



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

TÍTULO:

DISEÑO Y EJECUCIÓN DE UN PLAN DE AUDITORIA AL
RUBRO DE VENTAS – CUENTAS POR COBRAR EN UNA
COMPAÑÍA DE COMERCIO MINORISTA

AUTORAS:

LAM CABRERA, ALEXANDRA HORLANDA
QUIMÍS FIENCO, MARÍA MERCEDES

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CPA.

TUTOR:

CPA. RODRÍGUEZ SAMANIEGO, JOSÉ ANTONIO, MSC.

GUAYAQUIL, ECUADOR
2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Lam Cabrera Alexandra Horlanda y Quimís Fienco María Mercedes**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA**.

TUTOR

f. _____

CPA. Rodríguez Samaniego, José Antonio, MSC.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Mancero Mosquera, Jacinto Humberto, MSC.

Guayaquil, septiembre del 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Lam Cabrera Alexandra Horlanda y Quimís Fienco María Mercedes**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, “**Diseño y ejecución de un plan de auditoria al rubro de ventas – cuentas por cobrar en una compañía de comercio minorista**” previo a la obtención del Título de **Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, septiembre del 2016

LAS AUTORAS:

f. _____

Alexandra Horlanda Lam Cabrera

f. _____

María Mercedes Quimís Fienco



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Lam Cabrera Alexandra Horlanda y Quimís Fienco María Mercedes**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **“Diseño y ejecución de un plan de auditoria al rubro de ventas – cuentas por cobrar en una compañía de comercio minorista”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, septiembre del 2016

LAS AUTORAS:

f. _____

Alexandra Horlanda Lam Cabrera

f. _____

María Mercedes Quimís Fienco

INFORME URKUND

The screenshot displays the URKUND interface. On the left, document metadata is shown: 'Documento' is 'Lam_Alexandra_Quimis_Maria_FINAL.docx (D21504414)', 'Presentado' is '2016-08-25 22:23 (-05:00)', 'Presentado por' is 'José Rodríguez Samaniego (jose.rodriguez03@cu.ucsg.edu.ec)', 'Recibido' is 'jose.rodriguez03.ucsg@analysis.orkund.com', and 'Mensaje' is '[0001] Mostrar el mensaje completo'. A green box indicates '0%' of the document is composed of text from 0 sources. On the right, a 'Lista de fuentes' (List of sources) panel shows a list of documents: 'Tesis Quimis - Lam v03.01.docx', 'Tesis Quimis - Lam v02.01.docx', 'Tesis Quimis - Lam v01.docx', 'capitulo 2 tesis v06.docx', 'capitulo 2 tesis v05.docx', and 'capitulo 2 tesis v04.docx'. Below the list, it says 'La fuente no se usa'. The bottom of the interface shows a toolbar with icons for search, navigation, and actions like 'Reiniciar', 'Exportar', and 'Compartir'. Two document preview windows are visible at the bottom, both showing the same text: 'INTRODUCCION En la actualidad, las tiendas departamentales en Ecuador han tenido la necesidad de brindar a sus clientes la opción de compra mediante el mecanismo de crédito directo, con la finalidad de captar la atención del mercado e incrementar sus ventas, pero esta estrategia es un arma de doble filo que las compañías tienen que saber implementar con la finalidad de que la incobrabilidad de su cartera no crezca y de esa manera, mantener la liquidez del negocio. A partir del 2014 la disminución sustancial en el precio del petróleo ha afectado la economía del país cuyo impacto ha influido en la disminución de depósitos en el sector financiero, incremento de los índices de desempleo, incremento en los índices de morosidad en la cartera de crédito de las entidades financieras así como la restricción en el acceso a líneas de crédito en los bancos a nivel nacional. La administración de la compañía considera que la situación antes indicada ha originado efectos en las operaciones de la empresa tales como la dificultad en líneas de belleza y tecnología, incremento en la morosidad de la cartera de crédito, principalmente. Ante los cual la administración esta adoptando las medidas de contratación de nuevos servicios de call center y de cobros...'.

f. _____

CPA. RODRÍGUEZ SAMANIEGO JOSÉ ANTONIO, MSC.

TUTOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme sabiduría, paciencia y fortaleza durante mi carrera universitaria, definitivamente sin sus bendiciones no sería posible llegar hasta el trabajo de titulación y por estar a mi lado en cada paso que doy a lo largo de mi vida.

Le doy GRACIAS a mis padres Ramón, Mercedes, Orlanda y Cástulo por ser el motor principal en mi vida, los que me animan a seguir adelante en cada meta que me propongo y por brindarme el apoyo que necesite para conseguir este logro académico. Gracias por brindarme una excelente educación.

A mis hermanos por siempre estar pendiente y creer en mí y por brindarme su apoyo incondicional.

A mis tíos Nelson Ma y María Lam por apoyarme en estos años de convivencia, siempre les estaré agradecida.

A mi compañera y amiga de tesis María Mercedes gracias por creer en mí, por su apoyo y voluntad de terminar con éxito nuestro trabajo de titulación.

A mis amigos que conocí en mi etapa universitaria no me queda más que decirles gracias por formar parte de esta gran experiencia que es la universidad, por haberme brindado su amistad y apoyo.

A mi tutor el CPA José Antonio Rodríguez Samaniego, MSC gracias por la orientación y constante ayuda para la realización del trabajo de titulación.

Alexandra Horlanda Lam Cabrera

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios que a lo largo de este camino ha sabido iluminarme y darme la fuerza necesaria para continuar y no desmayar, a mi madre celestial María de la Merced que toda la vida me ha cubierto con su manto sagrado.

A mis padres Juan y Petita por brindarme su ayuda incondicional sin escatimar esfuerzo y siempre tratar de darme lo mejor, gracias por no perder la confianza en mí y apoyarme hasta el final, este triunfo también es suyo, gracias por regalarme a ese hermano maravilloso Jhon Alexander, con quien pude compartir esta etapa universitaria, siempre cuidándome y deseando lo mejor para mí.

A mi amigo y compañero de vida Tomas, gracias por haberme ayudado en cada momento de mi vida universitaria y sobre todo por caminar a mi lado en cada una de las metas y sueños planeados.

A mi amiga Alexandra, fue una gran experiencia poder compartir la realización de este proyecto de titulación en el que aprendimos a tener más fe y confianza en nosotras.

A todos mis grandes amigos de la universidad, cada experiencia que compartimos juntos fue inolvidable, sin duda puedo decir que cultive una gran amistad, conocí personas sinceras y de buen corazón que sin pensarlo se hicieron parte de mi familia.

A mi excelente tutor de tesis CPA José Antonio Rodríguez Samaniego, MSC por siempre estar dispuesto a ayudarnos de la mejor manera hasta terminar con éxito nuestro trabajo.

María Mercedes Quimís Fienco

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a Dios quien es el que me dio la fortaleza y sabiduría para terminar esta ardua batalla.

A mis padres Ramón, Mercedes, Orlanda y Cástulo por ser un apoyo incondicional y por siempre estar conmigo brindándome amor, paciencia y consejos.

A mis hermanos por ser quienes me inspiran a ser mejor cada día, a ustedes les dedico este logro en mi vida.

Alexandra Horlanda Lam Cabrera

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado a mi hija Paulina quien ha sido mi inspiración para culminar esta etapa, ella que tuvo que soportar largas horas sin mí, tan pequeña y sin poder comprender porque en ocasiones no podíamos estar juntas, pero pese a todo trate de darle mi amor y aprovechar cada minuto a su lado gracias por enseñarme a ser cada día mejor, todo mi esfuerzo es por ella.

A mi madre, por nunca dejarme sola, por enseñarme que nada es fácil y que todo se gana con esfuerzo, por apoyarme y siempre servir de ejemplo de mujer trabajadora y admirable.

María Mercedes Quimís Fienco



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

CPA. RODRÍGUEZ SAMANIEGO JOSÉ ANTONIO, MSC.

TUTOR

f. _____

ING. MANCERO MOSQUERA JACINTO HUMBERTO, MSC.

DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

LCDA. HOLGUIN NORIEGA MICAELA JANETE ANDREA, MSC.

DOCENTE DE LA CARRERA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

CALIFICACIÓN

f. _____

CPA. RODRÍGUEZ SAMANIEGO JOSÉ ANTONIO, MSC

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	XVIII
INTRODUCCIÓN	19
Planteamiento del problema	20
Justificación del problema.....	21
Objetivos	21
Objetivo General:	21
Objetivo Específicos:.....	21
Métodos y técnicas de investigación.....	22
Clasificación del tipo de investigación.....	22
Estructura del trabajo de investigación	23
Capítulo 1: Marco Teórico	25
1.1 Historia y evolución del control interno	25
1.2 Historia del COSO.....	27
1.3 Definición de Control Interno.....	30
1.4 Tipos de COSO (COMMITTEE OF SPONSORING ORGANIZATIONS)	32
1.4.1 Informe COSO I	32
1.4.2 COSO II	36
1.4.3 COSO III	38
1.5 Objetivos del Control Interno.....	39
1.6 Definición y objetivos de la auditoría financiera.....	39
1.6.1 Tipos de auditoría.....	40
1.6.2 Perfil de Auditor	41
1.6.3 Responsabilidad del Auditor.....	42
1.7 Definición de cuentas por cobrar.....	45
1.7.1 Definición de la palabra crédito	46
1.7.2 Importancia del crédito.....	48
1.7.3 Tipos de crédito	48
1.7.4 Importancia de las cuentas por cobrar	50
1.7.5 Objetivos de la auditoría de cuentas por cobrar	50
1.7.6 Clasificación de las cuentas por cobrar	51
1.7.7 Registro de las cuentas por cobrar.....	52
1.7.8 Liquidez	52

1.7.9	Rol de la gestión de cobranzas	53
1.7.10	Pérdida de un crédito	54
1.7.11	Deterioro de cartera	54
1.8	Norma Internacional de Contabilidad 18 Ingresos de Actividades Ordinarias	55
1.8.1	Objetivo.....	55
1.8.2	Alcance	56
1.8.3	Definiciones	57
1.9	Norma Internacional de Información Financiera 9 Instrumentos Financieros.	59
1.9.1	Clasificación de activos financieros	59
1.9.2	¿Cómo medir las pérdidas crediticias?.....	60
Capítulo 2: Caracterización de la compañía sujeta de investigación		62
2.1	Antecedentes de la compañía.....	62
2.2	Descripción de la empresa.....	64
2.3	Misión y Visión.....	65
2.3.1	Misión.....	65
2.3.2	Visión	65
2.4	Valores de la empresa	65
2.5	Políticas	66
2.6	Directorio de la compañía	66
2.7	Equipo de dirección	66
2.8	Tiendas.....	67
2.9	Operaciones desarrolladas por la empresa.....	69
2.9.1	Centro de distribución.....	69
2.9.2	Crédito	69
2.9.3	Área de soporte o Administrativa.....	69
2.9.4	Área inmobiliaria.....	70
2.10	FODA de la empresa	70
2.11	Servicios que ofrece	72
2.11.1	Atención al cliente	73
2.11.2	Cambios y devoluciones.....	73
2.11.3	Garantía de los productos	74
2.11.4	Compras 100% seguras	74
2.12	Organigrama del Área de Crédito	75
2.13	Colaboradores de Textiles S.A.....	76
2.14	Ambiente Interno	78

2.14.1 Clientes	78
2.14.2 Proveedores	79
2.14.3 Factor Competitivo	80
2.14.4 Factor Económico	81
2.14.5 Factor Geográfico.....	84
2.15 Ambiente Externo	84
2.15.1 Competencia	85
2.15.2 Factor Legal	86
2.16 Evolución de las ventas	87
2.16.1 Estadísticas de venta por cantón.....	87
2.16.2 Ventas Online.....	88
2.16.3 Control de ventas y recaudaciones.....	89
2.17 Crédito y Cobranza	90
2.17.1 Captación de Clientes	90
2.17.2 Análisis de Crédito.....	94
2.17.3 Cobranza.....	96
2.17.4 Estimación de Cuentas Incobrables	99
2.17.5 Tamaño del Portafolio	100
2.17.6 Estadística de morosidad	100
CAPITULO 3:	102
PLAN DE AUDITORIA AL PROCESO DE VENTAS – CUENTAS POR COBRAR	102
3.1 Procedimientos analíticos preliminares	102
3.2 Entendimiento de ciclo de ingresos - cuentas por cobrar – efectivo	103
3.2.1 Procedimientos realizados	104
3.2.2 Resultados:	105
3.2.3 Proceso de apertura de cajas	107
3.2.4 Facturación, Despacho, Devoluciones y Descuentos.....	108
3.2.5 Garantía Incondicional	110
3.2.6 Devoluciones	110
3.2.7 Descuentos	111
3.2.8 Cierre del día	111
3.2.9 Control de ventas y recaudaciones	113
3.2.10 Crédito y Cobranzas	114
3.2.11 Análisis de Crédito	118
3.2.12 Cobranzas.....	120

3.2.13	Estimación de Cuentas Incobrables	122
3.2.14	Conclusión	123
3.2.15	Matriz de controles	124
3.3	Análisis de antigüedad de saldos	132
3.3.1	Objetivo de la prueba	132
3.3.2	Procedimientos	132
3.3.3	Resultados	132
3.3.4	Conclusión	134
3.4	Confirmar cuentas por cobrar con los deudores	134
3.4.1	Objetivos:	134
3.4.2	Procedimientos:	135
3.4.3	Resultados:	135
3.4.4	Conclusión:	136
3.5	Revisar corte de transacciones de ventas	137
3.5.1	Objetivos:	137
3.5.2	Procedimientos:	137
3.5.3	Conclusión:	137
3.5.4	Resultado:	138
3.6	Hallazgos	142
Capítulo 4: Conclusiones y Recomendaciones.....		145
4.1	Conclusiones	145
4.2	Recomendaciones	147
Referencias:		148

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ejemplos de tipo de auditoria.....	41
Tabla 2: Equipo de Dirección Textiles S.A.....	67
Tabla 3: Organigrama Área de Crédito.....	75
Tabla 4: Verificación de datos del solicitante de crédito	95
Tabla 5: Limite de solicitud de crédito según rango	96
Tabla 6: Provisión de Cartera por Antigüedad.....	99
Tabla 7: Prueba analítica preliminar Años 2014 vs. 2013.....	102
Tabla 8: Matriz de verificación de datos del cliente	119
Tabla 9: Niveles de aprobación de crédito directo	120
Tabla 10: Provisión de Cartera por Antigüedad.....	123
Tabla 11: Provisión de Cartera efectuada por la Compañía	132
Tabla 12: Recalculo de provisión de cartera.....	133
Tabla 13: Confirmación de cuentas a deudores	136
Tabla 14: Corte Documentario Facturación Año 2015	138
Tabla 15: Corte Documentario Facturación Año 2016	140

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Evolución del informe COSO	30
Gráfico 2: Estructura del COSO I	36
Gráfico 3: Estructura del COSO II	38
Gráfico 4: Características del Auditor	44
Gráfico 5: Tipos de cuentas por cobrar.....	51
Gráfico 6: Ingresos de actividades ordinarias	56
Gráfico 7: Distribución por Área de Colaboradores.....	76
Gráfico 8: Distribución por Género de Colaboradores	77
Gráfico 9: Evolución del número de Clientes (en miles) Años 2010 al 2015	78
Gráfico 10: Participación Principales Tiendas por Departamentos Ventas (Año 2014)	85
Gráfico 11: Evolución de las Ventas (en miles de millones de dólares) Años 2010 al 2015.....	87
Gráfico 12: Ventas por Cantón	88
Gráfico 13: Ventas Online Años 2012 al 2015.....	89
Gráfico 14: Tamaño del Portafolio de clientes (en millones de dólares) Años 2010 al 2015.....	100
Gráfico 15: Estadística de Morosidad Años 2010 al 2015	101

RESUMEN

Este trabajo de titulación tiene como objetivo efectuar procedimientos de auditoría financiera al proceso de ventas – cuentas por cobrar de una empresa comercial minorista (retail) de manera tal que a través de recomendaciones se refuerce el control interno de la compañía y colaborar con la reducción del quebranto de las cuentas por cobrar.

En el primer capítulo se desarrollan las bases teóricas, normativas y reglamentarias que aplica este plan de investigación. En este constan conceptos, definiciones, el informe COSO, así como también la definición y el tratamiento contable según NIC 18 y NIIF 9.

En el segundo capítulo es en base a la compañía donde se conocerá el conocimiento, funcionamiento del negocio, también todo el proceso de ventas-cuentas por cobrar desde la captación de clientes, análisis de crédito, cobranza, estimación de cuentas incobrables donde se basa este trabajo de titulación.

En el tercer capítulo se explica el diseño de los procesos donde se analizara el relevamiento de la información y se podrá identificar los problemas para así generar una solución que ayude a la compañía tener una disminución en el riesgo el proceso de cuentas por cobrar.

En el cuarto capítulo se ejecutará las posibles soluciones, así como las conclusiones generales del presente trabajo de titulación y la bibliografía utilizada.

Palabras claves: control interno, comercio minorista (retail), cuentas por cobrar, crédito, cuentas incobrables, deterioro de cartera.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las tiendas departamentales en Ecuador han tenido la necesidad de brindar a sus clientes la opción de compra mediante el mecanismo de crédito directo, con la finalidad de captar la atención del mercado e incrementar sus ventas, pero esta estrategia es un arma de doble filo que las compañías tienen que saber implementar con la finalidad de que la incobrabilidad de su cartera no crezca y de esa manera, mantener la liquidez del negocio.

A partir del 2014 la disminución sustancial en el precio del petróleo ha afectado la economía del país cuyo impacto ha influido en la disminución de depósitos en el sector financiero, incremento de los índices de desempleo, incremento en los índices de morosidad en la cartera de crédito de las entidades financieras así como la restricción en el accesos a líneas de crédito en los bancos a nivel nacional.

La administración de la compañía considera que la situación antes indicada ha originado efectos en las operaciones de la empresa tales como la dificultad en líneas de belleza y tecnología, incremento en la morosidad de la cartera de crédito, principalmente. Ante los cual la administración está adoptando las medidas de contratación de nuevos servicios de call center y de cobranzas, ajuste del modelo de iniciación de créditos para nuevos clientes.

El control interno es una herramienta de mucha ayuda en las empresas modernas y en el presente trabajo de investigación se tomará como modelo de gestión al llamado informe COSO que representa un proceso completo y dinámico que sirve de soporte en el manejo y uso de los recursos económicos, humanos y materiales. Este modelo nos ayudará a analizar de una mejor manera los componentes que plantea tales como: ambiente de control, evaluación de riesgos, actividades de control, información y comunicación y

supervisión de las funciones y responsabilidades que cada colaborador asume en su sitio de trabajo.

Establecer procedimientos de control en una compañía dedicada al comercio es necesario para garantizar a los clientes un ambiente atractivo, de confianza y de seguridad óptima, además que ayuda de manera significativa a minimizar pérdidas económicas cuantiosas y tener conocimiento reales de los datos financieros.

Para iniciar nuestro proceso de estudio orientamos nuestro análisis en una de las áreas con alto riesgo para la compañía como lo es el proceso de ventas – cuentas por cobrar, ya que por el nivel de transacciones que tiene esta área existen peligros que el auditor debe identificar soportados en normativas que son guía tales como la Norma Internacional de Contabilidad 18 (NIC 18) Ingresos Ordinarios y su enmienda en la Norma Internacional de Información Financiera 9 (NIIF 9) Instrumentos Financieros.

El presente trabajo de investigación examina los problemas en el proceso de ventas - cuentas por cobrar y la identificación de soluciones factibles que contribuyan al cumplimiento de los objetivos en común.

Planteamiento del problema

Las debilidades en el proceso de ventas – cuentas por cobrar, ocasionan el riesgo de incremento en quebranto de cartera por débiles políticas establecidas en el otorgamiento de crédito a los clientes de una compañía comercial minorista.

Por lo tanto, se ha definido el problema del presente trabajo de investigación a través de la siguiente pregunta:

¿La revisión de los procedimientos en el proceso de ventas - cuentas por cobrar a través de la aplicación de procedimientos de auditoría ayudará a disminuir el quebranto de cartera de una compañía comercial minorista?

