



# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



Revista Tecnológica ESPOL, Vol. xx, N. xx, pp-pp, (Febrero, 2010)

## “AUDITORÍA DEL RUBRO COMPRAS - CUENTAS POR PAGAR DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE POR EL PERÍODO TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008”

Lourdes Marisol Paredes Maruri <sup>(1)</sup>, Silvia Romero <sup>(2)</sup>, Ing. Roberto Merchán <sup>(3)</sup>  
Estudiantes de Ingeniería en Auditoría y Control de Gestión <sup>(1)(2)</sup>, Ingeniero Comercial <sup>(3)</sup>

Instituto de Ciencias Matemáticas

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Campus “Gustavo Galindo V.”, Km. 30.5, vía Perimetral

Apartado 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador

[lparedes@espol.edu.ec](mailto:lparedes@espol.edu.ec) <sup>(1)</sup>, [sjromero@espol.edu.ec](mailto:sjromero@espol.edu.ec) <sup>(2)</sup>, [roberto.merchan@ec.pwc.com](mailto:roberto.merchan@ec.pwc.com) <sup>(3)</sup>

### Resumen

*Este trabajo consistió en la realización de la Auditoría Financiera al Rubro Compras - Cuentas por Pagar de una Empresa dedicada a la Publicidad al aire libre.*

*El objetivo de este trabajo es dar a conocer mediante una revisión analítica y determinante a los estados financieros de Empresa, un criterio acerca de la razonabilidad de las cuentas, así como el cumplimiento de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA).*

*Para esto se procedió a realizar el respectivo análisis del riesgo de fraude obteniendo así la matriz de riesgos, la misma que influirá en la elaboración del plan de auditoría. Se realizó el cálculo de la materialidad de acuerdo a lo que establecen las NIA 240, los procedimientos analíticos preliminares y el análisis de los componentes del control interno de la empresa; para luego definir la estrategia de auditoría, la misma que se basa en una confianza moderada en controles. Finalmente se desarrollo las pruebas sustantivas de los rubros antes mencionados.*

**Palabras claves:** *estrategia de auditoría, pruebas sustantivas*

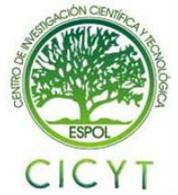
### Abstract

*This work consisted of conducting the financial audit to the payable account – shopping item of a company dedicated t outdoor advertising.*

*The development target of this paper is to show through and analytical and determining review the Company’s financial statements, a criterion on of the reasonableness of the accounts and compliance with generally accepted accounting principles.*

*For this, one proceeded to perform the respective analysis of the risk of fraud and obtaining the risk matrix, the same that influence on the development of the audit plan. There was realized the calculation the matter according to what is provided according ISA 240, analytical procedures and preliminary analysis of the internal control component of the company, to then, define our audit strategy, which is based on controls moderate trusts. Finally, it developed substantive tests of the items mentioned above.*

**Key words:** *audit strategy, substantive test*



## 1. Introducción

Esta tesina consistió en la realización de una auditoría financiera a los rubros de compras – cuentas por pagar de una empresa dedicada a la publicidad al aire libre. El desarrollo de este trabajo esta dividió en cuatro capítulos que abarca: Marco Teórico, Planificación de la Auditoría, Ejecución y finalmente se da a conocer conclusiones y recomendaciones.

## 2. Marco Teórico

La auditoría es un examen especial que se efectúa para emitir una opinión de que los estados financieros son razonablemente presentados de acuerdo al marco legal. El trabajo del auditor es revisar los estados financieros de acuerdo a criterios o procedimientos de auditoría y recopilar evidencia para poder expresar una opinión.

Los estados financieros deben ser preparados de acuerdo a Normas Ecuatorianas de Contabilidad. Sin embargo para realizar auditorías también existen lineamientos que todo proceso de auditoría debe seguir, las cuales se van aplicar de acuerdo al tipo de auditoría que se vaya a realizar; para nuestro caso desarrollaremos una auditoría financiera; la normativa a seguir son las Normas Internacionales de Auditoría.

