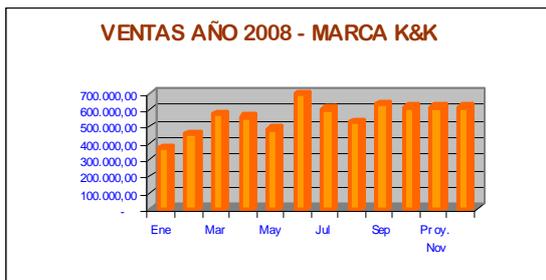


Fuente: Información Cerelito S.A.

Ventas

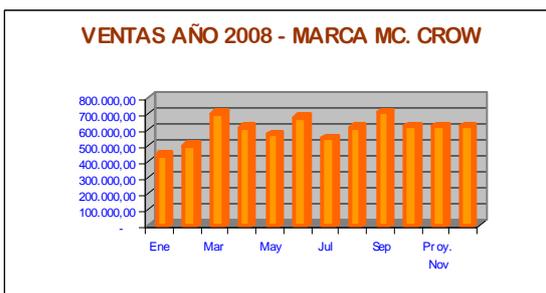
Se ha analizado las ventas mensuales de la compañía del año 2008 hasta septiembre y se realizó una proyección de las mismas a diciembre.

FIGURA 2. 2: VENTAS AÑO 2008 – MARCA K & K



Fuente: Información Cerelitos S.A

FIGURA 2. 2: VENTAS AÑO 2008 – MARCA MC. CROW



Fuente: Información Cerelitos S.A

2.11. Posición Financiera

Cerelito S.A. mantiene un buen ritmo de ventas por lo que espera que al finalizar el año haya superado las ventas del año anterior, e incluso espera incrementar su participación en el mercado, puesto que actualmente tiene un 65% de cuota.

La Compañía no posee otros segmentos de negocio en otras localidades fuera del país. Recordemos que Cerelito S.A. es una filial del Grupo de Cereales Mc Crow cuya casa matriz está ubicada en EEUU.

2.12. Riesgo Fraude

El propósito de la ISA 240 es establecer principios básicos y procedimientos esenciales que brinden una guía al auditor en materia de considerar un fraude dentro de la auditoría de los estados financieros. Existen dos tipos de afectación intencional que son:

- Reporte fraudulento de estados financieros, y;
- Apropiación indebida de activos.

Los riesgos determinados durante la auditoría deben ser analizados y evaluados, y posteriormente deben ser documentados en una matriz denominada resumen de satisfacción de auditoría. El escepticismo profesional es una herramienta muy importante al momento de la evaluación del riesgo.

Para la evaluación del fraude se realizaron indagaciones adecuadas al personal clave de la compañía y se obtuvo la información apropiada para permitirme identificar y evaluar las circunstancias y relaciones que podrían causar algún tipo de fraude. Se realizó una reunión inicial con la gerencia: el Gerente Financiero, Contadora General, la Jefa de Recursos Humanos.

No se identificaron factores de riesgos de fraudes ni en el proceso de aceptación del cliente, ni mediante nuestra evaluación con la gerencia, tampoco identificamos riesgos significativos de malversación de activos y las cuentas y transacciones susceptibles de fraude están cubiertas contra el fraude mediante los controles establecidos por la administración.

2.13. Materialidad

De acuerdo con las normas internacionales auditoría ISA 520, de debe establecer niveles de significatividad dependiendo de su relación con el riesgo de auditoría, y de acuerdo a la ISA 240 se deben documentar dichos niveles como Materialidad de Global (General), Materialidad de Planificación (Planificación).

$$\text{Materialidad Global } 5\%: \$ 1,751,792 * 5\% = \$ 87,590$$

Materialidad de Planificación (25% de recorte)
 Materialidad Global * 75% = 87,590 * 75% = \$
 65,692

2.14. Identificación de Riesgos Claves

Hemos identificado los riesgos claves de auditoría (De acuerdo a la ISA 315), se presentan a continuación en una Matriz de Satisfacción de Auditoría:

TABLA 2. 1: MATRIZ DE SATISFACCIÓN DE AUDITORÍA

Riesgos Claves
<p>Concentración de la cartera</p> <p>La cartera se encuentra segmentada en pocos clientes los cuales captan aproximadamente el 70% de la misma. Una posible contracción económica afectaría a la recuperación puntual y eficiente de dicha cartera, con problemas de fondeo para la Compañía.</p>
<p>Valuación de maquinaria improductiva</p> <p>Existe una maquinaria envasadora cuyo saldo neto en que se encuentra improductiva y no se ha determinado un valor probable de venta.</p>
<p>Valuación del inventario</p> <p>El método de valuación de inventarios podría no ser exacto.</p>
<p>Incremento en la competencia de productos</p> <p>Existen nuevos competidores que están ganando mercado como Nestle que con su nueva gama de cereales ha quitado cierta cuota de mercado a Cerelito S.A. Las ventas de cereales al granel se ha reducido con respecto al año anterior nos informó la gerencia.</p>

Fuente: Información Cerelitos S.A

2.15. Estrategia y Plan de Auditoría

A continuación presentamos el Plan de auditoría a desarrollarse en la empresa:

Cuentas por Cobrar
<p><u>Pruebas de controles realizadas y nivel de satisfacción obtenido</u> Relevamiento del procedimiento de ventas -CxC- Cobranza y compras - cuentas por pagar y pruebas de controles (V)</p>
<p><u>Pruebas analíticas sustantivas efectuadas</u> a) Revisión de suficiencia de provisión para cubrir cuentas incobrables. b) Revisión de otras cuentas por cobrar.</p>
<p><u>Pruebas sustantivas de detalle efectuadas</u> c) Confirmaciones de CxC y Cías Relacionadas. d) Seguimiento de confirmaciones no recibidas. e) Corte de Facturación. d) Confirmaciones no recibidas de relacionadas.</p>

3. Auditoría del Rubro Ventas –Cuentas por Cobrar - Cobranzas

En el presente capítulo se presentan las diferentes pruebas que se pueden realizar en la auditoría del rubro Ventas – Cuentas por Cobrar.

3.1. Circularización de Clientes con corte al 30 de septiembre del 2008

La primera prueba realizada es la circularización de la cartera de Clientes de Cerelito S.A.

Objetivo

El objetivo de esta prueba es obtener evidencia de la existencia, exactitud e integridad de los saldos en cuentas por cobrar que la compañía presenta en sus Estados Financieros. Además nos interesa probar que los saldos hayan sido registrados en el período correcto y que sean deudas de las cuales la compañía es el beneficiario.

Procedimientos

Primero: Pedir a la contadora de Cerelito S.A. Ecuador el detalle de la cartera del cliente.

Segundo: Solicitar el auxiliar de las cuentas por cobrar de los clientes al 31 de septiembre del 2008.

Tercero: Elaborar un detalle de circularización, en el cual se incluyan los saldos según libros de los clientes circularizados.

Cuarto: Proceder al envío de solicitudes de confirmación a los clientes circularizados con fecha de corte al 30 de Septiembre del 2008.

Quinto: Elaborar un archivo en el cual se incluya una copia de las cartas enviadas.

Sexto: Verificar que los valores que contesten los clientes correspondan a los que la compañía presenta.

Séptimo: Documentamos los hallazgos que surjan de la prueba.

Desarrollo de la Prueba

1. Población

Para la ejecución de esta prueba hemos seleccionado como población a las Cuentas por Cobrar desde el 1 de enero hasta el 30 de septiembre del 2008.

Cuentas por Cobrar Clientes: \$ 1,852,925
Número de Clientes: 64

2. Definición del error

Se considera erróneas las confirmaciones que tengan saldo diferente al encontrado en estados financieros y que estas diferencias sean superiores a la materialidad de planificación \$ 65,692. O las confirmaciones que no sean contestadas por los clientes.

3. Base de selección

Para el desarrollo de nuestra prueba se seleccionaron las partidas más importantes, se envía cartas de confirmación a 15 clientes cuyos saldos son superiores a \$15, 000 y con los cual cubrimos el 90% de la cartera.