Justificación del problema

La presente investigación tiene como finalidad evaluar el riesgo en cuentas por cobrar de la compañía comercial minorista. Esto nos permitirá tener asegurado que la totalidad de recaudaciones sean reportadas y disminuir el riesgo de quebranto de cartera a través de la revisión de políticas de otorgamiento de crédito.

Objetivos

Objetivo General:

Efectuar procedimientos de auditoría financiera al proceso de ventas – cuentas por cobrar de una empresa comercial minorista de manera tal que a través de recomendaciones se refuerce el control interno de la compañía y colaborar con la reducción del quebranto de las cuentas por cobrar.

Objetivo Específicos:

Los objetivos específicos del presente trabajo de investigación se presentan a continuación:

- Sistematizar el marco teórico relacionado al control interno tomando como fuente principal la metodología del informe COSO y sus componentes. Así también, como las normas contables que regulan el

tratamiento de reconocimiento de ingresos y registro de cuentas por cobrar.

- Diagnosticar la situación actual que atraviesa el proceso de ventas - cuentas por cobrar en la empresa comercial minorista materia de investigación.
- Definir los procedimientos necesarios para reforzar el control interno en el proceso de ventas - cuentas por cobrar en la empresa comercial minorista.

Métodos y técnicas de investigación

El tipo de investigación a ser desarrollada en el presente trabajo es de tipo descriptiva.

Se procederá a efectuar un trabajo descriptivo de una compañía comercial minorista dedicada a la comercialización principalmente de prendas de vestir. Como parte de la descripción de la compañía se hará a detalle en el proceso de ventas – cuentas por cobrar en cuanto a su funcionamiento actual a partir del cual se establecerán oportunidades de mejora es por ello, que la presente investigación se clasifica dentro de la línea de Regulación y Control.

El enfoque del trabajo de investigación es de carácter cualitativo y la técnica a implementar será la de recopilación de datos en base a la compañía que será materia de análisis.

Clasificación del tipo de investigación

En nuestra investigación se aplicará el método ex post facto debido a que se analizarán los efectos de la evaluación de los controles internos de las cuentas por cobrar aplicado en la actualidad por la compañía.

Estructura del trabajo de investigación

Para dar cumplimiento a los objetivos anteriormente señalados, se ha estructurado el presente trabajo de investigación en: resumen, introducción y tres capítulos que abordan aspectos tales como:

- Capítulo 1.- Marco Teórico del control interno, donde nos enfocaremos en sistematizar el marco teórico relacionado al control interno tomando como fuente principal la metodología del informe COSO y sus componentes. Así también, como las normas contables que regulan el tratamiento de reconocimiento de ingresos y registro de cuentas por cobrar.
- Capítulo 2.- Caracterización de la empresa comercial minorista, para llevar a cabo el desarrollo del segundo capítulo vamos a diagnosticar la situación actual que atraviesa el proceso de ventas – cuentas por cobrar en la empresa comercial minorista materia de investigación.
- Capítulo 3.- Ejecución de auditoria: por último, en el capítulo tres vamos a definir los procedimientos necesarios para reforzar el control interno en el proceso de ventas – cuentas por cobrar en la empresa comercial minorista.

Posterior al capítulo III, se incluyen las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de investigación, además de las referencias bibliográficas y se adjuntan anexos de la información utilizada.

El propósito del presente estudio es dar nuestro dictamen sobre los controles internos y las deficiencias que han sido identificadas en el proceso y contabilización en el proceso de ventas- cuentas por cobrar que permitan mitigar los riesgos que se presentan en la misma con la finalidad de tratar de disminuir el porcentaje de quebranto de cartera en la compañía, realizar un

análisis del cliente a quien se otorgará el crédito, llevar un control desde el nacimiento de la transacción hasta la ejecución del proceso de cobranzas, basándose en la revisión y el cumplimiento de las normas, políticas contables y leyes vigentes.

Capítulo 1: Marco Teórico

En el primer capítulo se desarrollan las bases teóricas, normativas y reglamentarias que aplica el plan de investigación, se han tomado de las diferentes entidades emisoras de dichas normativas, así como el aporte de diversos autores sobre dictámenes relacionados al tema que estamos tratando, se considera también lo correspondiente al Informe COSO y el tratamiento contable aplicable según las normas internacionales de información financieras, normativa contable vigente en la actualidad en el Ecuador.

1.1 Historia y evolución del control interno

El origen del control interno, suele situarse en la época del surgimiento del trueque (partida doble), que de alguna manera representó una medida de control para los primeros comerciantes, pero se tuvo que esperar hasta finales del siglo XIX que los personajes de negocios se alarmaran por implementar y crear sistemas de control adecuados para la protección de sus intereses y economía.

Al principio, los mismos propietarios ejecutaban la función de directivos y supervisores personales del cumplimiento de las normativas establecidas en la compañía, pero a medida que la complejidad aumentó se fue imponiendo una segmentación del trabajo cuyo objetivo final era la especialización de los empleados en ciertas funciones.

En los inicios el Control Interno abordaba principalmente en las funciones del gobierno público, hay sospechas de que desde una época alejada se empleaba en las rendiciones de cuenta de los factores de los estados medievales y haciendas privadas. Estos controles los efectuaba el auditor, persona adecuada que oía las rendiciones de recuento de los

empleados y oficiales, quienes por falta de educación no podían mostrar por escrito los resultados u opiniones que querían dar a conocer.

Consecutivamente, con la ampliación del comercio en las urbes italianas durante los tiempos de 1400, se originó un progreso de la contabilidad como reconocimiento de las transacciones, surgiendo los libros de contabilidad para controlar las operaciones de los negocios, que se realizaban por escrito.

En este contexto productivo, el monje veneciano Fray Lucas Paccioli más conocido como Lucas di Borgo, matemático, amplió en 1494 la partida doble, comparando el hecho económico desde 2 puntos de vista: partida y contrapartida; es decir, en todo asiento existe un doble registro de partidas: una o más deudoras y otra u otras acreedoras.

A mediados del siglo XVIII, con la Revolución Industrial, formada en Inglaterra, se fueron implantando de modo creciente los aparatos que eran operados por el personal a cargo para la elaboración de artículos manufactureros, haciendo más complejos los procesos en los cuales intervenían más personas y como resultado de esto surge la necesidad de controlar las operaciones.

El principio del Control Interno, se sitúa en el tiempo con el apareamiento de la partida doble, que fue una de las medidas de control, pero no fue hasta fines del siglo XIX que los personajes de negocios se preocuparon por formar y establecer métodos adecuados para la protección de sus intereses que ya no podía ser controlados de manera manual y a simple vista.

A finales del siglo pasado, como resultado del importante aumento de la producción, los dueños de los negocios se vieron impedidos de continuar atendiendo en persona los problemas comerciales, productivos y administrativos, viéndose obligados a encomendar funciones dentro de la empresa conjuntamente con la creación de métodos y programaciones que pronosticaran o disminuyeran fraudes o equivocaciones, debido a esto empezó a crearse la necesidad de llevar un control sobre la gestión de los negocios, ya

que solo se había atendido a fase de producción y mercadeo que a la fase administrativa u organizativa, reconociéndose la necesidad de crear e realizar métodos de control como resultado del significativo incremento maniobrado dentro de las entidades. Así brota el control como una función gerencial, para certificar y verificar que los procedimientos y políticas preestablecidas se cumplan tal como fueron fijadas ya a cabalidad.

Como respuesta a esto los contadores idearon la confirmación interna, la cual era conocida como: "la empresa y conexión del sistema de contabilidad y los procesos acogidos, que tienen como propósito ofrecer a la administración, hasta donde sea posible, práctico y financiero el máximo de defensa, control e información real".

La palabra de Control Interno substituyó al de comprobación interna, debido a un cambio conceptual, porque el contenido del mismo ha sufrido una imponente evolución, La necesidad de establecer mecanismos, procedimientos y normas de control que den respuesta a cada nueva situación ha sido la mayor preocupación a lo largo de la historia en la evolución del control interno.

Se puede aseverar que el Control Interno ha generado inquietud de la colectividad de las entidades, aunque esta se ha dado con diferentes orientaciones y terminologías, lo cual se puede demostrar al examinar los libros de texto de auditoría, los artículos publicados por organizaciones peritas, universidades y escritores individuales.

1.2 Historia del COSO

COSO se constituyó en el año de 1985 para ayudar a la Comisión Nacional de Información Financiera Fraudulenta, un empuje independiente del sector privado que estudia y analiza los elementos causales que pueden llevar a la información financiera fraudulenta. Asimismo elaboró recomendaciones

para las entidades públicas y sus auditores independientes, por la SEC y otras organizaciones, y para las instituciones educativas.

La Comisión Nacional fue financiada conjuntamente por las cinco principales asociaciones profesionales con sede en Estados Unidos:

- American Accounting
- Association American Institute of CPAs
- Financial Executives International
- The Association of Accountants and Financial Professionals in Business
- The Institute of Internal Auditors

Completamente independiente de cada una de las organizaciones patrocinadoras, la Comisión encerró a representantes de la industria, la contabilidad pública, las empresas de inversión, y la Bolsa de Nueva York.

El primer presidente de la Comisión Nacional fue James C. Treadway, Jr., vicepresidente ejecutivo y asesor general, Paine Webber Incorporated y ex Comisionado de la Comisión de Valores de EE.UU.. Consecuentemente, el nombre popular "Comisión Treadway." En la actualidad, el Presidente COSO es Robert Hirth.

El objetivo de COSO es proporcionar liderazgo se trata de tres temas interrelacionados:

- La gestión del riesgo empresarial (ERM)
- El control interno y

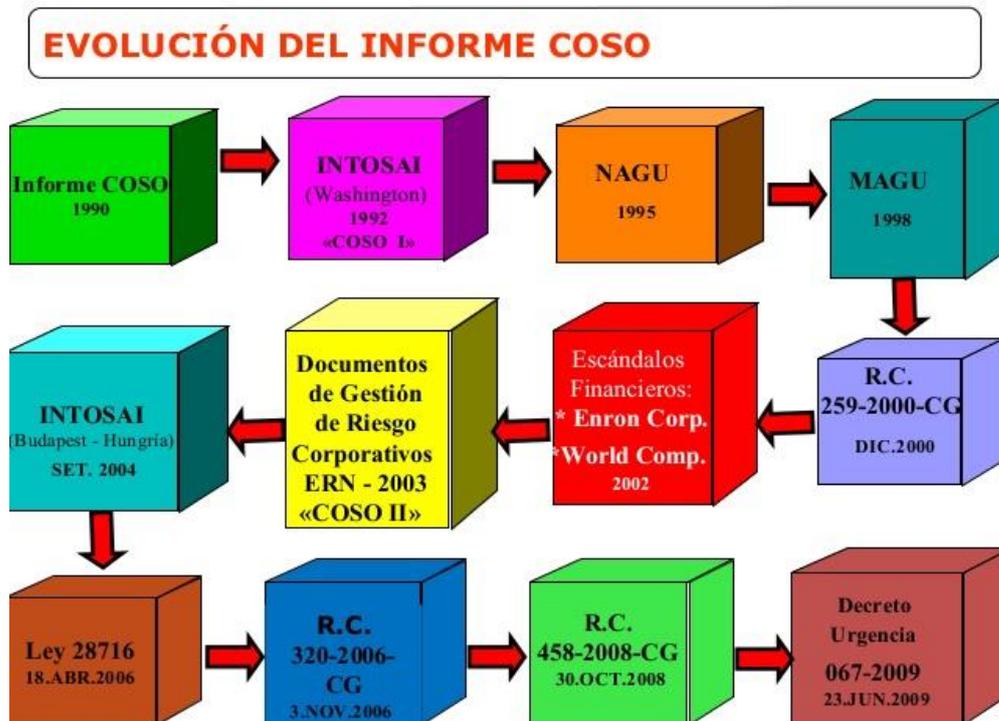
➤ La disuasión del fraude

Con respecto a MTC, en 2004 COSO publicó Enterprise Risk Management - Marco Integrado. COSO también ha publicado varios artículos de pensamiento a partir de 2009 en relación con el MTC.

Con respecto al control interno, en 1992, publicó COSO Control Interno - Marco Integrado. Este marco fue examinado y reeditado en mayo de 2013. A partir del 15 de diciembre de 2014 el marco 1992 es sustituido y ya no está disponible. En 1996, COSO pronunció dificultades de control interno de derivados de uso. En 2006, publicó COSO Control Interno sobre la Información Financiera - Guía para Pequeñas Empresas Públicas, continuo de orientación en el seguimiento de Sistemas Internos de Control, divulgado en el año 2009. A partir del 15 de diciembre de 2014 la pequeña empresa de orientación pública 2006 también es remplazado y ya no está disponible.

Finalmente, en el área de disuasión del fraude, COSO ha divulgado dos estudios de investigación. El primer estudio publicado en 1999 se denominó fraudulento de información financiera: 1987-1997. Un estudio de continuación llamada fraudulenta de información financiera: 1998-2007 fue lanzado en 2010.

Gráfico 1: Evolución del informe COSO



Fuente: Rodrigo, Estupiñan, et al. "Control interno y fraudes con base en los ciclos transaccionales: análisis de informe COSO I y II." (2006): 958-64.

Elaborado por: Las autoras

1.3 Definición de Control Interno

El control interno es un proceso ejecutado por el consejo y administración de una compañía, la gerencia y personal clave, establecido para suministrar una seguridad razonable que vayan de la mano al logro de los objetivos en las siguientes categorías:

- Eficacia y eficiencia de la gestión de operaciones
- Fiabilidad de la información.
- Cumplimiento de las leyes y reglamentos aplicables.

Esta definición hace insistencia en que el control interno es:

1. Paso que constituye de las labores y gestiones en curso. Es un contorno para un fin, no un fin en sí mismo. Busca obtener resultados finales al ser aplicado de manera adecuada.
2. Ejecutado por los empleados. No es sólo acerca de manuales de políticas y procedimientos, sistemas y formas, sino de empleados de todos los niveles de una compañía que afectan el control interno y que tienen que cumplir a cabalidad con las leyes y normativas impuestas.
3. Apto para proporcionar una seguridad moderada, no absoluta, a la alta dirección y el consejo de administración de una entidad para ayudar en la toma de decisiones empresariales.
4. Orientado al logro y cumplimiento de objetivos en común de una o más categorías que integran las diferentes áreas y departamentos de la compañía.
5. Adaptable a la estructura de la organización y las diferentes líneas de negocios que puedan existir el mercado. (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, 2009)

La aplicación del control interno en una empresa de compañía de venta al detalle analizada, beneficia a los procedimientos realizados en sus diferentes departamentos, de acuerdo a los peligros presentados y el entorno del sector en que desarrollo sus actividades comerciales. Dependiendo de la correcta delineación y aplicación del control interno que tenga cada compañía, los resultados serán los esperados por la dirección al fin de cumplir los objetivos propuestos, evitar fraudes y errores que enfrenta su entorno.

El control interno se reduce a un proceso, efectuado por el personal de una misma entidad que trabajan por objetivos concretos con una misma

finalidad. La definición es extensa y envuelve todos los aspectos de control de una compañía, y al mismo tiempo permite centrarse en objetivos específicos y comunes. El control interno consta de cinco componentes relacionados entre sí que son inseparables al estilo de gestión de la empresa. Los componentes están relacionados entre sí y sirven como criterios para determinar si el sistema es eficiente.

En base a la tarea de planificación y el cumplimiento de los objetivos, control de la ejecución y supervisión de los procesos, se trazara el control interno aplicable al área y departamento. Los procesos están relacionados entre sí, con un fin en común que deberá ser cumplido y que es este caso será la meta que queremos cumplir, esta será una herramienta muy útil.

1.4 Tipos de COSO (COMMITTEE OF SPONSORING ORGANIZATIONS)

1.4.1 Informe COSO I

En el año de 1992 la comisión anunció el primer informe Internal Control - Integrated Framework nombrado como COSO I con el objeto de socorrer a las organizaciones a evaluar y optimizar sus métodos de control interno, suministrando un modelo en base al cual se pudiera valorar sus métodos de control interno y creando una definición común de control interno.

Según la metodología del informe COSO, el Control Interno es un proceso usado a cabo por la dirección y el resto de personas que forman parte de una entidad, planteado con el objeto de proveer un grado de confianza razonable en cuanto a la obtención de objetivos dentro de las siguientes categorías:

- Eficacia y eficiencia de los procedimientos

- Seguridad de la información financiera

- Acatamiento de los códigos, reglamentos y normas que sean aplicables

La estructura del modelo se dividía en cinco componentes:

1. **Ambiente de Control:** Es el marco de condiciones donde se opera en una organización, con la finalidad de que el ambiente sirva de estímulo y produzca una influencia positiva en la actividad del recurso humano relacionando la manera que desempeña sus funciones dentro de la misma al cumplimiento de los objetivos de manera eficaz, se requieren otros elementos relacionados los cuales son:

- Integridad y valores éticos.

- Competencia.

- Experiencia y dedicación de la Alta Administración.

- Filosofía administrativa y estilo de operación

El ambiente de control que figura la actitud global, conciencia y acciones de autoridades y dirección respecto del método de control interno y su valor en la entidad. El ambiente de control tiene un efecto sobre la efectividad de los procedimientos de control específicos. Un ambiente de control fuerte, por ejemplo, uno con controles presupuestales estrictos y una función de auditoría interna efectiva, pueden complementar en forma muy importante los procedimientos específicos de control. Sin embargo, un ambiente fuerte no asegura, por sí mismo, la efectividad del sistema de control interno. [NIA, 1998]

2. **Evaluación de Riesgo:** Realizar una estimación de los factores y problemas que pueden interferir en el cumplimiento de los objetivos propuesto en la organización y que por ende ella a ser considerado como un riesgo. Se pueden encontrar en el medio externo o dentro de la misma organización. Lo mejor que se puede hacer es establecer métodos que examinen y detecten los factores que puedan generar actos relevantes en cada área de la organización y con el medio que les rodea, realizando este proceso se puede identificar los posibles riesgos a los que nos enfrentamos.

También se debe realizar un análisis de riesgos y su proceso en los siguientes aspectos:

- Estimación de la importancia del riesgo y sus efectos
- Evaluación de la probabilidad de ocurrencia
- Establecimiento de acciones y controles necesario
- Evaluación periódica del proceso anterior

Riesgo de detección es el riesgo de que los procedimientos sustantivos de un auditor o detecten una representación errónea que existe en un saldo de una cuenta o clase de transacciones que podría ser de importancia relativa, individualmente o cuando se agrega con representaciones erróneas en otros saldos o clases. [NIA, 1998]

3. **Actividades de Control:** La ejecución de las actividades de una organización se muestra en sus políticas internas, métodos y procedimientos, siendo ejecutadas por el recurso humano que forma la entidad. Cualquier actividad que se dirija a la identificación y evaluación de los riesgos reales o potenciales que

vayan en contra de la misión y los objetivos en común y a favor de la protección de los recursos propios o de terceras personas en poder de la entidad, son acciones de control. Pueden ser conformidad, permisión, comprobación, fiscalización, revisión de indicadores de gestión, protección de recursos, segregación de funciones, inspección y entrenamiento adecuado.

4. **Información y Comunicación:** La capacidad gerencial de una organización está dada en función de la obtención y uso de una información adecuada y oportuna. La organización debe contar con sistemas de información eficientes direccionados a producir informes sobre la gestión, la realidad financiera y el cumplimiento de los reglamentos para así lograr su dirección y control. La información correspondiente a cada sistema no solo debe de ser procesada, capturada e identificada, sino que debe de ser comunicada al personal para que así se pueda participar en el sistema de control, por tanto se debe de tener unos adecuados canales de comunicación que permitan conocer a cada miembro de la organización sus responsabilidades y funciones sobre el control de sus actividades. Es necesario también canales de comunicación externa que faciliten información a los terceros interesados en la empresa y a los organismos públicos

5. **Supervisión:** Proyectado y realizado un sistema de Control Interno, se debe vigilar continuamente para estar a la mira de los resultados logrados por el mismo. Todo sistema de Control Interno por perfecto que se considere, es susceptible de deteriorarse por varias situaciones y tiende con el tiempo a perder su garantía. Es por esto que se debe ejercerse sobre el mismo una vigilancia permanente para producir los ajustes y mejoras que se requieran de acuerdo a las circunstancias cambiantes del entorno en donde nos desarrollamos.