## 3. Planificación de la Auditoría

### 3.1 Conocimiento del Negocio

La empresa Publicidad S.A. se encuentra ubicada en el Norte de la ciudad de Guayaquil, fue constituida el 27 de Marzo de 2003 como una sociedad anonima dedicada a la publicidad al aire libre.

La empresa se encuentra legalmente constituida, registrada en el SRI y reconocida por la Superintendencia de Compañías.

#### 3.1.1 Visión

Ser la empresa líder de Trade Marketing y acciones BTL que por su nivel de servicio y efectividad se consolide como el mejor aliado estratégico de cada uno de sus clientes, proyectándose a un crecimiento internacional.

#### 3.1.2 Misión

Somos una agencia ecuatoriana que ofrece a sus clientes complementar, impulsar y consolidar sus estrategias de mercado y objetivos de venta a través de la planificación, coordinación y ejecución de planes especializados en Trade Marketing y acciones BTL. Nuestro compromiso es ser el mejor aliado estratégico de nuestros clientes, brindándoles siempre soluciones con alto nivel de creatividad, calidad, rapidez y efectividad.

### 3.1.3 Entorno Macroeconómico

Consideramos que el principal impacto macroeconómico que podría afrontar la empresa es condiciones de recesión o decrecimiento económico, ya que lo primero que se recorta es el gasto publicitario por ser uno de los gastos más flexibles en los presupuestos generales, mientras que en períodos de crecimiento económico la inversión publicitaria estará directamente relacionada con el volumen de ventas que la empresa mantiene y proyecta, como apoyo a sus estrategias.

### 3.1.4 Competencia Directa

Actualmente el mercado de las agencias de publicidad se encuentra repartido, debido a que las empresas que normalmente las contratan no sólo tienen un producto, razón por la que usan una agencia para cada línea de producto, como por ejemplo Unilever-Andina, Colgate-Palmolive, Mercantil Garzozzi, entre otras, que tienen a su disposición una agencia por cada línea de producto de la empresa.

Por esta razón PUBLICIDAD S.A. ocupa el sexto lugar con una participación del 6,2%, caracterizándose por ofrecer un servicio de óptima calidad, satisfaciendo a sus clientes para de esa manera mantenerlos y ganar prestigio para abarcar el amplio mercado que aun no se encuentra satisfecho.

### 3.1.5 Estructura Organizacional

La empresa cuenta con una estructura organizacional en la que existen buenos canales de comunicación entre departamentos, además cuenta con una adecuada segregación de funciones ya que cada una de las áreas departamentales tiene sus objetivos definidos. La compañía consta de 121 empleados y todos están en rol.

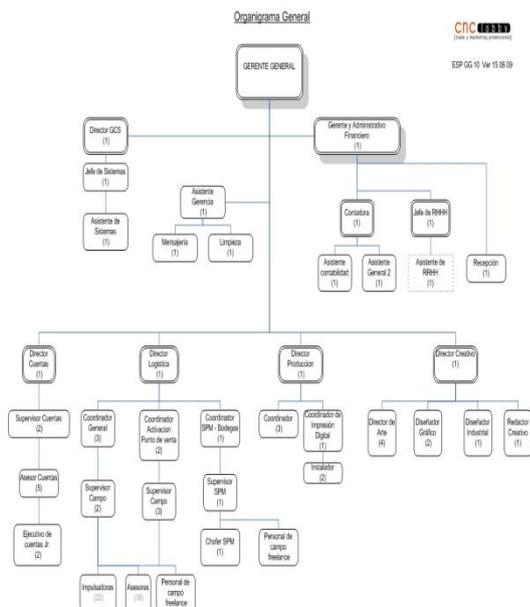


Figura 1

### 3.1.6 Razones Financieras

Para la evaluación financiera de PUBLICIDAD S.A., se analizará los principales índices financieros de la gestión efectuada por la Compañía, los mismos que se detallan a continuación:

Tabla 1. Índices Financieros

Razón	Formula	Año	
		2007	2008
Índice de Líquidez	Activo Corriente	1,01	1,48
	Pasivo Corriente		
Razón de Deuda	Pasivo Total	0,84	0,6
	Activo Total		
Rotación de Activo	Ventas Netas	1,49	3,43
	Activo Total		
Margen Neto de Utilidades	Utilidad Neta	7,44	5,47
	Ventas Netas		

### 3.1.7 Políticas Contables

Los estados financieros son preparados y presentados de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, las Normas Ecuatorianas de Contabilidad, Normas Ecuatorianas de Auditoría.

**Caja – Banco.-** Incluye efectivo en bancos de libre disponibilidad.

**Activos Fijos.-** Están registrados al costo de adquisición. El costo es depreciado de acuerdo con el método de línea recta en función de los años de vida útil estimada, en base a los siguientes porcentajes anuales:

- Edificios 5%
- Muebles y Enseres 10%
- Vehículos y Camiones 20%
- Equipos de Computación 33%

**Otros Activos Diferidos.-** Para el grupo de estos activos se encuentran en dólares y se refleja el precio al costo, menos la amortización acumulada.

**Ingresos.-** El ingreso se reconoce cuando se emite la factura que es durante la realización del evento.

**Gastos.-** Se reconocen en el período que se efectúan.

**Participación de los trabajadores en las utilidades.-** El 15% de la utilidad anual que la compañía debe reconocer por concepto de participación laboral de las utilidades es registrado con cargo a los resultados del ejercicio en que se devengan, con base en las sumas por pagar exigibles

**Pasivos Diferidos.-** hay pagos anticipados de los clientes que no han sido devengados en el mismo periodo.

**Impuesto a la renta.-** Este es calculado sobre la base imponible, entendiéndose por tal, el monto de la Utilidad Contable menos el 15 % participación de trabajadores, Incremento Neto de Trabajadores y Gastos no deducibles. A esta base imponible se le calcula el 25%.

### 3.2 Riesgo Fraude

Se debe contemplar la posibilidad de riesgo de error significativo en los estados financieros como consecuencia del riesgo de malversación de activos e informes fraudulentos.

Las cinco condiciones que generalmente se presentan en una posible situación de fraude son:

- Relacionado con los gastos de transporte para la realización de un Proyecto.
- Riesgo asociado en incluir gastos que no serán utilizados para la realización del proyecto.
- Emisión de recibos falsos.
- Relacionado con el uso inadecuado de efectivo.
- Relacionado con el registro de ingreso.



# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



Durante la planeación la norma establece que se deben realizar procedimientos analíticos preliminares con el fin de identificar relaciones poco usuales que conlleven a un error material en la presentación de los Estados financieros.

En esta etapa realizamos indagaciones al Gerente General sobre la evaluación del riesgo de fraude, si tiene conocimiento de algún fraude o sospecha de fraude y los controles que la organización ha establecido para prevenir, detener y detectar fraudes. En caso de que las respuestas recibidas no produzcan un alto nivel de satisfacción de auditoría debemos recurrir a información adicional para cubrir todas las inconsistencias. Además también se deben realizar indagaciones a otras personas de la empresa, tales como: empleados de niveles jerárquicos menores, empleados relacionados en el inicio y registro de transacciones poco usuales o no pertenecientes al giro del negocio.

### 3.2.1 Respuesta de Auditoría

Dentro del plan de auditoría se han planificado pruebas de vulneración de controles por parte de la gerencia.

Finalizada la etapa de presuntas e indagaciones a la gerencia sobre los riesgos de fraude presentes; el equipo de auditoría prosiguió a validar los controles ejercidos por la gerencia para medir la confianza de los mismos.