4. Resultados

A continuación podemos ver el detalle de confirmaciones enviadas:

NOMBRE	RESPUESTA		Saldo Confirmado	Saldo Según Libros	Diferencia	Observaciones
	S	NO				
El Rosado SA.		X	-	\$ 564,027	-\$ 564,026.58	Ver procedimiento aliento
Supermercados La Favonita C.A.		X	-	\$ 514,800	-\$ 514,800.37	Ver procedimiento aliento
Representaciones AMSA SA.	X		28,862.58	\$ 35,725	-\$ 6,862.42	Ver procedimiento aliento
Cevallos Padilla Giovany	X		\$ 26,517	\$ 26,517	\$ 0.00	Probado
Alpina Productos Alimenticios ALPIE	X		\$ 26,222	\$ 26,222	\$ 0.00	Probado
Tiendas Industriales Asociadas TIA	X		\$ 209,452	\$ 209,442	\$ 10.00	Probado
SURITODO	X		\$ 39,702	\$ 39,702	\$ 0.00	Probado
PRODISPRO	X		\$ 17,110	\$ 17,100	\$ 10.00	Probado
Disetal SA.	X		\$ 43,654	\$ 43,654	\$ 0.00	Probado
Mega Santamaria SA.	X		\$ 57,766	\$ 57,766	\$ 0.00	Probado
Distribidora JCC CIA. LTDA.	X		\$ 44,227	\$ 44,227	\$ 0.00	Probado
Magda Espinosa Cia. Ltda.	X		\$ 17,497	\$ 17,497	\$ 0.00	Probado
Mafia Looor Didier	X		\$ 19,745	\$ 19,745	\$ 0.00	Probado
Gerardo Ortiz e Hijos Cia. Ltda.	X		\$ 16,009	\$ 16,009	\$ 0.00	Probado
Granda Tomas Marcelo Fabian	X		\$ 19,139	\$ 19,139	\$ 0.00	Probado
TOTAL				\$ 1,651,571.78		
TOTAL PROBADO				\$ 1,651,572		
TOTAL GENERAL DE CLIENTES				\$ 1,827,442		
COBERTURA DE LA PRUEBA				90%		
No Probado				\$ 175,871		

Fuente: Información Cerelito S.A.

3.2. Análisis de antigüedad de la cartera de Cerelito S.A.

Objetivo

El objetivo es probar que los saldos expuestos en los estados financieros existen y son propiedad de Cerelito S.A.

Procedimientos

Primero: Para poder efectuar la prueba solicitamos a la compañía, en este caso a la Contadora - C.P.A Gabriela Rodríguez Campoverde, los Estados Financieros de la compañía con corte al 30 de septiembre del 2008.

Segundo: Solicitar los auxiliares de cartera a la Jefa de Cobranzas – Sra. Magali Mesa con corte al 30 de septiembre del 2008.

Tercero: Verificar que los valores presentados en los auxiliares de la compañía correspondan al valor presentado en los Estados Financieros al 30 de septiembre del 2008.

Cuarto: Solicitar que las diferencias que resultaron de nuestro calculo sean aclaradas y justificadas.

Desarrollo de la Prueba

1. Población

Para la ejecución de esta prueba hemos seleccionado como población a las Cuentas por Cobrar desde el 1 de enero hasta el 30 de septiembre del 2008.

Cuentas por Cobrar Clientes: \$ 1,852,925
Número de Clientes: 64

2. Definición del error

Para el desarrollo de nuestra prueba definimos como error:

- Aquellas partidas cuya antigüedad sea superior a 365 días y no se encuentren provisionadas, o que no se les haya efectuado seguimiento.
- Partidas superiores a 91 días que sean consideradas como incobrables.

3. Base de selección

Para realizar la prueba se seleccionaron el 100% de las partidas pendientes de cobro para el análisis de antigüedad de cartera.

Con respecto a las partidas cuyo vencimiento es superior a 91 días, se seleccionaron los tres principales clientes (Mi Comisariato, Mega Santa María, Disretail) con lo cual cubrimos el 85% de esa cartera.