La Dirección tiene la responsabilidad de ampliar, colocar e inspeccionar un adecuado sistema de control interno. Cualquier sistema aunque sea fundamentalmente eficaz, puede deteriorarse sino se revisa periódicamente. Es obligación de la administración la exploración y evaluación sistemática de los componentes y elementos que forman parte de los sistemas de control.

Gráfico 2: Estructura del COSO I



Fuente: (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, 2012)

Elaborado por: Las autoras

1.4.2 COSO II

En el 2004, se divulgó el estándar “Enterprise Risk Management - Integrated Framework” (COSO II) Marco integrado de Gestión de Riesgos que aumenta el concepto de control interno a la gestión de riesgos involucrando obligatoriamente a todo el personal, encerrando los directores y administradores.

COSO II (ERM) extiende la estructura de COSO I desde los cinco componentes originales a ocho componentes:

1. Ambiente de control: son los valores y filosofía de la empresa, interviene en la visión del personal ante los peligros y las actividades de control de los mismos.
2. Establecimiento de objetivos: estratégicos, operativos, de información y de cumplimientos.
3. Identificación de eventos, que pueden tener impacto en el cumplimiento de objetivos.
4. Evaluación de Riesgos: identificación y análisis de los riesgos relevantes para la consecución de los objetivos.
5. Respuesta a los riesgos: determinación de acciones frente a los riesgos.
6. Actividades de control: Políticas y procedimientos que aseguran que se llevan a cabo acciones contra los riesgos.
7. Información y comunicación: eficaz en contenido y tiempo, para permitir a los trabajadores cumplir con sus responsabilidades.
8. Supervisión: para realizar el seguimiento de las actividades.

Gráfico 3: Estructura del COSO II



Fuente: Caballero Valderrama, Sandy Grace, García Infantes, and Tatiana Josselyne. Aplicación del informe coso iii en el área de ventas y su influencia en la situación Económica-Financiera de La Empresa Autonort Trujillo SA-Año 2015. (2016).

Elaborado por: Las autoras

1.4.3 COSO III

En mayo de 2013 se ha divulgado la tercera versión COSO III. Las novedades que introducirá este Marco Integrado de Gestión de Riesgos son:

- Mejora de la agilidad de los sistemas de gestión de riesgos para adaptarse a los entornos
- Mayor confianza en la eliminación de riesgos y consecución de objetivos
- Mayor claridad en cuanto a la información y comunicación.

1.5 Objetivos del Control Interno

Los objetivos para la aplicación del control interno se pueden clasificar en tres categorías:

- Operacionales: relativo al uso eficaz y eficiente de los recursos de la compañía.
- Información financiera: relativo a la preparación y publicación de los estados financieros fiables.
- Cumplimiento: referente al cumplimiento por parte de la entidad de las leyes y normativa que le sean ajustables.

La clasificación permite centrarse en los diferentes aspectos del control interno. De un método de control puede esperarse que proporcione un grado razonable acerca de la consecución de los objetivos relacionados con la fiabilidad de la información financiera y cumplimiento de las leyes y normativas aplicables.

1.6 Definición y objetivos de la auditoría financiera

En una perspectiva universal, la auditoría es el análisis integral de la estructura, las actividades comerciales y el ejercicio de una compañía financiera, para favorecer a la adecuada prevención de riesgos, el máximo rendimiento en el uso de las riquezas y la obediencia permanente de los mecanismos de control establecidos por la administración. Este esclarecimiento, cosechada a lo largo de la experiencia profesional, implica también a los auditores externos que dictaminan estados financieros, y manifiesta una parte importante de las expectativas del mercado. Hay que tomar en consideración que el dictamen por sí solo no basta para que los clientes estén satisfechos.

También podemos definir a la auditoría de estados financieros como un examen de los estados financieros elementales preparados por la administración de una entidad financiera, con objeto de considerar si la información que contienen está constituida de acuerdo con las NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera) adaptables a las características de sus mercados.

El compromiso profesional que lleva al dictamen es largo, sugestivo y pletórico de desafíos; debe desarrollarse en varias fases que comienzan en los inicios del ejercicio sujeto a examen, y concluye durante los primeros meses del siguiente. La aplicación de las políticas de auditoría empieza antes de que el cliente contrate al auditor.

La auditoría financiera consiste en efectuar un análisis minucioso que a los estados financieros sobre la veracidad de la información financiera, en un tiempo determinado, proporcionando como resultado un dictamen u opinión para tomar las decisiones más acertadas y las recomendaciones que ayuden en el desarrollo de las operaciones que realiza la compañía y para la toma de decisiones de los usuarios de la información financiera.

El objetivo principal es determinar si los resultados financieros de la compañía que han sido auditados, muestran realmente la situación financiera, y estos están ligados al cumplimiento de los principios de contabilidad generalmente aceptados es decir, si se ha aplicado la normativa contable requerida en la elaboración de dichos estados financieros.

1.6.1 Tipos de auditoria

Existen 3 tipos de Auditoria:

- Auditoría operacional valora la eficiencia y eficacia de cualquier parte de los procedimientos y técnicas de operación de una empresa y cuando es

última una auditoría operacional, por lo general, la administración espera recomendaciones para optimar sus operaciones.

- Auditoría de cumplimiento se ejecuta para decretar si la entidad auditada emplea correctamente los procedimientos, reglas o reglamentos determinados que una autoridad superior ha establecido.
- Auditoría de estados financieros se lleva a cabo para comprobar si los estados financieros en general (la información que se está confirmando) han sido procesados de acuerdo con el criterio señalado.

Tabla 1: Ejemplos de tipo de auditoria

Tipo de auditoría	Ejemplo	Información	Criterios establecidos	Evidencia disponible
Auditoría operacional	Evaluar si el procesamiento de nómina computarizada de H subsidiaria opera de manera eficiente y eficaz	Número de registros de nómina procesados en un mes, costos del departamento y número de errores	Estándares de la compañía para lograr eficiencia y eficacia en el departamento de nómina	Reportes de errores, registros de nómina y costos de procesamiento de nómina
Auditoría de cumplimiento	Determinar si se han cumplido los requerimientos del banco para continuación de un préstamo	Registros de la compañía	Disposiciones del contrato de préstamo	Estados financieros y cálculos del auditor
Auditoría de estados financieros	Auditoría anual de los estados financieros de Boeing	Estados financieros de Boeing	Normas de información financiera aplicables	Documentos, registros y fuentes externas de evidencia

Fuente: ARENS, Alvin A. BEASLEY, et al. *Auditoría: un enfoque integral*. Pearson Educación,, 2007.

Elaborado por: Las autoras

1.6.2 Perfil de Auditor

Las características de un auditor componen uno de los temas de mayor valor en el proceso de decisión de aplicar una auditoría financiera, en virtud de que en quien recae el compromiso de conceptualizarla, establecer y obtener los resultados forzosos para optimizar el trabajo en equipo de la empresa que ha elegido por este recurso.

La calidad y el nivel de elaboración de la auditoría está en manos de en gran medida del profesionalismo y comprensión de los auditores y de la manera que comprendan de las actividades que debe inspeccionar, elementos que envuelven la unión de los conocimientos, destrezas, habilidades y práctica necesaria para realizar un trabajo meticuloso y conveniente porque al final la opinión que emita será de gran ayuda para la toma de decisiones de la organización.

1.6.3 Responsabilidad del Auditor

Este profesional tiene que ejecutar su trabajo empleando toda la inteligencia, capacidad y criterio para determinar el alcance, técnicas y estrategias que se tendrán que aplicar en la auditoría financiera, así como la evaluación de los resultados obtenidos y la presentación del dictamen correspondiente.

Para llevar a cabo el proceso se debe poner exclusivo cuidado en:

- Preservar su autonomía mental.
- Efectuar el desempeño de sus labores en base a los conocimientos y capacidades profesionales adquiridas a lo largo de la carrera.
- Cumplir a cabalidad con las normas y criterios que se les señale y estén vigentes en la compañía y el país.
- Capacitarse de forma continua en base a las reformas que se van implementando.

Es de mucha importancia que el auditor se conserve libre de obstáculos que resten credibilidad a sus juicios, porque siempre debe prevalecer la

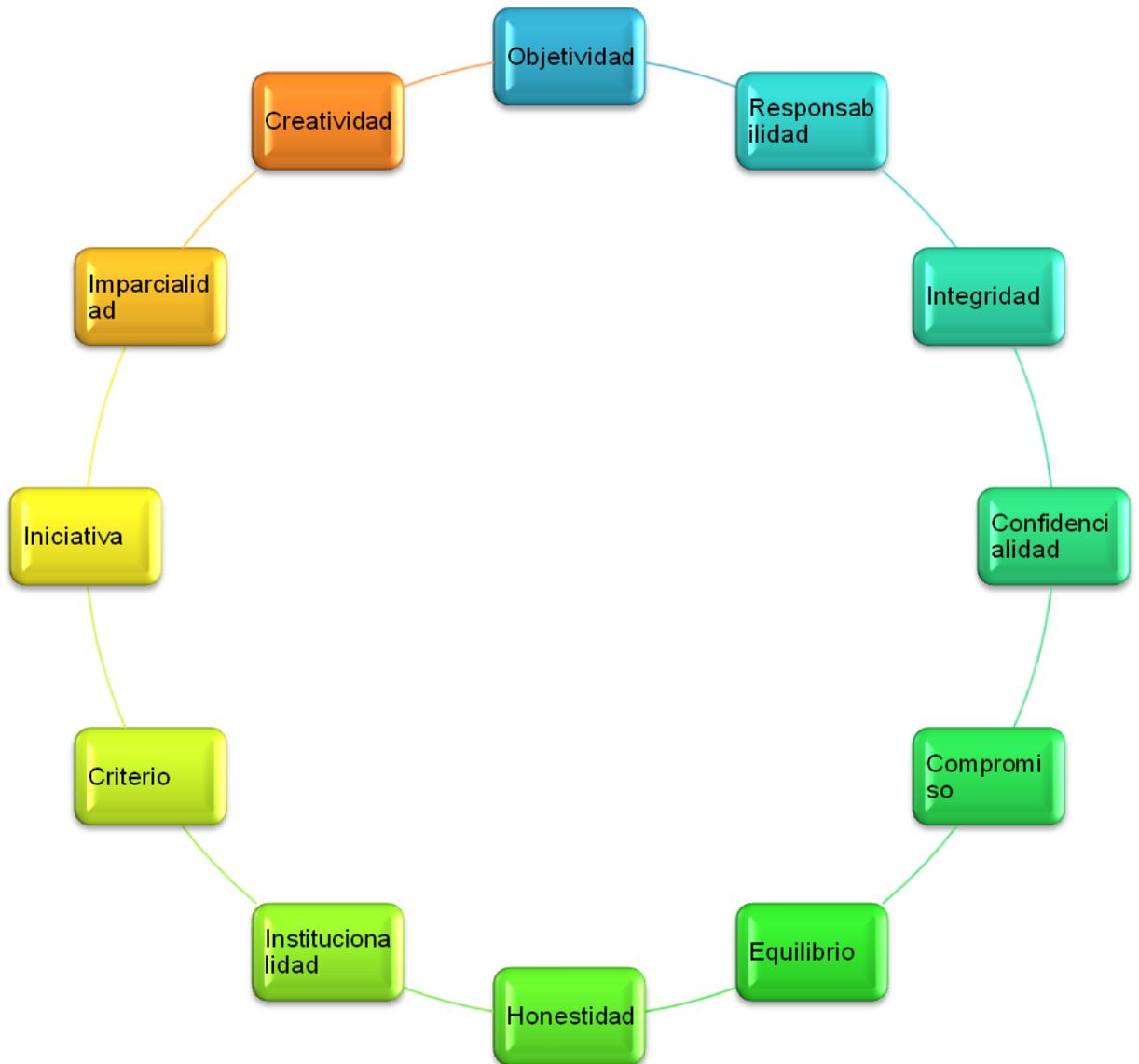
autonomía e imparcialidad en sus tareas a cargo. El que actué de esta manera genera valor y firmeza necesarios a su participación.

1.6.3.1 Normas profesionales del Auditor

En forma suplementaria a la formación teórica, práctica, y profesional el equipo auditor demanda de otro tipo de cualidades y normativas que son definitivas en el desarrollo de su trabajo, descritas a recursos propios producto de su desenvolvimiento y dones intrínsecos a su carácter y personalidad.

El término de estas características puede variar de acuerdo con la forma de ser y el deber ser de cada caso en específico, sin embargo es beneficioso que, quien se dé a la tarea de efectuar con el papel de auditor, sea poseedor de las siguientes características, que serán de mucha ayuda en el desarrollo del proceso de auditoria:

Gráfico 4: Características del Auditor



Fuente: ARENS, A. A., Elder, R., & Beasley, M. (2011). Auditoria, un Enfoque Integral. 11va. Edición. México.

Elaborado por: Las autoras

El auditor no debe de olvidar su apego a estas normas que complementa su perfil laboral y ayudan al cumplimiento de los objetivos trazados, para el correcto desenvolvimiento de sus labores, es fundamental contar con un perfil profesional y psicológico adecuado para el completo desenvolvimiento de cada actividad de trabajo.

1.7 Definición de cuentas por cobrar

Cuentas por cobrar: son créditos que se conceden a los clientes al concederles un período razonable para que solventen sus compras después de haberlas recibido. (Ortega Castro, 2008, pág. 248).

También podemos decir que cuentas por cobrar es el calificativo de la cuenta en el que se reconocen los aumentos y los recortes relacionados a la venta de conceptos diferentes a productos o servicios. Esta cuenta está formada por letras de cambio, títulos de crédito y pagarés a favor de la entidad.

Las cuentas por cobrar, consecuentemente, conceden el derecho a la empresa de reclamar a los suscriptores de los títulos de créditos el desembolso de la deuda justificada. Se trata de un beneficio futuro que acredita el titular de la cuenta.

Podemos decir que las cuentas por cobrar componen el crédito que la empresa otorga a sus clientes mediante un crédito directo en el curso ordinario de sus actividades comerciales, como consecuencia de la entrega de mercadería. Con el objetivo de conservar las clientelas actuales y atraer nuevas, una gran parte de las empresas en el Ecuador recurren a ofrecer el crédito. Las condiciones de crédito varían dependiendo el tipo de empresa y la rama en que esta se desenvuelva, pero las organizaciones de la misma rama generalmente ofrecen circunstancias de crédito similares.

Las ventas a crédito generan como resultado las cuentas por cobrar, normalmente incluyen ambientes de crédito en las que se pacta el pago dentro de un número determinado de días. Aunque es destacado que todas las cuentas por cobrar no se recaudan dentro del período de crédito, tenemos que tomar en consideración que es cierto que por lo general se convierten en efectivo en un plazo muy menor a un año; tomando en consideración lo antes mencionado podemos decir que las cuentas por cobrar se consideran como

parte del activo circulante de la entidad, por lo que se presta muchísima atención a la dirección eficaz de las mismas.

El objetivo que se quiere lograr con respecto a la correcta administración de las cuentas por cobrar no solo se enfoca en cobrarlas con prontitud, también debe procurar mantener la atención a las alternativas costo - beneficio que se presentan en los diferentes campos de la gestión de éstas. Estos campos engloban la determinación de las políticas de crédito, las condiciones de crédito, el análisis de crédito y las políticas de cobro, que más adelante vamos a desarrollar como el ciclo del proceso de cuentas por cobrar.

1.7.1 Definición de la palabra crédito

El término crédito se utiliza para aquellos préstamos cuya disponibilidad no se realiza en el momento que transferimos el bien, sino que el favorecido dispone del crédito según las necesidades que este tenga, hasta el plazo que se ha estipulado en el contrato.

El crédito puede variar de una compañía a otra, dependiendo del giro del negocio, pero por lo general contiene elementos que los hacen análogo tales como:

- Consecuencia de ventas a plazos.
- Se negocia en ellas el plazo máximo de pago.
- No tiene garantías específicas.
- El efectivo se recupera a corto plazo.

Se dice que para que las compañías extiendan su efectivo, producto de las ventas o prestación de servicios de contado, se necesita que realicen

ventas a crédito, estas pueden ser a crédito a cuenta abierta en el caso de la compañía en análisis un **crédito directo** previamente aprobado o garantizadas con documentos.

Las empresas pueden incrementar su efectivo también si realizan una ampliación de su mercado en el que realizan las transacciones de venta, significa que no solo se realizaran ventas específicas de manera directa en el local, sino que también se puede utilizar otros medios como vía internet, venta por catálogos o realizar ventas en otras plazas.

Al realizar estas ventas lo que obtenemos es un incremento en el flujo de efectivo sin la necesidad que nuestros clientes nos cancelen al contado el valor del bien que recibieron, al realizar esta actividad dentro de la compañía lo que generamos es una cuenta por cobrar, he aquí su origen.

Todas las empresas que trabajen frente a este panorama de generación de cuentas por cobrar para incrementar su efectivo tienen que realizar un control de la cuenta, con el único objetivo de mostrar razonablemente la situación financiera de la compañía e impedir la incurable perdida de estas cuentas.

Para realizar este control algunos de los parámetros que podemos considerar son:

- Llevar el control de forma individual de cada tarjeta de cliente.
- Conciliar en forma periódica la cuenta de mayor general.
- Revisar la antigüedad de los saldos cada periodo.
- Elaborar un estado de cuenta de cada cliente que posea la compañía.

- Enviar periódicamente los estados de cuenta a cada uno de los clientes, para que de esta manera tengan conocimiento del valor que adeudan.

1.7.2 Importancia del crédito

En nuestro país actualmente la mayoría de las empresas realizan ventas a crédito pues los clientes no cuentan con el efectivo a la hora de adquirir sus productos, por lo que en este apartado indicaremos la importancia del mismo.

El crédito es la base para la existencia y progreso de las empresas. Si analizamos desde lo mercadotécnico es quien permite que se incremente los márgenes de venta y que a su vez reduzca los costos unitarios además que permite a ciertos sectores de la población unirse al mercado del comprador.

1.7.3 Tipos de crédito

El crédito puede clasificarse en diferentes tipos dependiendo su origen, en función de su destino, de la duración que tenga y en función de la garantía que asegura el pago de la devolución e intereses:

En función de su origen

- Crédito bancario: es otorgado por entidades crediticias, bancos, mediante la celebración de un contrato.

Es importante saber diferenciar de los préstamos bancarios pues en los créditos el banco nos concede una suma de dinero y nosotros podemos disponer o no de ella, pagando solamente el interés del monto que utilicemos, mientras que en los préstamos, se cancela el interés por el total del dinero que nos prestan, utilicemos o no el dinero.

- Crédito hipotecario: Por lo general el monto de dinero que nos otorguen se utiliza para la construcción de una casa o la compra, también se utiliza para la adquisición de terrenos. Debido a que el valor es considerable las instituciones financieras requieren garantías que aseguren el pago del mismo. El tiempo de duración de este crédito por lo general es a mediano y largo plazo.

En función del destino

- Crédito de producción o comercial: es para financiar actividades industriales, agropecuarias, ganaderas y comerciales. Puede servir para pago a proveedores, compra de maquinarias y bienes, capital de trabajo entre otros.
- Crédito de consumo: Suele darse para el consumo de algún bien o servicio de tipo personal. Algunos ejemplos que podemos encontrar son compra de auto, planificación de una boda.

En función del plazo

- Créditos a corto y mediano plazo: Aquellos que el pago total de la deuda y el interés se realizan en un periodo de uno a cuatro años.
- Créditos a largo plazo: Aquellos que el pago total de la deuda y el interés se realizan en un periodo mínimo de ocho a cuarenta años.

En función de la garantía que asegura el pago de la devolución e intereses

- Crédito personal: una persona garantiza el pago de la deuda y se compromete a cancelar en caso de que el deudor principal no pudiera cumplir con el compromiso.
- Crédito real: se da cuando el acreedor obtendría cobrar su deuda del saldo conseguido por la venta del bien, tratándose de una hipoteca

Podemos considerar que la clase de crédito que vamos a brindar en nuestra compañía es de tipo crédito de consumo a corto y mediano plazo pues se da para el uso personal del cliente y su duración es hasta 24 meses.