A continuación se presentan las respuestas a las pruebas realizadas por el equipo de auditoría:

**Riesgo 1.-** Examen de documentos de respaldo para determinar su razonabilidad y autenticidad (facturas de proveedores, reportes de recepción, ordenes de comprar y requisiciones de compra).

**Riesgo 2.-** Revisión del presupuesto de gastos vs gastos reales. Para esta prueba debemos tener confianza en el presupuesto, bases de preparación, revisión, aprobación etc.

**Riesgo 3.-** Verificar si se registran correctamente los gastos de viaje siguiendo la política contable de la empresa, que cada gasto este respaldado con algún documento.

**Riesgo 4.-** Conciliar los créditos totales en el estado de cuenta bancario con los totales en el diario de ingresos en efectivo. Seguimientos a los cheques pendientes de cobro y de los avisos de cancelaciones de pago.

**Riesgo 5.-** Revisión en el diario general que estén registrados los asientos de ajustes correspondientes a dicha cuenta.

### 3.3 Materialidad

La materialidad es una estimación inicial del margen de error que puede influir probablemente en el juicio de una persona que se base en los estados financieros, en dos categorías: Materialidad Global y Materialidad de Planificación.

#### 3.3.1 Cálculos de la Materialidad Global

Existen varios métodos para obtener la materialidad global y eso va a depender del criterio profesional del auditor, sin embargo existen ciertas reglas prácticas que se pueden seguir.

Para nuestro caso en particular hemos tomado como base los Ingresos por ventas del Estado de Resultados del 2008, sobre la cual aplicaremos un porcentaje del 0,5% para establecer la materialidad global.

**Tabla 2.** Cálculo de la materialidad global

(En dólares)

Ingresos por ventas	1758701,81
0,5% Materialidad Global	8793,51

#### 3.3.2 Cálculos de la Materialidad de Planificación

La materialidad de planificación, consiste en tomar un porcentaje que va del 25% al 50% de la materialidad global, el porcentaje a seleccionar dependerá del nivel de riesgo de la empresa; por lo general se aplica la materialidad de planificación para verificar la razonabilidad de los saldos de las cuentas de los estados financieros.

Hemos considerado aplicar un porcentaje del 50% sobre la materialidad global puesto que PUBLICIDAD S.A. es una empresa en la cual recién se están elaborando manuales de procedimientos.

Se va analizar todas aquellas cuentas de los estados financieros que sobrepasen ese umbral para establecer la existencia o no de errores materiales.

Cabe recalcar que la sumatoria de aquellas cuentas que no fueron seleccionadas para el análisis no debe

sobrepasar la materialidad global; si ese llegara a ser el caso se escogerá de todas esas cuentas aquellas que el auditor crea que tiene importancia en el desarrollo de la compañía.

**Tabla 3. Cálculo de la materialidad de planificación**

(En dólares)

Materialidad Global	8793,51
50% Materialidad de Planificación	4396,76

### 3.4 Control Interno Coso

El COSO es la estructura del control interno ideal que deberían tener las empresas y basadas en estas pautas se definen las estructuras de control interno, sin embargo esto no es obligación de utilizar en las empresas. A continuación se dará a conocer los componentes del Coso.

#### 3.4.1 Ambiente de Control

PUBLICIDAD S.A. cuenta con un control interno eficaz pero sobre todo cuenta con un personal calificado, con grandes conocimientos técnicos.

La compañía ha establecido normas de conducta, reglamento interno del personal y manuales de funciones para cada una de las áreas existentes en la compañía, con el fin de que el personal conozca cuales son las actividades a ejercer dentro de ellas, como debe ser su conducta en la misma.

#### 3.4.2 Evaluación de riesgos

En el año 2008 PUBLICIDAD S.A. implemento un software para mejorar sus canales de comunicación llamado Sistema de Gestión Administrativo, durante este periodo de adaptación, se noto cierta lentitud en los procesos, pero con la debida supervisión estos fueron mejorando.