4. Resultados

La concentración de la cartera se encuentra en Importadora El Rosado (31%), Supermercados La Favorita (28%), y Tiendas Industriales Asociadas (11%); de los cuales es Importadora El Rosado quien presenta el nivel más alto de cartera vencida (6%) sobre el total de la cartera, lo cual obedece a que este es un cliente cuya práctica es pagar a sus proveedores con ciertos días de retraso, por lo cual de la revisión a la Importadora El Rosado muestra retrasos sobre el promedio de días de cobro (aproximadamente 30 y 90 días de retraso), lo cual es coherente si analizamos que del total de la cartera vencida de este cliente aproximadamente el 57% presenta vencimientos más de 90 días.

La cartera antigua mayor a 90 días está compuesta principalmente por tres clientes: El Rosado S.A., Mega Santamaría y Disretail.

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1. Conclusiones

Una vez que se ha definido el área del negocio, la materialidad (global y de planificación), el control interno, identificación de riesgos claves, etc. Así como también de haber realizado las respectivas pruebas al rubro Ingresos – Cuentas por cobrar (enero a septiembre de 2008), tales como:

- Circularización de Clientes con corte al 30 de septiembre del 2008.
- Análisis de antigüedad de la cartera de Cerelito S.A.
- Procedimientos Alternos para cartas de confirmación enviadas y no recibidas
- Corte de Documentos de Facturación, Notas de Débito y Notas de Crédito.

De lo mencionado anteriormente, podemos concluir lo siguiente:

- Todas las diferencias encontradas al realizar la prueba de circularización de clientes son inferiores a la materialidad de planificación (\$ 65,692), además cabe recalcar que con esta prueba se cubre el 90% de la cartera, por lo que podemos concluir que la prueba realizada es altamente confiable.
- Los saldos vencidos de cuentas por cobrar a la fecha que refleja la compañía, representa tan solo el 13% de la cartera total, con lo que concluimos que el seguimiento que realiza el departamento de cobranza a los clientes es relativamente bueno, aunque se lo podría mejorar para reducir el porcentaje de la cartera vencida.
- La prueba realizada para verificar el corte de documentos es altamente confiable, debido a que no se encontró error alguno en la muestra seleccionada, es decir todos los documentos se encontraban debidamente registrados en el periodo correcto.

4.2. Recomendaciones

Después de haber realizado las pruebas y de haber identificado errores menores que no afectan de manera significativa la presentación de estados financieros, podemos recomendar lo siguiente:

- Aunque la compañía refleja una correcta provisión para cuentas incobrables, se sugiere

evaluar la posibilidad de definir otros criterios para la constitución de las provisiones de dichas cuentas, por ejemplo se pueden considerar aspectos tales como: tiempo de la deuda, la situación financiera del cliente, referencias del cliente, etc.

- Se ha identificado que a la fecha de corte del presente trabajo (30 septiembre de 2008), Cerelito S.A. mantiene valores por concepto de provisión de cuentas incobrables que superan los cinco años de antigüedad. Y aunque dichos valores no son significativos, se recomienda que se realicen los ajustes respectivos según lo que nos indica la norma contable (máximo hasta cinco años se pueden tener valores provisionados por incobrabilidad).

5. Referencias

- [1] Whittington y Panny. “Principios de Auditoría”, Editorial Mc Graw Hill, Décimocuarta edición, Páginas consultadas: “Planeación de la auditoría”. Págs: 162 – 179, “Control interno”. Págs: 212-236.
- [2] Normas ecuatorianas de contabilidad y Normas ecuatorianas de auditoría: Papers Corporación Edi-Ábaco Cía Ltda. NEC’s consultadas: 1, 2 y 9. NEA’s consultadas: 5, 7, 8, 9, 10, 13, 15, 16, 18, 15.
- [3] Etapas de la auditoría. Disponible en el sitio web: <http://www.gestiopolis.com/canales5/fin/defigaud.htm>. Fecha última de consulta: noviembre 10 de 2008.
- [4] Clasificación de la auditoría: Disponible en el sitio web: <http://www.monografias.com/trabajos14/auditoria/auditoria.shtml>. Fecha última de consulta: noviembre 15 de 2008.