1.7.4 Importancia de las cuentas por cobrar

Dentro de los estados financieros, las cuentas por cobrar constituyen una de las partidas más importantes de la compañía.

Los resultados deudores de compradores vencidos correspondientes a bienes vendidos o servicios suministrados constituyen la más significativa. Las cuentas compradores constituye entre el treinta por ciento y el cincuenta por ciento de los activos circulantes de la compañía. Para la administración de la empresa esta área constituye un reto constante de control a fin de evitar inconvenientes mayores.

1.7.5 Objetivos de la auditoría de cuentas por cobrar

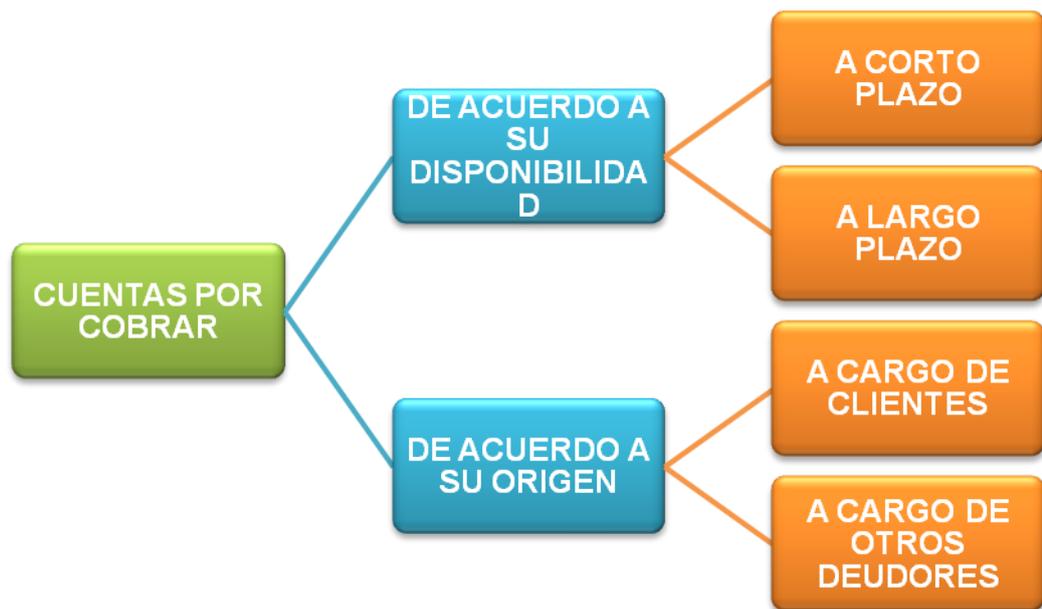
Se pueden señalar que entre los objetivos de cuentas por cobrar encontramos los siguientes:

- Evidenciar mediante las pruebas de auditoría que la cuenta por cobrar sea auténtica y si su inicio se da en una transacción de venta.
- Verificar si las transacciones registradas son operables en forma efectiva.
- Demostrar que estos valores sean correspondientes a transacciones y que no existan rebajas, devoluciones u otros descuentos que deban considerarse para el registro del valor real de la cuenta por cobrar.

- Confirmar la existencia de adeudados incobrables y su técnica de cálculo contable.

1.7.6 Clasificación de las cuentas por cobrar

Gráfico 5: Tipos de cuentas por cobrar



Fuente: Kieso, D. E., Weygandt, J. J., López, A. E., & Pérez, R. C. (1999). *Contabilidad intermedia* (No. 657/K47iE). Limusa Wiley.

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo a su disponibilidad, las cuentas por cobrar se pueden clasificar en:

- A corto plazo: Cuya fecha de realización en efectivo es menor a un año y su revelación dentro del balance se creará en el activo circulante.
- A largo plazo: Cuya fecha de realización en efectivo es mayor a un año, y aparece en el balance como un activo no circulante.

De acuerdo a su origen, las cuentas por cobrar se pueden clasificar en:

- A cargo de clientes: Incluyen documentación y cuentas a cargo de consumidores de la compañía, bien de la venta de mercancía que representa la actividad normal de la misma en el caso de nuestra compañía la ropa que es vendida al consumidor final.
- A cargo de otros deudores: Son las que se originan por transacciones diferentes a las que se generan en el negocio a diario, por ejemplo impuestos pagados en exceso, préstamos a accionistas, empleados, entre otros.

1.7.7 Registro de las cuentas por cobrar

El rubro de las cuentas por cobrar es controlado por una cuenta mayor de activo corriente, que se aumenta con el valor de las cuentas expedidas, se acredita con el valor de las cuentas cobradas, y su saldo constituye el valor de las cuentas pendientes de recaudación.

1.7.8 Liquidez

La liquidez de la compañía está en manos de principalmente del departamento de Cobranzas y de la gestión que se realice, porque si este logra ejecutar su trabajo de recolectar valores significativos de efectivo o similares, tendremos dinero para realizar mayores inversiones, comprar maquinarias u otros activos, si por el contrario, no se recuperan el dinero pendiente de cobrar de una manera eficaz y eficiente, la compañía tendrá que realizar préstamos para poder cumplir con sus actividades operacionales de forma normal.

Es fundamental analizar y evaluar el control que se está dando en esta área que es crítica para la compañía.

1.7.9 Rol de la gestión de cobranzas

La principal función de este departamento es recuperar los valores que fueron otorgados en un crédito al momento de la compra del bien o servicio, o generado por la entrega de crédito en una institución bancaria, para que la empresa no tenga problemas en la ejecución de sus actividades ordinarias.

Las cobranzas son un servicio fundamental que genera el mantenimiento y captación de más clientes en el mercado y brinda la posibilidad que este vuelva a comprar, gracias a la facilidad de pago se ha convertido en un proceso estratégico de venta. Podemos catalogar a la cobranza como un área de negocio que genera altas rentabilidades si el proceso se realiza con los debidos controles y que a su vez convierte perdidas en ingresos.

La gestión de cobranzas es una parte fundamental del ciclo de crédito, no se debe asumir que este será el último paso porque es a lo largo de este proceso que la compañía recibe una significativa retroalimentación de actividades específicas y de las políticas generales de cada subproceso que se efectuó.

- Promoción
- Evaluación
- Aprobación
- Desembolso
- Seguimiento

La unión de acciones debidamente coordinadas y utilizadas adecuadamente y de forma oportuna a nuestros clientes con el único fin de lograr la recuperación de los créditos otorgados es la gestión de cobranzas eficaz, el objetivo es lograr que los activos exigibles de la empresa se

conviertan en activos líquidos de una forma mucho más rápida y eficaz posible, ejecutando el proceso con éxito a fin de mantener buenas relaciones con los clientes que ayuden a cultivar futuras negociaciones y fiabilidad hacia nuestro negocio.

1.7.10 Pérdida de un crédito

Para la compañía es muy importante definir específicamente las condiciones para diferenciar la pérdida de un crédito, cuando el departamento de cobranza ya ha finalizado su tarea. Esto se da cuenta ya que se han agotado las maniobras y estrategias existentes para poder recuperar el valor efectivo o cuando la probabilidad que el cliente nos realice el pago es muy baja.

Se debe realizar un análisis del costo - beneficio de las medidas legales, reportando al cliente moroso y las diferentes acciones judiciales permitidas por la ley.

1.7.11 Deterioro de cartera

Consiste en la probabilidad de quebranto del valor de la cartera derivada por la infracción del pago por parte de los clientes.

1.7.11.1 Calculo de deterioro de cartera

Para ejecutar el cálculo de deterioro de cartera se tendrá que utilizar la fórmula que se detalla a continuación:

Valor futuro – VPN = Deterioro de cartera

VPN son las siglas de valor presente neto que equivale a:

$$\text{Valor Presente Neto} \quad : \quad \frac{\text{Valor futuro}}{(1+i)^n}$$

- Valor futuro: Es el saldo a la fecha en cartera de la factura
- I (interés): es el porcentaje que fija la empresa en cada factura
- N (periodos): representas los días en mora de la factura

Podemos tomar como ejemplo:

Textiles S.A tiene un saldo en cartera de \$1.000 con 90 días de mora y se fijó que la cartera debía deteriorarse en un 0.20%.

$$\text{Valor presente neto} = \frac{\$1.000}{(1 + (0.20\%/360))^{90}}$$

$$\text{Valor presente neto} = \$4.991$$

Si ponemos en práctica la fórmula de deterioro de cartera:

$$\text{VALOR FUTURO} - \text{VALOR PRESENTE NETO} = \text{DETERIORO DE CARTERA}$$

$$\$1000 - \$4991 = \$995.009$$

1.8 Norma Internacional de Contabilidad 18 Ingresos de Actividades Ordinarias

1.8.1 Objetivo

Los ingresos son limitados, en el Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de Estados Financieros La principal inquietud en la

contabilización un ingreso de actividades habituales es establecer cuándo deben ser registrados. El ingreso de movimientos ordinarios es registrado cuando es factible que los beneficios monetarios futuros fluyan a la compañía y estos beneficios puedan ser calculados con fiabilidad. La Norma identifica las situaciones en las cuales se plasman los juicios para que los ingresos de movimientos ordinarios sean inspeccionados. Esta norma como punto adicional también nos suministra una guía de conocimientos sobre el estudio de tales criterios. (International Auditing and Assurance Standards Board, 2011)

1.8.2 Alcance

Se utiliza la norma para la contabilización de ingresos de actividades ordinarias originarias de los siguientes sucesos y transacciones:

Gráfico 6: Ingresos de actividades ordinarias



Fuente: International Auditing and Assurance Standards Board, 2011

Elaborado por: Las autoras

1.8.3 Definiciones

Los siguientes términos se utilizan en la norma internacional de contabilidad número 18, con el significado que a continuación se detalla:

1.8.3.1 Ingreso ordinario

Es el ingreso bruto de beneficios económicos, durante el ejercicio, surgidos en el curso de las acciones frecuentes de una compañía, siempre que tal ingreso dé término a un incremento en el patrimonio neto y que este no esté relacionado con las contribuciones de los propietarios de ese patrimonio. (International Auditing and Assurance Standards Board, 2011)

Las entradas comprenden el precio de la venta de bienes, neto de impuestos a las ventas y rebajas. Se reconocen cuando su importe se puede medir con fidelidad, es posible que beneficios económicos fluyan a la compañía en el futuro y la transacción cumple con juicios determinados por cada una de las transacciones que efectuó la compañía.

La empresa analiza si puede decir que los ingresos de estos segmentos, que en su mayoría son con crédito inmediato, se registran cuando se ha traspasado los bienes, el comprador ha aceptado la mercadería y se ha recibido el efectivo o la promesa de pago de parte del consumidor.

1.8.3.2 Valor Razonable

Es el valor por el cual puede ser intercambiado un activo o liquidado un pasivo, entre un cliente y un proveedor interesado y apropiadamente informado, en una transacción autónoma. (International Auditing and Assurance Standards Board, 2011).

En la entidad los activos son calculados inicialmente a su valor razonable más la consideración de otro costo atribuible a la transacción, que de ser significativo y tener mayor relevancia, es registrado como segmento del activo, tomando en consideración que el activo financiero no sea escogido como el valor razonable a través de ganancias.

El valor razonable de las cuentas por cobrar se aproxima substancialmente al valor en libros debido a que las operaciones de financiamiento incluyen intereses fijos a una tasa efectiva anual en la sociedad.

Las cuentas por cobrar examinan el crecimiento y la disminución que generan de las ventas producto las mercancías que están puestas en exhibición para la comercialización, única y directamente a crédito documentado a favor de la compañía.

1.8.3.3 Venta de bienes

Deben ser reconocidos y registrados en los estados financieros cuando se cumplen todas y cada una de las siguientes circunstancias los ingresos ordinarios originados de la venta de la mercadería:

- La compañía ha transferido al cliente los riesgos y ventajas, de tipo significativo, procedentes de la propiedad de los productos.
- La compañía no conserva para sí ninguna implicación en la gestión normal de los productos transferidos, en el grado prácticamente asociado con la pertenencia, además que no retiene el control efectivo sobre este.
- El valor de los ingresos ordinarios, que la actividad comercial de la empresa genere puede ser valorado con fiabilidad.

- Es probable que la compañía reciba los beneficios económicos relacionados con la transacción
- Pueden ser valorados con fiabilidad los valores incurridos, o por incurrir, en dependencia con la transacción

1.9 Norma Internacional de Información Financiera 9 Instrumentos Financieros

La Norma tiene como objetivo principal fundamentar los principios para la información financiera sobre activos financieros y pasivos financieros, de manera que al ser presentada la información sea útil y relevante para los beneficiarios de los estados financieros para la valoración de los importes, calendario e incertidumbre de los flujos de efectivo futuros de la compañía.

1.9.1 Clasificación de activos financieros

Las compañías clasificarán los activos financieros dependiendo de cómo se midan posteriormente a costo amortizado, a valor razonable con cambios en otro resultado integral o a valor razonable con cambios en resultados sobre la base de los dos consecuentes:

- Modelo de negocio de la compañías para tramitar los activos financieros.
- De las características de los flujos de efectivo contractuales del activo financiero.

Un activo financiero estará sometido a medirse al costo amortizado si cumple con las condiciones que a continuación se indican:

- El activo financiero se conserva dentro de un modelo de ejercicio cuyo objetivo se basa en mantener los activos financieros para lograr los flujos de efectivo contractuales.
- Las circunstancias contractuales del activo financiero generar, en plazos específicos, a flujos de efectivo que son exclusivamente pagos del principal e intereses sobre el importe del principal aplazado.

1.9.2 ¿Cómo medir las pérdidas crediticias?

La empresa puede recurrir a soluciones hábiles para calcular las pérdidas crediticias esperadas si son adecuadas con los principios.

Tomemos como ejemplo de una solución práctica es el cálculo de las pérdidas crediticias esperadas sobre cuentas por cobrar productivas ayudándonos de una matriz de provisiones.

La compañía recurrir a su experiencia de quebrantos crediticios histórica para cuentas por cobrar comerciales para de esta manera estimar las pérdidas crediticias de 12 meses o las pérdidas crediticias esperadas durante el tiempo de vida del activo sobre los activos financieros según pertenezca.

La matriz de provisiones podemos armarla especificando las tasas de provisiones esto dependerá de los números de días que el cliente está en mora:

- 1 por ciento si no está en mora
- 2 por ciento si lo está por menos de 30 días
- 3 por ciento si lo está por más de 30 días pero menos de 90 días
- 20 por ciento si está en mora entre 90 y 180 días

Dependiendo de la variedad de su plataforma de clientes, la compañía utilizaría las agrupaciones adecuadas si su práctica de pérdidas crediticias históricas muestra patrones de pérdidas diferentes significativas para distintos secciones de consumidores.

Algunos criterios para agrupar los activos que se puede utilizar son:

- Tipo de producto
- Región geográfica
- Calificación del cliente
- Garantía colateral
- Seguros

Capítulo 2: Caracterización de la compañía sujeta de investigación

2.1 Antecedentes de la compañía

La historia de Textiles S.A. empieza 1939 cuando el fundador de origen alemán decide abrirse de su socio el cual era dueño de una de las tiendas por departamento que existían. En 1940 decide abrir un almacén de venta de telas, tejidos y pieles importados de Alemania en el centro de la ciudad de Guayaquil contando con tan solo 3 empleados.

En 1945 contando con 60 empleados Textiles S.A. abre su almacén en la ciudad de Guayaquil llamado Go Lucy Textiles convirtiéndose ahora en el edificio principal de este. Luego en 1949 empieza a vender artículos para el hogar transformándose en unos de los primeros almacenes que tenía variedad de productos en dicha ciudad.

En 1959 se crea la marca de Textiles S.A. el cual se encuentra vigente hasta el día de hoy, generando una estrategia de crecimiento para la empresa lo cual ayuda que el cliente los pueda reconocer. En 1964 Textiles S.A. se arriesga a dejar a un lado la venta de telas, textiles y pieles para incursionar en la moda directamente a la venta de un producto terminado para diferentes mercados.

Textiles S.A. fue una de las primeras empresas en utilizar el sistema de crédito con tarjetas de crédito corporativas para facilitar las compras a sus clientes, esto se da inicios a partir del año 1968. En la actualidad las compras se las puede realizar con un nuevo convenio que se dio en el año 2014 con el Banco Guayaquil dando origen a la tarjeta Visa Bankard de Textiles S.A. En 1973 se inaugura una pequeña tienda llamada Boutique 33 en la que se

vendería ropa bordada cuencana ayudando así a impulsar la mano de obra y producto ecuatoriano.

De manera imponente y con resultados importantes Textiles S.A. abre su segunda tienda en la ciudad de Guayaquil llamada My Lucy Textiles en el año 1979, gracias a su invaluable servicio al cliente, presentación de la mercancía y con una publicidad de alta calidad. En 1986 se abre Textiles S.A. South Textiles Moda y en 1994 se apertura un local en La Alba Textiles Moda y el Centro de Distribución.

En 1996 se incursiona en el mercado de Quito estableciendo el local en Clásicos Textiles Moda y se abre Textiles S.A. Hogar en la South Textiles. En el año 2001 se inaugura Textiles S.A. Hogar en la Alba Textiles. Debido a la gran demanda que obtuvo Textiles S.A. se vio la necesidad de crear una página web para que así sus clientes estén más al tanto de la tienda por departamentos esto lo realizó en el año 2002.

En el 2003 realizan la apertura de locales en Fashion Textiles Shopping en el cual están los departamentos de Textiles S.A. Hogar, Maquillaje y Juvenil, posteriormente en el año 2004 en el mismo centro comercial abren Textiles S.A. Niños. En el 2005 apertura Textiles S.A. Juvenil Chicas en Ultra Moda Shopping en Rumiñahui e inauguraron Textiles Niños. En el Comarca Shopping Quito se abrió una tienda en el año 2007 y en el año 2010 llegaron a Clásicos Textiles South Textiles con Textiles S.A. Moda y Hogar.

En el 2011 se inauguró Señoras en Comarca Shopping Quito también se abrió en My Lucy Textiles Guayaquil el departamento de Señores y se remodelo la tienda de Go Lucy Textiles. Apertura en el 2013 Textiles S.A. Moda en Scala Shopping en Cumbayá. Por último en el 2014 incrementan la venta de artículos tecnológicos y la remodelación de la tienda de Clásicos Textiles y My Lucy Textiles bajo otro concepto.

Actualmente el negocio tiene un importante reconocimiento a nivel nacional con 75 años en el mercado ecuatoriano siendo una de las empresas más sólidas y rentables del país. Textiles S.A. cuenta con 20 sucursales en el Ecuador entre moda, hogar y especializada; entre sus locales que se destacan son los de Guayaquil y Quito.

2.2 Descripción de la empresa

Es una tienda por departamentos cuya línea principal es la ropa y artículos para el hogar, esta tiene algunas secciones como:

- Textiles Señoras

- Textiles Señores

- Textiles Niños

- Juvenil

- Maquillajes

- Textiles Hogar

- Electrónica

Textiles S.A. importa mercancía de Estados Unidos, Panamá, Colombia, Perú, China y ciertas partes del continente europeo, aunque el 74% de su producción es totalmente ecuatoriana generando así la mano de obra en el Ecuador. Sus tiendas tienen un valor calculado alrededor de 3 y 5 millones de dólares americanos a excepción de Tendencias Textiles que tiene una inversión de quince millones de dólares americanos.

Tiene varios departamentos que ayudan a un mejor funcionamiento en el negocio como: Auditoría, Compras, Crédito, Finanzas y Control, Marketing, Organización y Métodos, Presidencia, Operaciones, Tiendas, Recursos Humanos, Sistemas, Visual Merchandising y Centro de Distribución así mismo, la compañía tiene una área de administración que nos ayuda al desarrollo del negocio mediante estrategias profesionales y organizadas que permite alcanzar los objetivos de la compañía.