En este año también la empresa empezó a implantar el Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001 – 2000, lo cual está provocando un riesgo con unos de sus mayores clientes UNILEVER, porque la adaptación a este sistema está llevando a cambios en los parámetros, en la entrega de servicios, de los que el cliente no estaba acostumbrado.

#### 3.4.3 Actividades de Control

Para su efectividad se realizó varios cuestionario para conocer políticas y procedimientos de las cuentas

### 3.4.4 Información y Comunicación

Es importante que una empresa tenga manuales de funciones políticas, reglamentos, para que sus empleados tengan lineamientos a seguir en sus respectivas actividades laborales. Lo anterior mencionado es importante, pero se considera más importante que el personal conozca sobre la existencia de dichas políticas y sepa cómo llevarlas a cabo.

#### 3.4.5 Monitoreo

PUBLICIDAD S.A. no tiene departamento de auditoría interna, pero según lo conversado con la gerencia quien se encarga de evaluar la eficiencia del control interno es el gerente de calidad.

### 3.5 Estrategía de Auditoría

En general, el proceso de evaluación de riesgo por parte de la gerencia es adecuado y permite aplicar una opción de estrategia de moderada confianza en controles.

Se concluye que se va realizar pruebas detalladas en la auditoría (enfoque sustantivo) para determinar si existen o no hallazgos considerables.

### 3.6 Plan de Auditoría

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente hemos elaborado nuestro plan de auditoria, a continuación mostramos las pruebas a realizarse en los rubros Compras – Cuentas por Pagar.

#### 3.6.1 Compras

- Comparación de transacciones registradas en el diario de adquisiciones con la factura del proveedor, verificar la exactitud de documentos de respaldo para determinar sus razonabilidad y autenticidad (facturas de proveedores, reportes de recepción, órdenes de compra y requisiciones de compra. Revisar el diario de adquisiciones, mayor general, y archivo maestro de cuenta por pagar, en busca de cantidades grandes.
- Comprobación de la precisión del empleado al sumar los diarios y rastrear los asientos en el mayor general y en los archivos maestros de cuenta por pagar.

- Se rastrea desde un archivo de reporte de recepción hasta el diario de adquisiciones.

### 3.6.2 Cuentas por pagar

- Rastrear el cheque cancelado hasta el asiento relacionado en el diario de adquisiciones, y examinar el nombre del receptor y cantidad.
- Examinar los documentos de respaldo como parte de las pruebas de adquisiciones.
- Comparación de la clasificación con el catalogo de cuentas, haciendo referencia a la factura de los proveedores y al diario de adquisiciones.
- Comprobar la precisión del personal sumando los diarios y rastreando los registros en el mayor general y en el archivo maestro de cuentas por pagar.
- Seleccione una muestra de los pasivos que se han de circular y confirme los saldos a la fecha de revisión.

## 4. Ejecución

### 4.1 Procedimiento 1 Rubro Ventas

Las Ventas representan todas y solo las transacciones que ocurrieron durante el periodo y han sido apropiadamente registradas.

Obtenga un registro de suma de la facturación y cotéjela con el valor registrado en el Estado.

**Tabla 4. Procedimiento 1 Rubro de Ventas**

DEPARTAMENTO	INGRESOS POR VENTA
DISEÑO	\$ 108.148,97
PRODUCCIÓN	\$ 700.046,91
LOGÍSTICA	\$ 705.618,45
COMISIÓN AGENCIA	\$ 244.893,48
<b>TOTAL GENERAL</b>	\$ 1.758.707,81
<b>TOTAL SEGÚN LIBROS AL 31-12-08</b>	\$ 1.758.707,81

La Empresa lleva un registro del detalle de los Ingresos por departamento, se procedió a pedir este

archivo de cada departamento y se sumo el total de los valores asignados a cada factura para cruzarlo con el valor registrado en libro, no se encontró ninguna diferencia.

### 4.1.1 Selección de la facturas a revisar

Se procedió a dividir las facturas por estratos según sus montos como se detalla en la tabla a continuación.

**Tabla 5. Clasificación de las facturas por estratos**

Estrato	Montos del Estrato	Cantidad de Facturas
1	> \$ 10.000	37
2	\$ 1.931,60 a \$ 9.825,19	140
3	< \$ 1.793	746
4	Anuladas	83
<b>TOTAL FACTURAS</b>		<b>1006</b>

Se considera que una venta es significativa cuando es superior a \$ 10.000. Como primer paso seleccionamos todas las facturas correspondientes al Estrato 1 que en este caso suman 37.

Se utiliza el muestreo no estadístico para seleccionar el segundo grupo de facturas a revisar del estrato 3. Para la selección de la muestra se utilizo la siguiente fórmula:

Tamaño de Muestra =

$$\frac{\text{Población}(\$) \times \text{Factor}}{\text{ErrorTolerable}(\$) - \text{ErrorEstimado}(\$)}$$

#### Datos:

- Población (\$) = 970.750,98
- Factor = 3%
- Error Tolerable = 4.000
- Error Estimado = 2.800

Se escogió 4.000 como Error Tolerable ya que el valor de la materialidad de planificación es de 4.396,76 y este debe ser menor y escogido al criterio del Auditor. El Error estimado se cálculo en base al Error Tolerable sacándole un 70%.

Se escogió un factor alto que equivale al 3% ya que será la única prueba aplicada para la revisión.

Aplicando la fórmula se tiene:



# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



$$\text{Tamaño de Muestra} = \frac{970.750,98 \times 3\%}{4.000 - 2.800} = 24,27$$

## 4.2 Procedimiento 2 Rubro Ventas

- Se verifico que todos los presupuestos están debidamente aprobados y autorizados antes de su ejecución.
- Estos presupuestos son aprobados por el Ejecutivo de Cuentas y el Cliente.
- Los detalles y valores que se encuentran en el presupuesto, son los mismos que se encuentran facturados y cobrados al cliente.
- En el proyecto 1342 se detecto una perdida, la contadora nos informo que esto se dio porque el presupuesto no fue realizado correctamente.

## 4.3 Procedimiento 3 Rubro Ventas

De las 61 facturas que resultaron de la muestra se rastreó el monto de la factura en los diarios el detalle de la fecha de emisión y nombre del cliente.

## 4.4 Procedimiento 4 Rubro Ventas

Prueba Secuencia Numérica de las facturas.- Al revisara la secuencia de la facturas no se observaron registros duplicados.

## 4.5 Procedimientos 1 y 3 Rubro Compras

Una vez ordenados los documentos (Ver Anexos) se procedió a analizar su registro en el sistema contable. Se verifico lo siguiente:

- Que cada gasto haya sido registrado en el mes que le corresponda.
- Se haya registrado el valor que corresponda.
- Estén debidamente autorizados.
- Cada documento cumpla con los requisitos que determina la ley.
- Se hayan efectuado correctamente las retenciones en los casos pertinentes.

### 3.5.1 Resultados

- De las 676 facturas revisadas correspondientes a facturas de proveedores se encontró las siguientes particularidades:

- La Fact. No.0005062 y la Fact. No.0001114 correspondiente a Zorrilla Romero Rafael y Bahamonde Montero Carlos Eduardo respectivamente familiares de colaboradores del Departamento de Logística y Contabilidad no cuenta con la debida autorización, en la orden de compra no se evidencio la firma del Gerente.
- Cada gasto está debidamente respaldado, con el valor correcto en el mes correspondiente, se ha efectuado correctamente las retenciones en los casos pertinentes.