2.3 Misión y Visión

2.3.1 Misión

Vestir a la moda al cliente y a su hogar ofreciéndoles una experiencia inolvidable al momento de realizar sus compras con eficiencia y profesionalismo, generando valor para nosotros y la comunidad siguiendo fielmente los valores corporativos.

2.3.2 Visión

Ser la primera opción en el mercado para las personas, familias y ser líder en las tiendas departamentales ofreciéndoles productos de calidad y vanguardia en moda.

2.4 Valores de la empresa

Textiles S.A. es una empresa que trabaja en equipo con una comunicación oportuna y sincera actuando ante todo con integridad para así estar orientados a satisfacer al cliente ya que está comprometida con los resultados.

2.5 Políticas

El avance de colecciones y bosquejos, brindan al consumidor productos de acuerdo a las tendencias de moda, colores y estilos. La investigación del mercado, la satisfacción total del cliente externo son los pilares para el desarrollo de las actividades de comercialización.

La innovación y tecnología, son los recursos que utilizamos para satisfacer los requerimientos del cliente. La eficiente administración del talento humano, los permanentes programas de desarrollo personal y profesional, garantizan el servicio eficiente en la compañía.

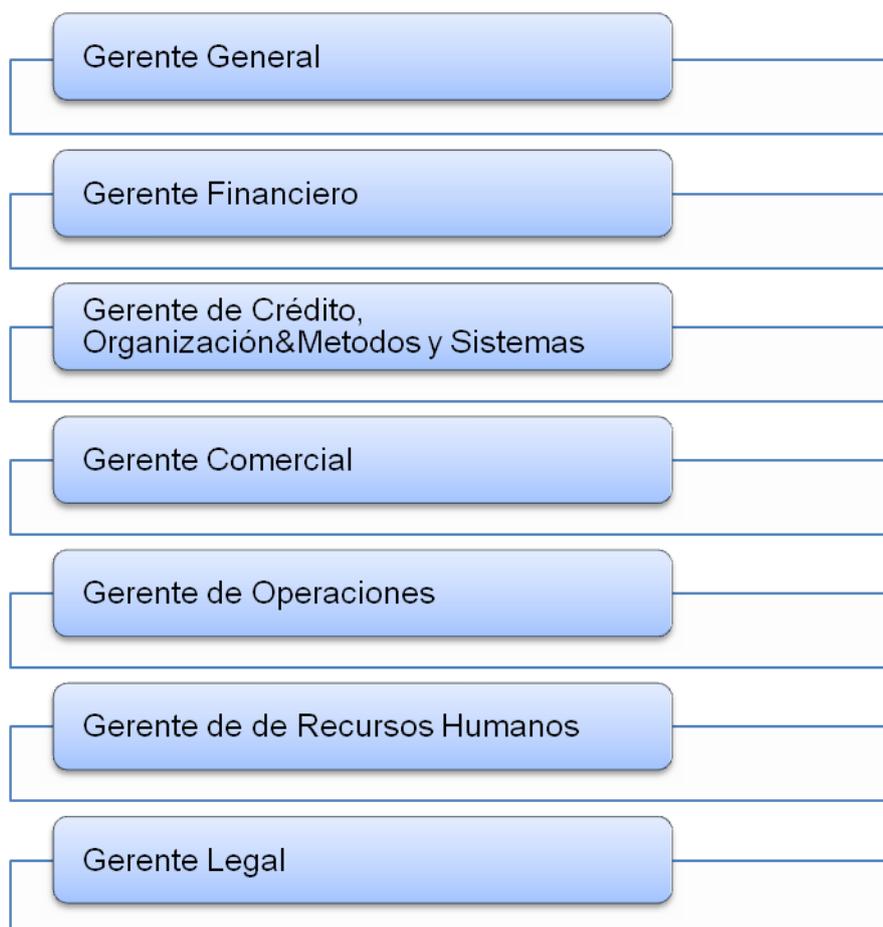
2.6 Directorio de la compañía

Este está compuesto por un Gerente General y cuatro Gerentes.

2.7 Equipo de dirección

La dirección de la compañía Textiles S.A. está compuesta de la siguiente estructura:

Tabla 2: Equipo de Dirección Textiles S.A.



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Las autoras

2.8 Tiendas

Los puntos de venta que tiene en la actualidad Textiles S.A. ascienden a 11 tiendas a nivel nacional aunque su concentración se da principalmente en las ciudades de Guayaquil y Quito. A partir del año 2010, la atención que tradicionalmente fue cara a cara con el cliente, se ha expandido a efectuarse las ventas a través de un servicio web.

Las tiendas que posee Textiles S.A., se detallan a continuación:
Guayaquil

- Go Lucy Textiles
- My Lucy Textiles
- Alba Textiles
- Fashion Textiles
- South Textiles

Quito

- Clásicos Textiles Norte
- Clásicos Textiles South
- Comarca Shopping
- Scala

Rumiñahui

- Ultra moda shopping

Samborondón

- Tendencias Textiles

Tienda Online

- Envíos a todo el Ecuador 24/7

2.9 Operaciones desarrolladas por la empresa

2.9.1 Centro de distribución

Este centro es una parte fundamental en la logística de la empresa ya que a través del centro de distribución se puede entregar la mercadería que es recibida por los proveedores locales en menos de 48 horas y cuando son proveedores del extranjero esta mercadería se la distribuye en 96 horas plazo. El proceso que se realiza en el centro de distribución es: recepción, desempaque, etiquetaje, bodega, despacho y transporte; la estadía máxima en el centro de distribución es de 96 horas.

2.9.2 Crédito

El crédito directo que da la compañía a sus clientes es una gran ventaja competitiva que tiene ya que sus clientes tienen la oportunidad de comprar con facilidad de pago aprovechando los descuentos y ofertas exclusivas. Esto a su vez genera el riesgo de recuperación de la cartera para lo cual es necesario una revisión exhaustiva del cupo que se entrega a cada cliente, esta labor es realizado por el departamento de Área de Crédito, el cual está compuesto por 30 personas en las oficinas centrales ubicadas en la ciudad de Guayaquil.

2.9.3 Área de soporte o Administrativa

Esta área está conformada por los departamentos que ayudan con el soporte al desarrollo de la empresa, siendo esta área el acoplamiento de

Textiles S.A. a través de sus procesos de organización, profesionales y eficaces pueden alcanzar las metas anuales que se plantea la misma en coordinación con las demás áreas para así cumplir con los objetivos propuestos.

2.9.4 Área inmobiliaria

Está enfocada en incrementar el número de los locales de Textiles S.A. con un estudio estratégico a largo plazo. Es importante señalar que la compañía cuenta con locales propios debido a que esa ha sido su manera de expandirse en el pasado. Esta área es la encargada de planificar a largo plazo donde serían necesarias las ubicaciones de potenciales nuevas tiendas siempre pensando en satisfacer la demanda de sus mercancías a nivel nacional.

2.10 FODA de la empresa

El departamento Planificación es el encargado de efectuar periódicamente una revisión de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Cada 6 meses, estos puntos son actualizados con la finalidad de contar con una adecuada respuesta a los potenciales nuevos riesgos que pudiese tener el negocio.

F – Fortalezas

Las fortalezas de Textiles S.A. han sido la base para que este negocio crezca y tenga el éxito que hoy en día tiene por lo que constantemente trabaja para ir siendo el líder en las tiendas por departamentos como son:

- Modelos exclusivos.
- Mayor calidad.

- Una gran gama de productos.
- Sistema de tarjeta de crédito.
- Excelente atención.
- Precios competitivos.
- El almacén está ubicado en zonas estratégicas.
- La publicidad ya que Textiles S.A. está preocupado de llegar y hacer conocer sus productos y marca a los clientes.
- Las promociones siempre las van a encontrar.

O – Oportunidades

Las oportunidades han ido dándose al transcurrir el tiempo ya que se va mejorando cada día y se busca la mejora y el enriquecimiento para Textiles S.A. gracias a estas:

- Tener más sucursales.
- Contar con medios publicitarios: página web, Facebook, Twitter, Instagram.
- Tener producción de Ecuador es una oportunidad de que los clientes prefieran lo nuestro.
- Promociones en días festivos.
- Incrementar nuestros ingresos con promociones.

D – Debilidades

Una de las debilidades que le preocupa a Textiles S.A. es la falta de personal personalizado en la atención a sus clientes ya que para ellos es fundamental esto puede suceder cuando hay días festivos.

- Falta de personal personalizado en la atención al cliente.
- Inventarios que no cubren la totalidad de la demanda.
- Gastos en alquiler de locales.

A – Amenazas

Existen algunas amenazas que salen de las manos de Textiles S.A. como la economía del país pero si se puede armar una estrategia para ganarle a esta gran amenaza.

- La competencia siempre será una amenaza, es importante conocerla y tener diferentes estrategias.
- La economía del país es una amenaza latente ya que de eso depende nuestro negocio debido a la crisis.
- Aumento de imprevistos en costos operativos.
- Las nuevas tendencias seguidas por los jóvenes.

2.11 Servicios que ofrece

Textiles S.A. es una empresa que le da mucho privilegio a los servicios que ofrece a nuestros clientes con la más alta calidad haciendo que los clientes puedan obtener beneficios y se sientan cómodos con la empresa que les está brindando el producto.

- La compañía cuenta con el servicio de entrega a domicilio en todo el país además de brindar el servicio de envoltura de regalo.
- Venta por teléfono a través de la atención del call center para la compra en línea.
- La compañía ofrece Garantía Textiles S.A. que brinda cambios y devoluciones sin ningún costo.
- Existen dos tipos de crédito corriente y diferido. El corriente consiste en cancelar la totalidad del consumo sin intereses hasta 30 días después

de tu fecha de corte. A diferencia del crédito diferido este permite diferir las compras con facilidades de pago de 6, 9, 12, 15, 18 hasta 24 meses.

- El beneficio del seguro de Desgravamen sin ningún costo permite cubrir el saldo del deudor de la cuenta en caso de fallecimiento del titular.

2.11.1 Atención al cliente

La atención al cliente que tiene Textiles S.A es con el fin de que este obtenga su producto en buenas condiciones y que pueda gozar de los beneficios que se encuentran en la empresa. Textiles S.A. cuenta con una gran área de atención al cliente donde este puede dar mucha información que les pueda servir a sus clientes como por ejemplo: información que se necesita para la solicitud de crédito directo, consulta de saldos, aumento de cupo, cálculo de cuotas, consulta de tarjeta regalo, esto se lo puede realizar a través de los puntos de venta o por consulta desde el portal web del establecimiento.

2.11.2 Cambios y devoluciones

Este servicio aplica cuando el producto viene con fallas de fabricación, mal funcionamiento o mal estado del producto. La compañía tiene la política de servicio al cliente de atender las devoluciones por los desperfectos descritos pero se advierte de manera expresa que las mismas únicamente son atendidas en los siguientes treinta días posteriores a efectuada la venta. Los cambios se realizan por intercambio de la prenda en reclamación por una similar o en el caso de no existir, el cliente puede utilizarlo como crédito para una futura venta. En dichos casos se emite una nota de crédito a favor del cliente la cual se descuenta en la factura siguiente, esto con el objetivo de mantener la fidelización del cliente.

2.11.3 Garantía de los productos

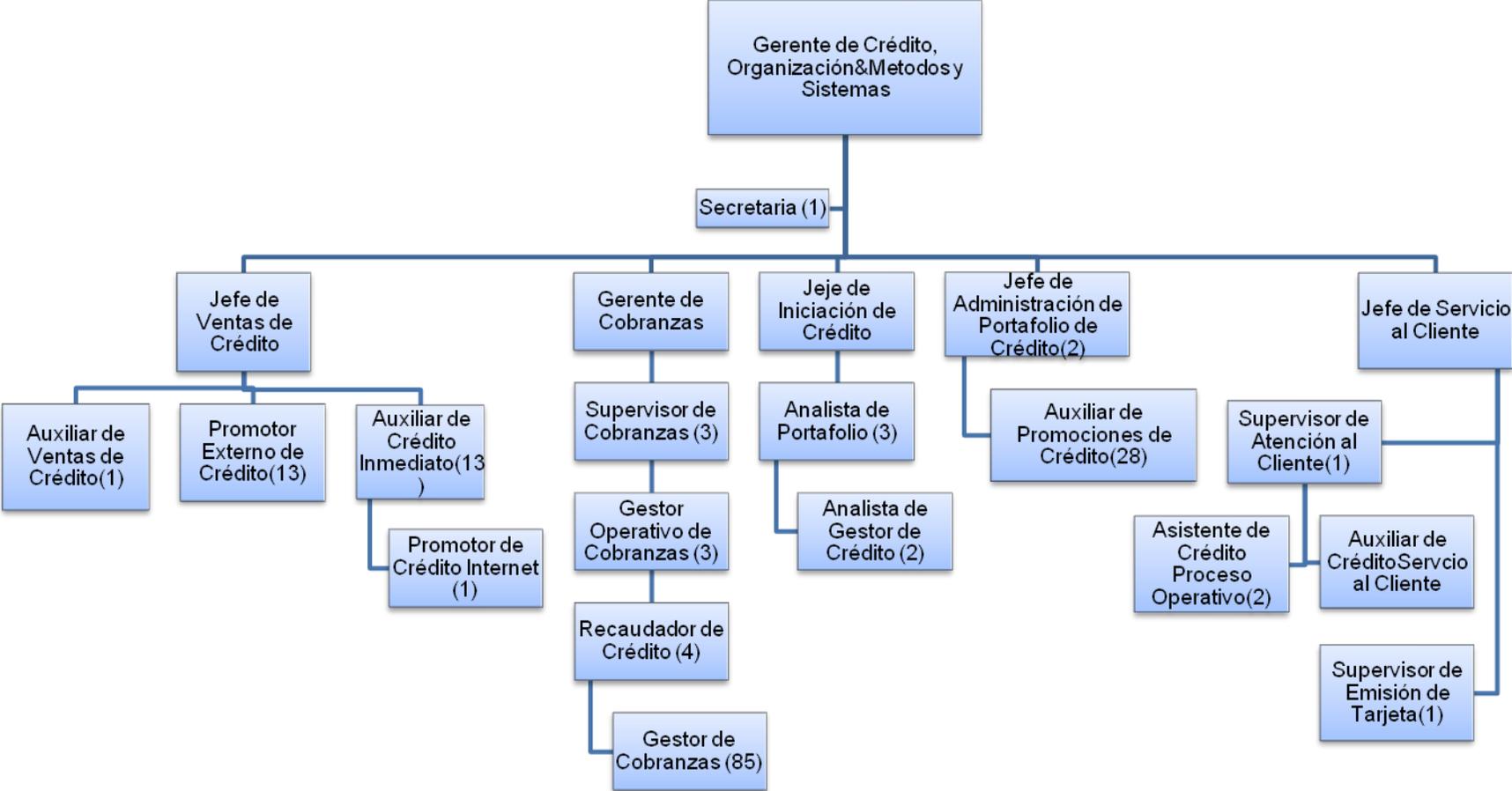
Para ejecutar la garantía técnica se debe contactar con el centro autorizado de servicio, el producto se deberá entregar con la caja original con todos los componentes que vino en él, el certificado de garantía y el certificado de la constancia de la compra en Textiles S.A.

2.11.4 Compras 100% seguras

La tienda virtual de Textiles S.A. da seguridad en todas sus compras ya que posee un sistema que ayuda con la verificación y validez de todos los datos personales, información de las tarjetas de créditos entre otros en un círculo seguro donde no puede ser manipulada toda la información dada por terceros ya sean que pertenezcan o no la empresa.

2.12 Organigrama del Área de Crédito

Tabla 3: Organigrama Área de Crédito



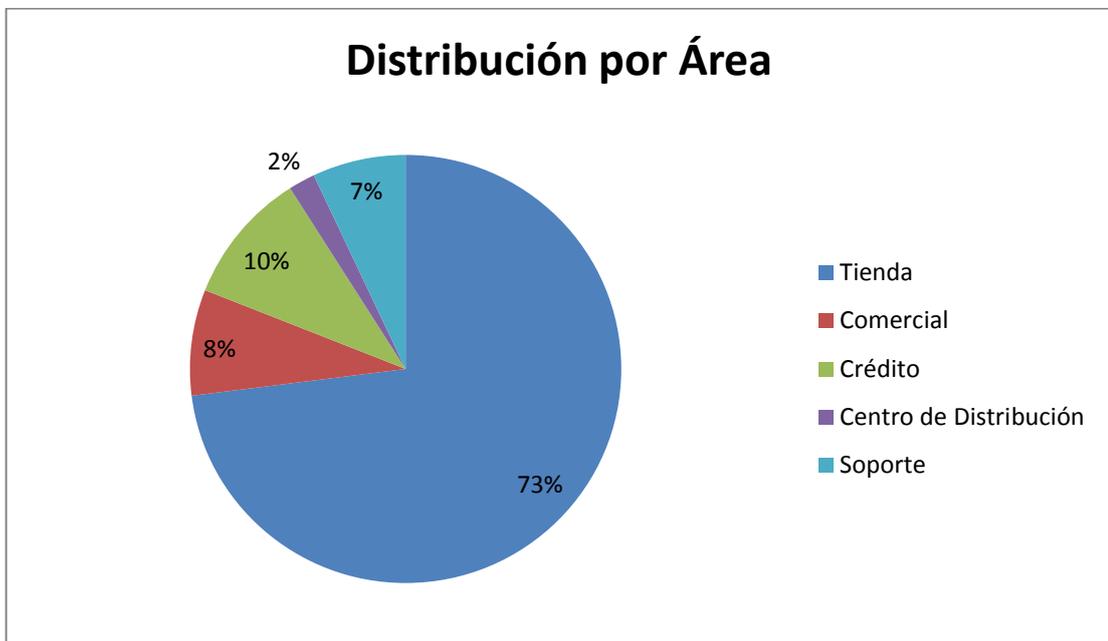
Fuente: La compañía
Elaborado por: Las autoras

2.13 Colaboradores de Textiles S.A.

Son más de 2.500 personas que trabajan arduamente para el desarrollo, crecimiento y liderazgo de la empresa gracias a que estos colaboradores se han comprometido con Textiles S.A. es por eso que son una fuerte ventaja competitiva en la empresa ya que se les realiza entrenamientos, pasantías y proyectos en las áreas de operaciones, comercial y crédito para convertirse en una de las mejores empresas para trabajar.

Los colaboradores se encuentran distribuidos en las distintas áreas que se presentan a continuación:

Gráfico 7: Distribución por Área de Colaboradores



Fuente: La compañía
Elaborado por: Las autoras

En las tiendas se cuenta con un 73% de colaboradores para una mejor atención a los clientes, con un 7% en el área de soporte, 10% en el área de crédito, 8% en el área comercial de la tienda y por ultimo un 2% en el área de distribución.

También entre los colaboradores se encuentran un 71% que son mujeres y el restante que son hombres con un 29% en totalidad de todos los colaboradores en la empresa.

Gráfico 8: Distribución por Género de Colaboradores



Fuente: La compañía

Elaborado por: Las autoras

Del total de los colaboradores de Textiles S.A. el 67% son de la Costa y el 33% son de la región Sierra de nuestro país.

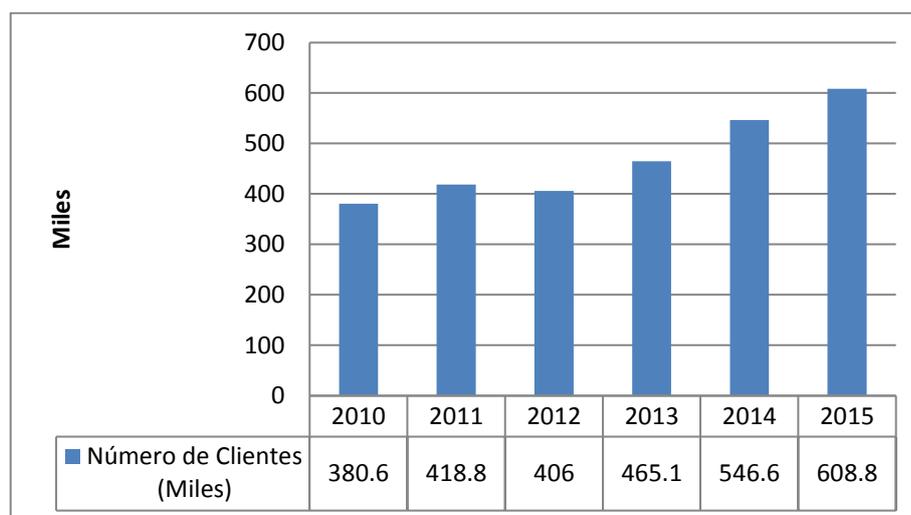
2.14 Ambiente Interno

Las estrategias que ha tenido Textiles S.A. han permitido que esta se convierta en unas de las tiendas líderes en el mercado de las tiendas por departamento, sin descuidar el buen entendimiento que ha tenido hasta el momento entre empresa–cliente, empresa–proveedores y empresa–colaboradores ya que esto es fundamental para el crecimiento de la empresa y el buen desarrollo de la misma.