## 4.6 Procedimiento 2 Rubro Compras

Tabla 6 Procedimiento 2 Rubro Compras

DEPARTAMENTO	COMPRAS
DISEÑO	\$ 1.278,67
PRODUCCIÓN	\$ 490.211,49
LOGÍSTICA	\$ 428.929,35
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>\$ 920.419,51</b>
<b>TOTAL SEGÚN LIBROS AL 31-12-08</b>	<b>\$ 920.419,51</b>

La Empresa lleva un registro del detalle de los Costos por departamento, se procedió a pedir este archivo de cada departamento y se sumo el total de los valores asignados a cada factura para cruzarlo con el valor registrado en libro, no se encontró ninguna diferencia.

## 4.7 Procedimientos Rubro Cuentas por pagar

Cada gasto este respaldado con algún documento.

El costo se haya registrado a las cuentas de gastos correspondientes.

El saldo corresponda a la fecha de revisión.

### 4.7.1 Resultado

Según la revisión de las facturas detalladas en los Anexos:

- Consta en el comprobante de egreso la firma y sello de recepción del proveedor.



# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



- Las facturas están debidamente respaldadas cuando el caso la amerita con órdenes de compras.
- El costo está debidamente clasificado según el catálogo de cuentas de la Empresa.
- A continuación se presenta un cuadro del saldo de el diario correspondiente a Cuentas por pagar y cruzarlo con el valor del Balance General al la fecha de revisión:

**Tabla 7 Cuadro de Comparación**

<b>Compras</b>	1.416.674,90
<b>Pagos</b>	1.311.939,81
<b>Saldo</b>	104.735,09
<b>Saldo según balance</b>	103.935,04
<b>Diferencia</b>	<b>800,05</b>

Cuando se le pregunto a la contadora por esta diferencia nos dijo que esta era una falla a nivel del sistema contable.

## 5. Conclusiones y Recomendaciones

### 5.1 Conclusiones

Por todo lo analizado se llegaron a las siguientes conclusiones:

Según nuestro criterio como resultado a la evaluación del control interno, en cuanto al registro contable de los costos asociados a los 61 proyectos concluimos que si tiene confianza.

En cuanto al control que ejerce la empresa para verificar el cumplimiento de políticas para selección de proveedores, como resultado del análisis a los componentes del C.I. determinamos que no se puede confiar que la política es cumplida ya que el departamento de Logística y Producción, según la revisión respectiva a las 676 facturas de los Proveedores constatamos que existen nombres con nexos de amistad y parentesco con los empleados de dichos departamentos, incumpliendo el proceso de selección de Proveedores.

Como resultado del análisis costo beneficio detallado en el anexo se detecto, que los presupuestos para los proyectos no son respetados, ya que se encontraron costos asociados a dichos proyectos que no se encontraban dentro del presupuesto.

En el proyecto 1342 se detecto una pérdida del 9.32% del proyecto, porque el presupuesto no fue realizado correctamente.

Con base a las pruebas efectuadas el saldo del rubro Compras – Cuentas por Pagar es razonable al 31 de diciembre del 2008.

### 5.2 Recomendaciones

Por todo lo visto se plantean las siguientes recomendaciones a los directivos de la empresa:

- Evaluar constantemente el cumplimiento de las políticas, ejercer un mayor control, en el caso de los presupuestos.
- Motivar a los trabajadores para que puedan llevar un buen cumplimiento de los manuales de la empresa.

## 6. Referencias

- [1] Normas Ecuatorianas de Contabilidad NEC
- [2] Normas Internacionales de Auditoría NIA
- [3] Contabilidad Financiera, Guajardo Cantú Gerardo (4ta Edición); Editorial: McGraw-Hill, México Año 1993
- [4] Principios de Auditoría, Ray Whittington, Kurt Pany (14ava Edición); Editorial: McGraw Hill Interamericana México Año 2005
- [5] Auditoría Examen de los Estados Financieros, Grinaker Robert L., Barr Ben B (Décima Edición); Compañía Editorial: Continental S.A. de C.V. México D.F. Año 1989

---

**Ing. Roberto Merchán**  
**DIRECTOR DE TESIS**