2.14.1 Clientes

Los clientes de Textiles S.A. se encuentran dispersos en todo el Ecuador ya que no solo tienen las tiendas en diferentes ciudades del país sino también cuentan con la tienda Virtual de Textiles S.A. y esto les permite llegar a las distintas ubicaciones geográficas del país. El target de la población de Textiles S.A. es de clase media alta y medio pero en la actualidad se está apuntando en ubicar locales en los sectores donde estarían clientes de clase alta como el local de Tendencia Textiles - Samborondón.

Gráfico 9: Evolución del número de Clientes (en miles) Años 2010 al 2015



Fuente: La compañía

Elaborado por: Las autoras

Según el gráfico podemos observar que del 2014 al 2015 se ha visto un incremento de los clientes de Textiles S.A. en un 62.2 miles de clientes gracias a que cada vez la compañía posee más número de visitas, en este año corresponden a 18.3 visitas de habitantes incrementadas en todo el país.

2.14.2 Proveedores

Desde hace 10 años se apertura la creación de marcas propias con proveedores locales, ofreciéndoles a los clientes productos ecuatorianos de alta calidad generando así el desarrollo de la industria local. Actualmente cuentan con más de 250 proveedores locales a los cuales se les brinda capacitación y asesoría para que fortalezcan y orienten sus proyectos en una mejora continua.

Entre los principales proveedores que ha mantenido Textiles S.A están:

- Diseños Exclusivos Disex S.A.
- Escamdus S.A.
- Las Fragancias Cía. Ltda.
- Almacenes Juan Eljuri Cía. Ltda.
- Koenig & Partners S.A.

En cuanto a los proveedores del exterior han formado parte:

- Belli & Asociados
- Piazza Internacional S.A.

- Tramontina Farroupilha S.A.

- Industrias Canon de Colombia

- Laura S.A.

2.14.3 Factor Competitivo

En los últimos años el país ha ido creciendo en el mercado de las tiendas por departamentos, se ha registrado una evolución en el sector económico mostrando un alza en el segmento del comercio. Cada día el nivel competitivo es más grande gracias a que se ha incrementado la demanda pero también ha incidido en el surgimiento de nuevos ofertantes.

Con la iniciativa de darle cabida a la industria local va generando más de 15.000 plazas de trabajos indirectos beneficiando así a más de 60.000 personas gracias a que se está impulsando la mano de obra ecuatoriana, tras más de una década trabajando en las marcas propias gracias al apoyo de los 300 proveedores ofreciéndoles a los clientes de mejor calidad y con las últimas tendencias locales e internacionales.

Según expertos en el mercado dicen que los elementos clave para que el negocio sea exitoso es la continua mejora en la experiencia del consumidor disponiendo de modernos sistemas de pago, implementando nuevas técnicas en sus operaciones, mantener un ritmo acelerado en la innovación ya que la moda siempre va cambiando, dar a conocer toda la información necesaria al comprador y contar con un gran stock disponible.

Hoy en día el factor competitivo más fuerte que amenaza a todas estas tiendas especializadas en ropa o tiendas por departamentos es la llegada de estos productos por contrabando de los países vecinos que son Colombia y Perú estos los ofrecen a precios mucho más bajos en el mercado mostrándose

atractivos para los demandantes, otra de las amenazas es que ahora se ha visto que las personas viajan al extranjero por ejemplo: Estados Unidos y vienen trayendo ropa para ellos, sus familiares y también para vender a sus conocidos ocasionando esto un factor competitivo pero la ventaja que tiene Textiles S.A. es su facilidad de pago esto ayuda bastante para que sus clientes sigan teniéndolos presente al momento de realizar sus compras además de los beneficios que cuenta para ellos.

2.14.4 Factor Económico

El factor económico de una empresa se puede ver afectado por dos razones: interno y externo. El interno puede ser ocasionado por los costos de materiales o mano de obra pero estos se los puede solucionar con proyectos alternativos para su mejora. A cambio el factor externo se ve afectado por las cosas que no dependen de la empresa como lo es político, social, económico o tecnológico.

El comportamiento del sector comercial está vinculado por los siguientes factores:

- Incremento del poder adquisitivo de los ecuatorianos.
- Una mayor actividad del país con los principales socios.
- Una reactivación en los sectores productivos con el desarrollo de la actividad económica.

En el 2014 se adopta las salvaguardias en el país aumentando la carga impositiva incluso hasta un 45% de su valor de mercado en ciertos productos, esto ocasionó una desaceleración en la economía del país aunque Textiles S.A tomo las medidas necesarias para que este inconveniente no detenga su crecimiento y desarrollo en la empresa.

Al comienzo del 2014 la caída del precio del petróleo sustancial se vio afectada la economía del país, cuyos impactos han sido los siguientes:

- Incremento en los índices de morosidad en la cartera de crédito en los bancos a nivel nacional.
- Incremento en los índices de desempleo.
- Disminución de depósitos en el sector financiero.

Estas situaciones han ocasionado importantes reajustes al presupuesto en el año 2015 y una reducción para el presupuesto del año 2016 por lo que el petróleo constituye la principal fuente de ingresos del Presupuesto General del Estado. Sumando a esto la devaluación de otras monedas con respecto al Dólar de los Estados Unidos de América, moneda que maneja legalmente el Ecuador, esto ha tenido una marca negativa en las exportaciones petroleras del país.

Las autoridades económicas están proyectando diferentes opciones para encarar estas situaciones, tales como:

- Obtención de financiamiento a través de organismos internacionales y gobiernos extranjeros, entre otras medidas.
- Aumentar la inversión extranjera a través de alianzas público-privadas con beneficios tributarios.
- Financiamiento de la carencia fiscal mediante la emisión de bonos del Estado.
- Priorización de las inversiones.
- Reducción del gasto corriente.

Con la finalidad de equilibrar y enriquecer la balanza comercial se ha mantenido el bosquejo de restricción de importaciones a través de salvaguardas y derechos arancelarios, aspecto que debe ir desarmando en el 2016. Aún no se consideran todos los elementos que accede predecir razonablemente el desarrollo futuro de la condición antes mencionada.

Mediante lo anteriormente mencionado se considera que la compañía ha tenido algunas consecuencias en sus operaciones como por ejemplo:

Dificultad de abastecimiento en línea de maquillaje y electrónica, incremento en la morosidad de la cartera de crédito, principalmente. Ante lo cual la Administración está adoptando las siguientes medidas: renegociación de plazos de despachos y plazos de pagos con proveedores, contratación de nuevos servicios call center y de cobranzas, ajustar el modelo de iniciación de crédito para nuevos clientes, exploración de nuevas fuentes de financiamiento externo.

En el último año su nivel de ingresos mostró un sólido crecimiento de 13.9% en comparación al año 2013. Las tiendas de moda contribuyen con 59.6% del total vendido, en tanto que las tiendas especializadas y de artículos para el hogar aportan con 24.6% y 12.8% respectivamente.

El costo de ventas promedió de los tres últimos años permite obtener un margen de ventas promedio, el cual le permite cubrir los gastos de administración y ventas en el orden respectivamente, luego de lo cual alcanza una utilidad operacional, además los ingresos financieros provenientes por el financiamiento directo que ofrece el Emisor, con esto alcanzaría una utilidad operativa del 24%. Éste margen le permite generar en el periodo un monto de flujo de efectivo de US\$43.5 millones el cual, considerando que emplea un promedio de activos de US\$43.5 millones, le representa una rentabilidad de 20%. La estructura de capital del negocio a marzo del 2015, está compuesta por US\$24 millones de deuda financiera y US\$150 millones de inversiones en acciones, Textiles S.A. dispone de activos líquidos que por su estructura de

financiamiento cubren a la fecha los vencimientos corrientes de los pasivos afectos al pago de intereses

2.14.5 Factor Geográfico

Definitivamente el factor geográfico es el punto clave para el desarrollo de cualquier empresa ya que este juega un papel fundamental para que tenga éxito. Las tiendas de Textiles S.A. están ubicadas en puntos estratégicos en ciudades principales del país donde se va a encontrar una gran concurrencia de las personas, estas tiendas las han ubicado en los principales centros comerciales y calles de estas ciudades grandes.

Adicionalmente, Textiles S.A. cuenta con una tienda virtual, esto les favorece mucho ya que se encuentra al alcance de toda su potencial clientela logrando comercializar toda su mercadería a nivel nacional.

La tienda virtual ha incrementado un 29% en ventas frente al año 2014 gracias a la implementación de las ventas vía telefónica es por eso que los clientes puede comprar a través del call center de manera rápida y segura. En el 2015 las transacciones online ha tenido un incremento significativo llegando a una cantidad de 30.721 mientras que las ventas online están en \$ 4.534.147, hay un 4.8% de crecimientos de las ventas en el 2015.

2.15 Ambiente Externo

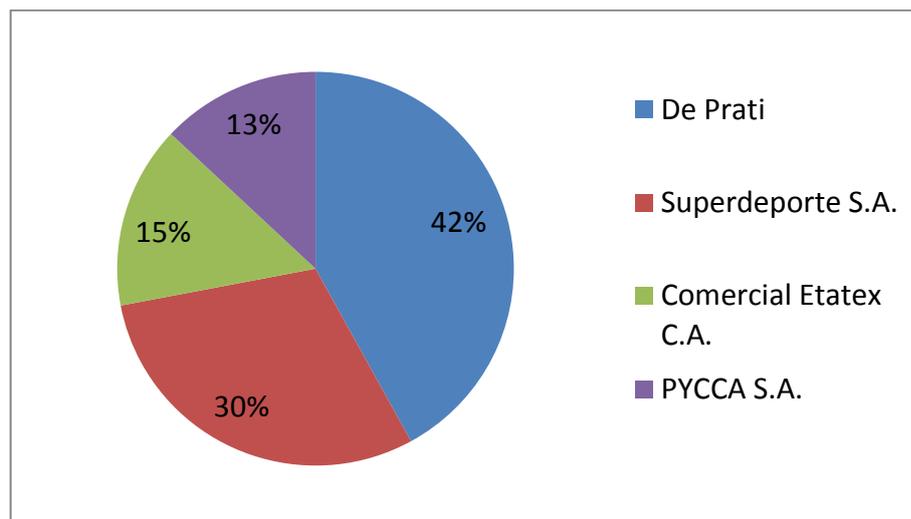
El Ecuador en abril del 2016 atravesó por un momento difícil debido al terremoto con epicentro en la ciudad de Pedernales en la provincia de Manabí, esta catástrofe dejó muchas pérdidas tanto materiales y pérdidas de hermanos ecuatorianos ocasionando una incertidumbre en la economía del país. Almacenes Textiles S.A. donó una suma importante de dinero para ayudar a las personas del terremoto, así mismo esta gestionó una campaña en la que todos se unan y colaborar en medio de este desastre.

El próximo año Textiles S.A. se encontrará en una gran incertidumbre debido a las elecciones presidenciales que habrá en el país y esto pudiera cambiar la conducción política y económica, también puede traer algunas modificaciones en leyes, la economía del país puede estar en tensión por los cambios que habría.

2.15.1 Competencia

En la actualidad en nuestro país existen varias empresas dedicadas a las tiendas por departamentos según la Revista Ekos en el año 2014 nos da a conocer las principales tiendas que se encuentran en constante competencia y un aproximado del market share (ver gráfico), en este se puede observar que De Prati alcanzó en el año 2014 una participación de mercado aproximadamente del 42% manteniendo el liderazgo entre sus competidores, seguida de Superdeporte S.A. (bajo el nombre de Marathon Sports), Comercial Etatex S.A. (con el nombre ETA Fashion) y PYCCA S.A.

Gráfico 10: Participación Principales Tiendas por Departamentos Ventas (Año 2014)



Fuente: Revista Ekos

Elaborado por: Las autoras

2.15.2 Factor Legal

Los siguientes son los entes reguladores que norman la actividad empresarial de la compañía Textiles S.A.:

- Superintendencia de Compañías
- Servicio de Rentas Internas
- Aduana del Ecuador SENA E
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

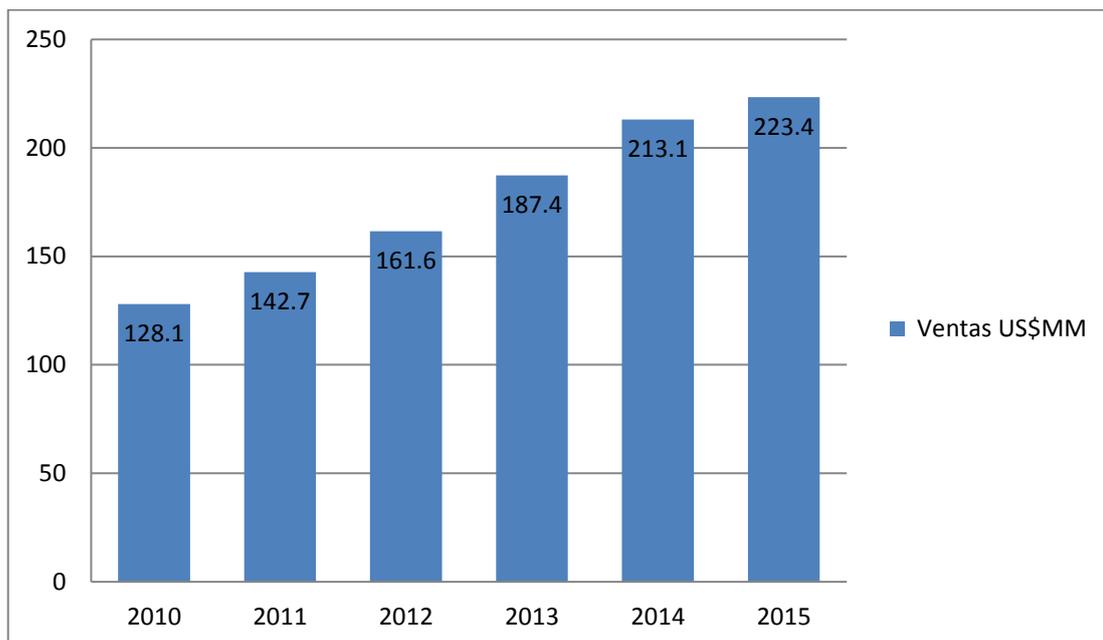
En cuanto a leyes, las principales normas que regulan la actividad de la compañía son:

- Ley Orgánica de Aduanas
- Ley de Compañías
- Ley de Seguridad Social
- Ley de Régimen Tributario Interno
- Ley de Reforma Tributaria
- Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI)

2.16 Evolución de las ventas

Las ventas han ido evolucionando a través del tiempo como se ve en el Gráfico No. 11 desde el 2.010 hasta el 2.015 con un crecimiento favorable para la empresa.

Gráfico 11: Evolución de las Ventas (en miles de millones de dólares) Años 2010 al 2015



Fuente: La compañía

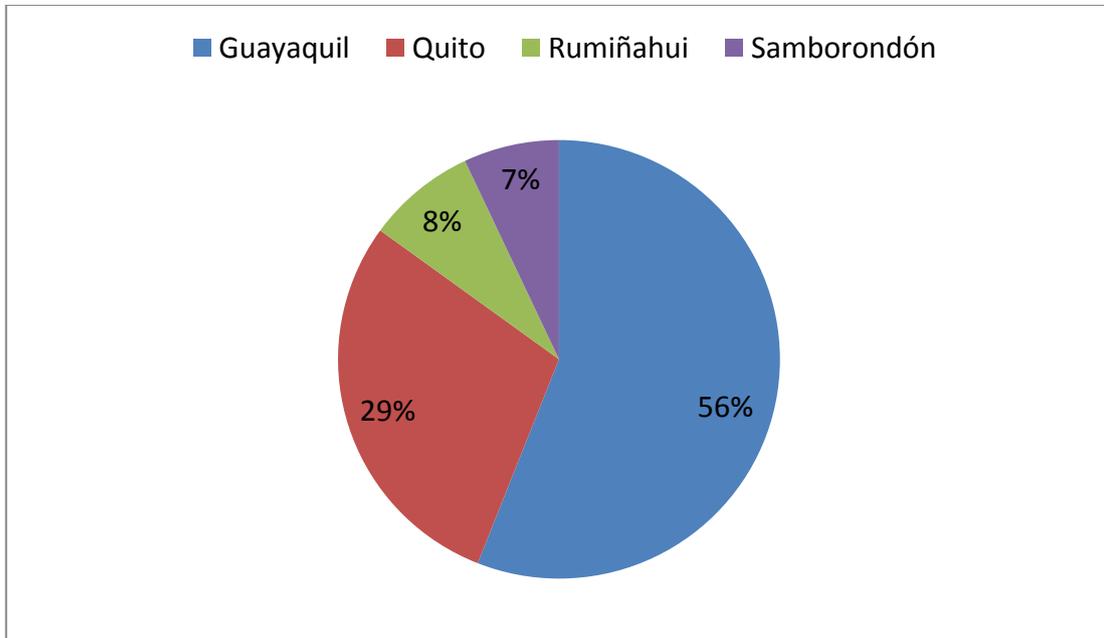
Elaborado por: Las autoras

2.16.1 Estadísticas de venta por cantón

El cantón que tiene más representación en las ventas es Guayaquil con un 56% seguido de Quito con un 29%, Rumiñahui con un 8% y por último en Samborondón con 7%; estos porcentajes han ido en aumento ya que con el transcurrir del tiempo se ha ido mejorando los servicios con beneficios atractivos para todos los clientes.

A continuación se presenta gráfica comparativa del reparto de las ventas en función del cantón en donde se origina:

Gráfico 12: Ventas por Cantón



Fuente: La compañía

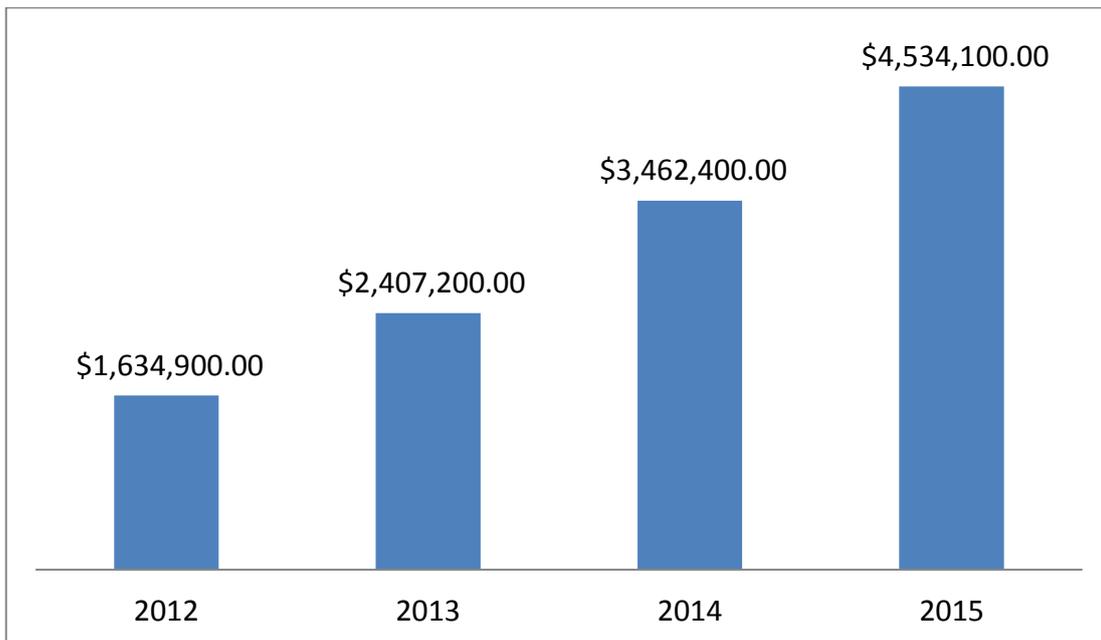
Elaborado por: Las autoras

2.16.2 Ventas Online

Textiles S.A. con su tienda virtual ha incrementado un 31% en ventas frente al 2.014, gracias a que en sus últimos tiempos tuvo la iniciativa de implementar el sistema de ventas telefónicas mediante el cual los clientes pueden comprar los productos de la tienda a través del call center de una manera mucho más rápida y segura.

A continuación se presenta gráfica comparativa de la evolución de las ventas a través del portal electrónico, cabe señalar que en el año 2015 las ventas por este canal representaron el 2.03% del total de las ventas de la compañía:

Gráfico 13: Ventas Online Años 2012 al 2015



Fuente: La compañía

Elaborado por: Las autoras

Con más de 8 años en el mercado la tienda en línea permite llegar a todo el territorio ecuatoriano con lo mejor en las ofertas en moda, belleza, hogar y tecnología para comprar con total seguridad las 24 horas los 7 días de la semana además contando con el servicio de entrega a domicilio en todo el país gracias a esto, la compañía ha tenido el crecimiento en las ventas a través del canal electrónico de atención al cliente.

2.16.3 Control de ventas y recaudaciones

Diariamente el departamento de auditoría de ventas realiza revisiones que consisten en la conciliación entre la información reportada por sistema POC y que ha sido transferida al ADIP, una vez revisada la información el departamento de contabilidad descarga los datos a un repositorio al que no tienen acceso los usuarios finales.

Se realizan cuadraturas automáticas entre los sistemas:

POC vs ADIP

SAP vs ADIP

LAMQU vs ADIP

Tarjetas de Regalo vs ADIP

Se elabora un cronograma anual de arqueos de cajas, el mismo que es aprobado por el Jefe de Auditoría de Ventas y el Contralor. Los arqueos de cajas son realizados sorpresivamente, el Supervisor de Auditoría de Ventas notifica al Auxiliar de Auditoría de Ventas las tiendas que se realizará el arqueo.

El informe del arqueo de caja es revisado y aprobado por el Jefe de Auditoría de Ventas.

2.17 Crédito y Cobranza

El área de crédito y cobranzas tiene las siguientes jefaturas:

- Jefe de Comercializaciones de Crédito
- Jefe de Asistencia al Cliente
- Jefe de Principio de Crédito
- Gerente de Recaudaciones
- Jefe de Dirección de Portafolio de Crédito

2.17.1 Captación de Clientes

El área de ventas a crédito se encarga de la captación de clientes mediante las promociones internas, externas, por internet y en los puntos de venta, donde se ofrece a los posibles clientes para crédito inmediato o crédito directo.

Para la captación de clientes de crédito inmediato, el auxiliar de crédito inmediato realiza lo siguiente:

1. Recibe el requerimiento del cliente por solicitud de crédito.
2. Solicita la cédula de identidad, licencia de conducir originales, carné de refugiado o pasaporte del cliente y verifica que sean originales y que pertenezcan al portador.
3. Explica en que consiste el Crédito Inmediato, políticas y requisitos para poder aplicar al crédito.
4. Verifica en el sistema de crédito (LAMQU) si el prospecto tiene crédito directo Textiles S.A.
 - Si nunca ha aplicado al crédito: continúa con el numeral 5.
 - Si tiene el crédito vigente: comunica al cliente que ya posee cuenta y que no puede aplicar al crédito.
 - Si tiene cuenta bloqueada: comunica al cliente que debe solicitar la reapertura en el área de Atención al Cliente.
 - Si tiene crédito negado: verifica las observaciones de negación:
 - Si no aplica reconsideración, comunica al cliente y finaliza la atención.
 - Si aplica reconsideración: continúa con el numeral 5.
5. Solicita los datos del cliente y llena el formulario de Solicitud de Crédito.

6. Verifica la información proporcionada por el cliente en las siguientes páginas web externas:

- SRI: para confirmar si el cliente tiene negocio propio con RUC actualizado o trabajo bajo relación de dependencia.
- Registro Civil: para confirmar nombres, número de cédula y estado civil.
- CNT, Claro, Etapa, Linkotel y TvCable: para confirmar direcciones y números telefónicos.
- Senescyt: para confirmar título profesional, en caso de profesionales independientes.
- Si no coinciden los datos verificados, consulta al cliente la información correcta.
- Si coincide la información, continúa con la siguiente actividad.

7. Verifica según las políticas establecidas si el cliente aplica al Crédito Inmediato.

- Si no aplica: Explica al cliente que el trámite de aprobación será de 8 días. Solicita firma en la solicitud y finaliza la atención.
- Si aplica: continúa con el siguiente procedimiento.

Para la aprobación del crédito inmediato el auxiliar de crédito inmediato realiza lo siguiente:

1. Accede al sistema de Crédito Inmediato (ADIP).

2. Ingresa la información requerida de acuerdo a lo indicado en el manual de usuario MU-012 Crédito directo inmediato.
3. Visualiza en el sistema si se aprobó o negó el crédito inmediato.
 - Si es negado: Comunica al cliente que por el momento el sistema no le asigna el crédito inmediato y que su solicitud pasará al área de crédito para la respectiva confirmación, y el trámite de aprobación tendrá una respuesta de 8 días laborables. Invita al cliente a beneficiarse de las ofertas vigentes en la tienda.
 - Solicita firma en la solicitud y finaliza la atención. Continúa con el numeral 10.
 - Si es aprobado: Felicita al cliente emotivamente, le indica el cupo provisional otorgado y le informa que en 4 días laborables tendrá su cupo definitivo.
4. Imprime la tarjeta de identificación de clientes Textiles S.A. de acuerdo a lo indicado en el manual de usuario MU-012 Crédito directo inmediato.
 - Si la impresión es defectuosa o existió algún error: realiza la reimpresión de la tarjeta.
5. Solicita firma del cliente en la solicitud de crédito y en la tarjeta de identificación emitida.
6. Verifica firmas con el documento de identificación proporcionado por el cliente.
7. Entrega la tarjeta de identificación de clientes Textiles S.A., material de promoción disponible y documento de identificación al cliente.

8. Comunica los beneficios del crédito, las promociones vigentes e información sobre el manejo de la cuenta, fecha de corte, formas de pago, lugares para realizar la cancelación, etc.
9. Direcciona al cliente con el Vendedor encargado de asesorarlo para que proceda conforme a lo detallado en el instructivo IN - 044.
10. Registra en la bitácora de créditos inmediatos aprobados el número de cédula del cliente para su seguimiento.
11. Elabora el formulario MP- 002 LM001 Reporte de Solicitudes por Crédito Directo Inmediato y MP-002 LM002 Reporte de Solicitudes por Crédito Directo Normal, al final del día.
12. Entrega solicitudes con los respectivos soportes al Auxiliar de Crédito Atención al Cliente de la tienda.
13. Solicita las firmas como constancia de la entrega de las solicitudes en el reporte.
14. Archiva reporte en carpeta de Crédito Directo Inmediato.
15. Elabora el formulario MP-032 LM003 Control de tarjetas recibidas, según manual.

2.17.2 Análisis de Crédito

La iniciación de crédito se realiza en el Sistema ADIP el cual, cada mañana automáticamente realiza clasificaciones de las solicitudes, como pre aprobado, para revisión y negado, en base a una validación interna de los datos ingresados en el proceso de captación de clientes.

Para las solicitudes pre aprobadas, los analistas de crédito realizan un proceso de asignación automática de verificadores, donde se asigna las solicitudes que deberán revisar cada verificador.

Los verificadores exportan a un archivo de Excel el listado de solicitudes asignadas y acceden a las herramientas de trabajo para realizar la verificación de datos:

Tabla 4: Verificación de datos del solicitante de crédito

Fuente	Uso
Consulta de personas naturales (interna)	Datos de identificación del solicitante
Base interna de clientes	Datos laborales del solicitante
Página web Registro Civil	Datos de identificación del solicitante
Página web CNT y otras operadoras telefónicas	Direcciones y teléfonos
Página web SRI, IESS y Senescyt	Situación laboral

Fuente: La compañía

Elaborado por: Las autoras

Una vez validado los datos de las solicitudes, los analistas de crédito verifican que se hayan confirmado todos los campos de la solicitud, revisa los comentarios automáticos del sistema y analiza si faltan datos, de ser así regresan a los verificadores para que sean completados, si determinan que la solicitud no cumple con las políticas de crédito, coloca marca en el campo [negado] y selecciona el motivo de negación que corresponda.

Luego, accede a la solicitud analizada (transacción [Aprobar solicitudes]) y verifica el cupo sugerido por el modelo y determina si está correcto, de no ser así, registra un nuevo cupo y escoge el motivo por el cual se aprueba un cupo diferente y aprueba la solicitud. En el sistema LAMQU, automáticamente la solicitud pasa a un estado de matriculada.

- Los niveles de aprobación de solicitudes están definidos por los siguientes rangos:

Tabla 5: Limite de solicitud de crédito según rango

Cargo	Límite US\$
Analista de Crédito	Hasta \$650.00
Jefe de Iniciación de Crédito (Gye) Gerente de Crédito (Quito)	Desde \$ 651.00 hasta \$ 1,600.00
Gerente de Crédito, O&M y Sistemas; Jefes de Iniciación	Desde \$ 1,601.00 en adelante

Fuente: La compañía

Elaborado por: Las autoras

2.17.3 Cobranza

La compañía para su proceso de cobranza utiliza a proveedores externos para la recuperación de la cartera en estado prejudicial, judicial y baja.

La asignación de la cartera a cada proveedor se realiza de manera automática en el sistema LAMQU en base al porcentaje de asignación que incluye la Gerente de Cobranzas, y tiene una duración de 3 meses, al primer día del cuarto mes esa cartera rota a otro proveedor.

El control de las cobranzas de los proveedores externos se realiza de la siguiente manera:

- El proveedor externo realiza el cobro y deposita el dinero recaudado en la cuenta del cliente en cualquier tienda de Textiles S.A.
- Semanalmente, envía al Gestor Operativo de Cobranzas la siguiente documentación:
 - Comprobantes de pago emitidos por empresa de cobranza externa.
 - Tickets de pago emitidos en Textiles S.A.
 - Comunicación con detalle de comprobantes gestionados.

El gestor operativo de cobranzas recibe la información y revisa lo siguiente:

- El valor de los comprobantes de pago deberá ser igual al valor depositado.
- La fecha de depósito no deberá pasar de dos días laborables a partir del pago del cliente.
- Que los comprobantes tengan toda la información requerida y sin enmendaduras, que tengan las firmas del cliente y responsable del cobro, que tengan el número secuencial o numeración interna de la empresa de cobranza externa.

El gestor operativo de cobranzas en el sistema LAMQU transferirá a judicial las cuentas que cumplan con las siguientes características:

- Edad de mora mayor a 180 días.
- Edad de mora menor a 180 días con aprobación del Gerente de Cobranzas, que presenten: cheques protestados no pagados en 2 o 3 meses, casos de estafa, titular fuera del país o ilocalizables.
- Se transferirán a baja las cuentas que hayan permanecido con estatus de judicial por más de un año.
- El proceso de transferencia de las cuentas a judicial y baja deberá ser generado trimestralmente.
- Las cuentas que posean refinanciamientos no serán transferidas a judicial o baja.

El gerente de cobranzas ingresa al LAMQU, visualiza las cuentas a transferir a judicial y baja, si hay algún ajuste, solicita al Gestor Operativo de Cobranzas su aplicación, aprueba la transacción y comunica al gestor operativo de cobranzas que la transferencia fue realizada.

El gestor operativo de cobranzas emite en el LAMQU el resumen de transferencias realizadas y entrega a la Secretaría de Crédito, coordina con la Secretaria de Crédito la elaboración de cartas dirigida al área de Finanzas y Control, notificando la transferencia de cuentas a judicial y baja. Una vez realizada la carta, esta es firmada por la Gerente de Cobranzas y enviada al Gerente de Crédito para su firma, este control se realiza de forma trimestral.

Luego la carta es entregada junto con el resumen del sistema LAMQU de las cuentas transferidas al Vicepresidente Financiero, Administrativo e Inmobiliario.

2.17.4 Estimación de Cuentas Incobrables

La estimación de cuentas incobrables se realiza de forma automática en el sistema LAMQU, las cuentas comerciales por cobrar incluyen una provisión para reducir su valor al de probable realización. Esta provisión se constituye en función de un análisis elaborado por el área de Portafolio, de los días de mora de los saldos por cliente, basados en datos históricos de recuperación por edades de cartera. Un detalle de los porcentajes de provisión aplicados por los días de mora es como sigue:

Tabla 6: Provisión de Cartera por Antigüedad

Edad de mora en días	Porcentaje
0 – 29	1
30 – 59	3
60 – 89	11
90 – 119	24
120 – 149	36
150 – 179	51
180 – 209	61
210 – 239	67
240 – 269	72
De 270 o más	100

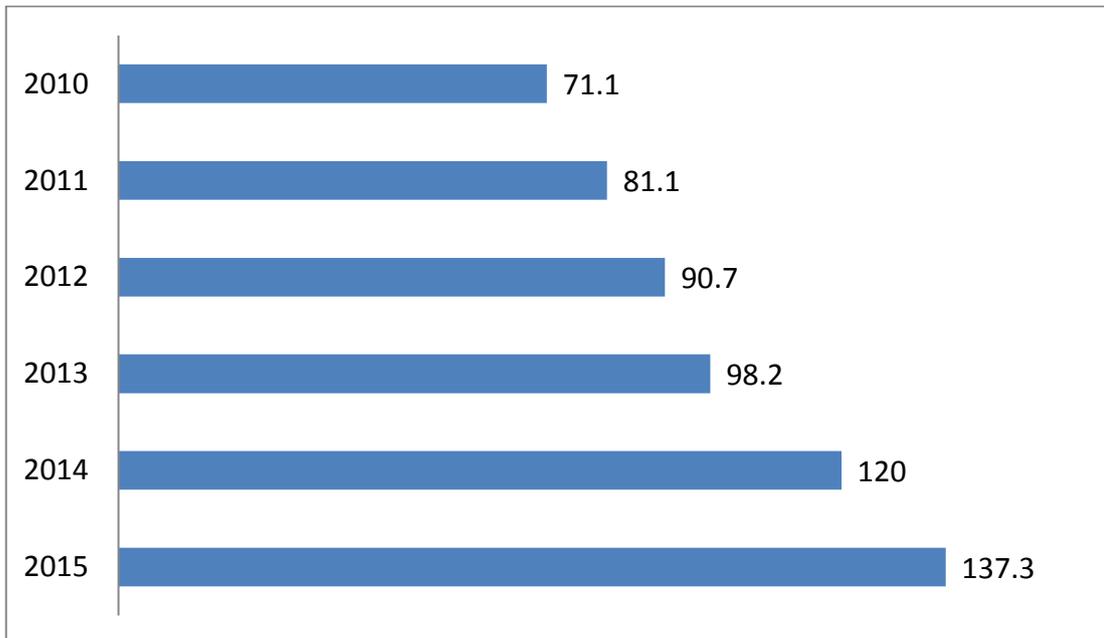
Fuente: La compañía

Elaborado por: Las autoras

2.17.5 Tamaño del Portafolio

Textiles S.A cuenta con un gran portafolio de clientes, cada año la cantidad va aumentando gracias a sus varias técnicas que tiene para captar a sus clientes ya sea por las novedosas ofertas, descuentos, promociones que les brinda en cada una de sus tiendas no dejando atrás su nueva forma de hacer conocer sus productos por la página web y los clientes puedan acceder a ellos por medio del call center esto es una ventaja que le ha ayudado incrementar su portafolio.

Gráfico 14: Tamaño del Portafolio de clientes (en millones de dólares) Años 2010 al 2015



Fuente: La compañía

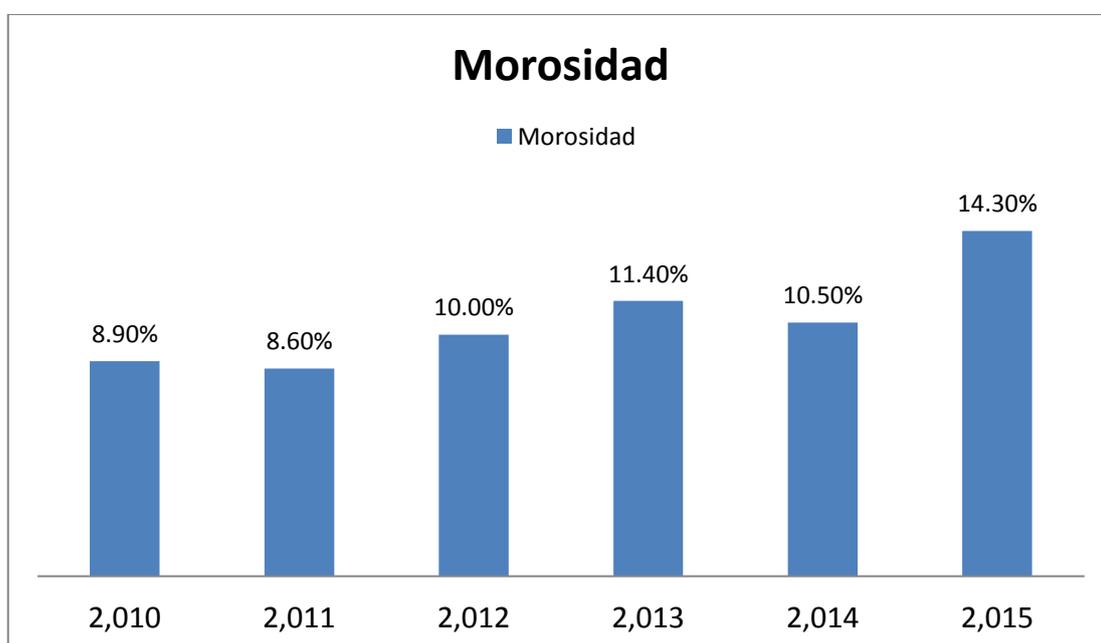
Elaborado por: Las autoras

2.17.6 Estadística de morosidad

Como se muestra en el gráfico numero 15 podemos observar los porcentajes de morosidad que tiene Textiles S.A. a través de los años. El 2.010

cuenta con una morosidad de 8.90%, 2.011 con un porcentaje de 8.60%, el 2.012 va en aumento con un 10%, con un 11.40% durante el año 2.013, en el 2.014 baja un poco este porcentaje a 10.50% y por último el 2.015 asciende a 14.30% esto se debe a la crisis económica que presenta el país actualmente y a partir de ahí se observa una oportunidad de mejora que la revisión del proceso de otorgamiento de crédito brindará en la mejora del nivel de morosidad presente en la compañía.

Gráfico 15: Estadística de Morosidad Años 2010 al 2015



Fuente: La compañía

Elaborado por: Las autoras

CAPITULO 3:

**PLAN DE AUDITORIA AL PROCESO DE VENTAS – CUENTAS
POR COBRAR**

3.1 Procedimientos analíticos preliminares

Como prueba inicial se ha procedido a efectuar una prueba analítica preliminar sobre las variaciones de saldos en las cuentas analizadas entre los años 2014 y 2013 con el propósito de identificar variaciones inusuales.

Tabla 7: Prueba analítica preliminar Años 2014 vs. 2013

Cuenta Analizada	31-Dic-14 En miles	31-Dic-13 En miles	Variación En miles	Variación En %	Explicación
Cuentas por cobrar	120.904.200	107.423.184	13.481.016	11%	(a)
Ingresos	152.108.626	132.656.275	19.452.351	13%	(b)
Ingresos financieros	797.756	740.534	57.222	7%	(c)

Fuente: La compañía

Elaborado por: Las autoras

- (a) El incremento de las cuentas por cobrar a clientes guarda relación directa con el incremento de los ingresos, ya que el 85% de las ventas que realiza la compañía es con crédito directo además, hubo un incremento de 10.000 nuevos clientes durante el año 2014.
- (b) La variación de los ingresos corresponde a la reapertura de tiendas que ya se encontraban consolidadas, principalmente en tres tiendas esto

representó un incremento por 3.3 millones; 2.3 millones y 3.2 millones respectivamente.

- (c) Adicionalmente debido a que la compañía financia el 85% de las ventas con crédito directo el incremento anteriormente explicado tuvo un impacto en los ingresos financieros por 57.222 millones.

3.2 Entendimiento de ciclo de ingresos - cuentas por cobrar – efectivo

1. Fundamentándose en la información recolectada durante reuniones de tipo demostrativo con el cliente y otras fuentes de información pertinentes como manuales de procedimientos de la empresa, podemos comprender y evidenciar lo siguiente:
 - Proceso del negocio y subprocesos de transacciones, encerrando la manera en que las transacciones son iniciadas, registradas, procesadas e informadas y los registros contables pertinentes de forma electrónica y manual, información de apoyo y cuentas señaladas en los estados financieros
 - Movimientos de control principales para la auditoría que la gerencia maneja para adquirir evidencia.
2. Evaluar el esquema de los controles relevantes para la auditoría dentro del proceso y subproceso del negocio. Los controles documentados son aquellos que se refieran a los objetivos de proceso de información en cuanto a:
 - Integridad de los registros.
 - Exactitud de los registros.
 - Validez de los registros.

- Restricción de acceso a activos y registros.

3. Confirmar que se ha registrado lo siguiente:

- Implicancias para el plan de auditoría.
- Implicancias para los informes al cliente.

3.2.1 Procedimientos realizados

3.2.1.1 Procedimientos adaptados

1. Aseverar que, en la aplicación del ciclo de complacencia de auditoría a nivel compañía, se ha obtenido comprensión de las políticas y procedimientos que son relevantes para la auditoría, y que esas políticas y procedimientos han sido evaluados.

Basándose en la información recolectada durante reuniones con el cliente y otras fuentes de información pertinentes, comprender y documentar lo siguiente:

- Proceso del negocio y subprocesos de transacciones, incluyendo la manera en que las transacciones son iniciadas, registradas, procesadas e informadas y los registros contables respectivos, información de respaldo y cuentas específicas en los estados financieros.
- Acciones de controles relevantes para la auditoría que la gerencia utiliza para obtener satisfacción.

2. Evaluar el esquema de los controles relevantes para la auditoría dentro del proceso y subproceso del negocio. Los controles

documentados deberán ser aquellos que se refieran a los objetivos de procesamiento de información en cuanto a:

- Integridad de los registros.
- Exactitud de los registros.
- Validez de los registros.
- Restricción de acceso a activos y registros.

3. Reafirmar que se ha registrado lo siguiente:

- Riesgos clave (registrados en la matriz de satisfacción de auditoría).
- Implicancias para el plan de auditoría.

4. Implicancias para los informes al cliente.

3.2.2 Resultados:

En la organización de la visita para la Auditoría de Textiles S.A., se ejecutaron las primeras reuniones con el departamento de Comercio, Crédito, Caja-Ventas y Contabilidad para comprobaciones del proceso y para la identificación de los controles claves.

3.2.2.1 Consideraciones Generales:

En relación a la auditoría a los estados financieros de Textiles S.A. por el año que concluirá el 31 de diciembre del 2015 y como parte de nuestros ordenamientos de conocimiento de la compañía y sus acciones de control, participamos en los relevamientos de indagación con personal de la entidad con el objetivo de identificar riesgos y controles que debiliten dichos peligros u errores materiales.

Para llevar a cabo nuestro conocimiento del proceso del negocio, procedimos a escoger en base a nuestro juicio profesional, además de la valoración de los ingresos ganados por cada una de las tiendas a la fecha de nuestra observación, un establecimiento en la ciudad de Guayaquil para ejecutar los reproceso de iniciación de caja, ventas y devoluciones, cierre de caja de venta y el cierre de la caja recaudadora.

El local escogido fue la tienda “Go Lucy Textiles” ya que pertenece a una de las tiendas más distinguidas por los ingresos forjados al 31 de agosto del 2015 para la Compañía, la misma se encuentra ubicada en Chimborazo y 9 de Octubre.

Las personas que participan en este proceso son:

- Jefe de Almacén
- Cajera principal
- Cajera
- Jefe de supervisión de inventario
- Auditor de comercio

3.2.2.2 Manual de Políticas y Procedimientos

El manual de políticas y procedimientos son generados con el objetivo de que las técnicas del negocio de la compañía cuenten con lineamientos utilizables para cada Departamento. Textiles S.A tiene un Manual de Políticas y Procedimientos examinados y aceptado por la dirección de la Compañía, el cual se encuentra publicado en el sitio web, donde todos pueden acudir en caso de requerirlo.

El relevamiento se realizó para cubrir las principales actividades de flujo de transacciones:

- Facturación, devoluciones sobre ventas y ajustes
- Transacciones en el punto de comercio (TPC)
- Crédito y Cobranzas

3.2.2.3 Política contable para el reconocimiento de ingresos

Venta de bienes

Los ingresos ordinarios originarios de la comercialización de bienes se registran cuando la empresa traslada al cliente los riesgos y ventajas resultados de la propiedad de dichos bienes, tiempo en la cual se crea la factura como respaldo de dicha entrega.

Ingresos por intereses y otros cargos

Los ingresos por intereses resultan del financiamiento que la empresa concede a su clientela por la compra de los inventarios aprovechables para la venta, igualmente como los ingresos concebidos por emisiones de estados de cuenta. Para el caso de los intereses, la tasa vigente es del 17.30% anual, cuyos ingresos se registran de manera proporcionada en el tiempo, utilizando el procedimiento de la tasa efectiva de interés.

3.2.3 Proceso de apertura de cajas

Al inicio del día, cada una de las cajeras debe acercarse a la caja recaudadora para retirar la base asignada para apertura el día que es US\$100. El Supervisor de Tienda deberá encender los puntos de ventas una hora antes de la apertura de la Tienda y verificar que en la pantalla donde está la -Fecha de Operación- se visualice la fecha del día, con la finalidad de que se actualice en el sistema las ofertas y cambios de precios realizados por las compradoras y así evitar incongruencias en la información durante la atención a los clientes. No deberán anticiparse a la hora especificada porque se pueden alterar los

procesos de actualización diaria de saldos. Cada cajera ingresará con su usuario y clave.

Posteriormente, cada cajero cuenta la base asignada y la supervisora procede a ingresar su usuario y clave, inmediatamente aparece una pantalla solicitando se ingrese cual será el monto de apertura de la caja, la cajera procede a ingresar el monto contado y lo digita en el sistema.

El sistema automáticamente genera una pantalla de aceptación del monto ingresado, el cual debe ser aprobado por la cajera. Al ser aceptado, el cajón se abre y se puede guardar el efectivo.

Al aceptar el fondo fijo, se emite automáticamente un comprobante de Fondo Fijo, el que incluye el nombre de la cajera, el nombre del supervisor de tienda, la fecha, la hora y el monto incluido por la cajera.

3.2.4 Facturación, Despacho, Devoluciones y Descuentos.

Las ventas inician cuando los clientes se acercan a las diferentes tiendas, seleccionan los productos que desean comprar y se aproximan a la caja, donde la cajera realiza los siguientes pasos:

1. Marcación de todos los productos en el POC (Puesto de comercialización).
2. Recibir forma de pago (efectivo, crédito directo, tarjeta de crédito).
3. Emisión de la factura del POC (Puesto de comercialización)
4. Entregar la factura y la mercadería al cliente

Existen además, circunstancias adicionales que pueden ocurrir durante el proceso de venta como:

- Descuentos adicionales.
- Devoluciones de clientes.

Una vez que el cliente selecciona la mercadería que adquirirá, la cajera procede mediante el lector de código de barras a la marcación de los productos, el sistema automáticamente genera las unidades y precio de venta.

Al momento de pasar los productos por las lectoras de códigos de barra, las etiquetas de alarmas son desactivadas, lo cual permite controlar productos que no hayan sido ingresados en la venta y que puedan ser sustraídos por los clientes para los cuales se activan las alarmas de las puertas del almacén.

Luego, la cajera elige la forma en la que el cliente cancelará los productos, las cuales pueden ser:

- Efectivo
- Tarjeta de Crédito Externa
- Tarjeta Crédito Directo
- Cheque
- Giftcard

En el caso de los pagos con tarjeta Textiles, el cajero pregunta al cliente la forma de pago, si es corriente o si es diferido, de ser diferido considera el número de meses, automáticamente el sistema calcula el interés de la compra y se puede visualizar el monto del pago del próximo mes del cliente. En la emisión del estado de cuenta se incluyen también automáticamente valores por interés por mora (en caso de aplicar) y emisión de estado de cuenta.

Aceptada la forma de pago, el sistema genera automáticamente la factura Textiles S.A. tiene autorización del Servicios de Rentas Internas para

imprimir facturas directamente desde su sistema de facturación, es decir, no se utilizan facturas pre impresas, la secuencia de la factura es generada automáticamente por el sistema.

Una vez emitida la factura, se procede a recoger la firma del cliente y se realiza la entrega de la misma junto con la mercadería vendida.

3.2.5 Garantía Incondicional

Textiles S.A. tiene una política denominada -Garantía Incondicional-, en la cual se indica que todos sus clientes podrán hacer devoluciones en cualquier momento, siempre y cuando presenten la factura original de la compra, por tanto no hay una fecha tope para realizar devoluciones.

3.2.6 Devoluciones

Las devoluciones se podrán realizar sólo con la autorización y previa verificación del supervisor de caja o supervisor de la tienda. Las devoluciones se realizarán con otros artículos que el cliente escoja de igual o mayor valor en cuyo caso el cliente deberá cancelar la diferencia. Las devoluciones en efectivo serán la última opción que se permita en las tiendas y serán exclusivamente bajo la autorización y supervisión del Jefe de Almacén.

La cajera ingresa el motivo de la devolución del cliente, digita la fecha de la factura, el código de la tienda, el número de caja y el número de factura.

El sistema recoge los datos de la factura, y se emite la nota de crédito con los mismos datos de la factura.

El sistema establece el corte registrando las notas de crédito según la fecha de recepción de la mercadería.

3.2.7 Descuentos

La compañía ofrece a sus clientes los siguientes descuentos, los cuales se encuentran parametrizados en el sistema:

1. Descuentos promocionales – Para mantener un índice de ventas estable la Compañía tiene campañas promocionales de descuentos principalmente en los meses de julio, agosto, septiembre y octubre. A partir del 2013 la Compañía implementó la campaña promocional del Viernes Negro la cual consiste en descuentos un alto porcentaje en toda su mercadería, esta campaña tiene lugar el tercer fin de semana del mes de noviembre. Las compras de inventario del año se planifican de acuerdo a las necesidades presupuestadas para cada una de estas promociones y temporadas.

Adicionalmente, los clientes que gozan de crédito directo tienen descuentos del 10% en la primera compra.

2. Descuentos por poca rotación – La Compañía tiene como política realizar descuentos desde el 10% al 50% en toda aquella mercadería que no haya rotado por más de 60 días.

Existen ocasiones en que los descuentos son otorgados en las tiendas, los cuales deben ser aprobados por la Supervisora de Tienda.

Es importante tener en cuenta que existen opciones de descuento en los que el supervisor de tienda puede otorgar descuentos de hasta el 50%.

3.2.8 Cierre del día

En el transcurso del día la cajera principal recoge el efectivo de los puntos de venta en diferentes horarios en los que se considera que existe demasiado efectivo en las cajas; el efectivo recaudado es enviado a depositar

al banco, esto se lo realiza como medida de seguridad para salvaguardar el efectivo.

El proceso de cierre diario es ejecutado por las cajeras y la supervisora de caja de cada una de las tiendas e inicia cuando la sucursal cierra la atención al público, en las tiendas ubicadas en locales propios el cierre es a las 8 pm y en las que se encuentran en centros comerciales se respeta el horario establecido por el centro comercial.

La supervisora de caja ingresa su usuario y contraseña, luego en la pantalla que aparece selecciona la opción -final de jornada- e inmediatamente se abre la caja y la cajera procede a retirar todo el efectivo, los cheques y los vouchers, luego la cajera cierra el cajón e ingresa su usuario y contraseña, en la pantalla que aparece elige la opción -Informe FINAL- y esto hace que el POC se apague. Posteriormente, la cajera cuenta el total recaudado, separa la base (US\$100) y procede a llenar un formulario denominado -Papeleta diario de caja- en el que indica las diferentes denominaciones de efectivo recaudado, el total recibido en tarjetas y cheques, como constancia firma el formulario; luego la supervisora procede a revisar el formulario vs el efectivo, firma el formulario como constancia de revisión, guarda el efectivo en la bolsa y esta es entregada en la caja central.

El cierre de la caja central, inicia al día siguiente en la mañana, previo a la apertura de la tienda, Jefe de Almacén entrega las llaves de la bóveda y la caja fuerte a la Cajera principal con el arqueo de la caja de cambios. La cajera principal empieza contando la caja de cambios, luego las bases adicionales.

Posteriormente, procede a contar el efectivo recaudado por cada una de las cajas y confirma que coincidan con las denominaciones declaradas en los formularios entregados por las cajeras en caso de encontrar diferencias llama a la Supervisora de la Tienda, quien recuenta el efectivo y procede a llenar en el formulario en la columna de diferencias la cantidad real y deja su firma como constancia de revisión. Cabe indicar que en caso de existir faltantes, la

Compañía los asume y realiza un llamado de atención, el Departamento de Auditoría de Comercialización realiza un análisis de los faltantes por cajero y por tienda si presentan un índice de recurrencia en faltantes o sobrantes el cajero es separado de Textiles S.A.

Una vez que la cajera principal termina de contar todo el efectivo procede a llenar el -recibo de remisión- exigido por la transportadora de valores, la papeleta de depósito y el formulario de -detalle de depósitos en efectivo- en el cual se especifican las denominaciones y el monto total.

Luego la Supervisora de la Tienda revisa la documentación y cuenta que los fajos coincidan con lo descrito en el detalle de depósitos en efectivo, como control recuenta mínimo dos de los fajos y luego firma el detalle de depósitos en efectivo y procede a guardar el dinero en la bolsa de seguridad entregada por la transportadora de valores.

Luego la Cajera principal procede a ingresar al sistema LAMQU con su usuario y contraseña, concilia las recaudaciones según sistema vs las recaudaciones según cajeras, en caso de identificar diferencias las mismas son informadas a la jefa de tienda. Una vez finalizada la revisión la cajera principal procede a ingresar el total recaudado de acuerdo a las diferentes formas de pago e imprime el -Listado de Hoja de Recaudo- el cual es firmado por la Cajera principal y el Administrador de Tienda.

3.2.9 Control de ventas y recaudaciones

Diariamente el departamento de auditoría de ventas realiza revisiones que consisten en la conciliación entre la información reportada por sistema POC y que ha sido transferida al ADIP, una vez revisada la información el departamento de contabilidad descarga los datos a un repositorio al que no tienen acceso los usuarios finales.

Se realizan cuadraturas automáticas entre los sistemas:

- POC vs ADIP
- SAP vs ADIP
- LAMQU vs ADIP
- Tarjetas de Regalo vs ADIP

Se elabora un cronograma anual de arqueos de cajas, el mismo que es aprobado por el Jefe de Auditoría de Ventas y el Contralor. Los arqueos de cajas son realizados sorpresivamente, el Supervisor de Auditoría de Ventas notifica al Auxiliar de Auditoría de Ventas las tiendas que se realizará el arqueo.

El informe del arqueo de caja es revisado y aprobado por el Jefe de Auditoría de Ventas.

3.2.10 Crédito y Cobranzas

El área de crédito y cobranzas tiene las siguientes jefaturas:

- Jefe de Comercializaciones de Crédito
- Jefe de Asistencia al Cliente
- Jefe de Principio de Crédito
- Gerente de Recaudaciones
- Jefe de Dirección de Portafolio de Crédito

3.2.10.1 Captación de Clientes

El área de ventas a crédito se encarga de la captación de clientes mediante las promociones internas, externas, por internet y en los puntos de venta, donde se ofrece a los posibles clientes para crédito inmediato o crédito directo.

Para la captación de clientes de crédito inmediato, el auxiliar de crédito inmediato realiza lo siguiente:

1. Recibe el requerimiento del cliente por solicitud de crédito.
2. Solicita la cédula de identidad, licencia de conducir originales, carné de refugiado o pasaporte del cliente y verifica que sean originales y que pertenezcan al portador.
3. Explica en qué consiste el Crédito Inmediato, políticas y requisitos para poder aplicar al crédito.
4. Verifica en el sistema de crédito (LAMQU) si el prospecto tiene crédito directo Textiles S.A.:
 - Si nunca ha aplicado al crédito: continúa con el numeral 5.
 - Si tiene el crédito vigente: comunica al cliente que ya posee cuenta y que no puede aplicar al crédito.
 - Si tiene cuenta bloqueada: comunica al cliente que debe solicitar la reapertura en el área de Atención al Cliente.
 - Si tiene crédito negado: verifica las observaciones de negación:
 - Si no aplica reconsideración, comunica al cliente y finaliza la atención.
 - Si aplica reconsideración: continúa con el numeral 5.
5. Solicita los datos del cliente y llena el formulario de Solicitud de Crédito.
6. Verifica la información proporcionada por el cliente en las siguientes páginas web externas:
 - SRI: para confirmar si el cliente tiene negocio propio con RUC actualizado o trabajo bajo relación de dependencia.

- Registro Civil: para confirmar nombres, número de cédula y estado civil.
- CNT, Claro, Etapa, Linkotel y TvCable: para confirmar direcciones y números telefónicos.
- Senescyt: para confirmar título profesional, en caso de profesionales independientes.
- Si no coinciden los datos verificados, consulta al cliente la información correcta.
- Si coincide la información, continúa con la siguiente actividad.
- Verifica según las políticas establecidas si el cliente aplica al Crédito Inmediato.
- Si no aplica: Explica al cliente que el trámite de aprobación será de 8 días. Solicita firma en la solicitud y finaliza la atención.
- Si aplica: continúa con el siguiente procedimiento.

Para la aprobación del crédito inmediato el auxiliar de crédito inmediato realiza lo siguiente:

1. Accede al sistema de Crédito Inmediato (ADIP).
2. Ingresar la información requerida de acuerdo a lo indicado en el manual de usuario MU-012 Crédito directo inmediato.
3. Visualiza en el sistema si se aprobó o negó el crédito inmediato.
 - 3.1. Si es negado: Comunica al cliente que por el momento el sistema no le asigna el crédito inmediato y que su solicitud pasará al área de crédito para la respectiva confirmación, y el trámite de aprobación tendrá una respuesta de 8 días laborables. Invita al cliente a beneficiarse de las ofertas vigentes en la tienda.

- 3.1.1. Solicita firma en la solicitud y finaliza la atención. Continúa con el numeral 10.
- 3.2. Si es aprobado: Felicita al cliente emotivamente, le indica el cupo provisional otorgado y le informa que en 4 días laborables tendrá su cupo definitivo.
4. Imprime la tarjeta de identificación de clientes Textiles S.A de acuerdo a lo indicado en el manual de usuario MU-012 Crédito directo inmediato.
- 4.1. Si la impresión es defectuosa o hubo algún error: realiza la reimpresión de la tarjeta.
5. Solicita firma del cliente en la solicitud de crédito y en la tarjeta de identificación emitida.
6. Verifica firmas con el documento de identificación proporcionado por el cliente.
7. Entrega la tarjeta de identificación de clientes Textiles S.A, material de promoción disponible y documento de identificación al cliente.
8. Comunica los beneficios del crédito, las promociones vigentes e información sobre el manejo de la cuenta, fecha de corte, formas de pago, lugares para realizar la cancelación, etc.
9. Direcciona al cliente con el Vendedor encargado de asesorarlo para que proceda conforme a lo detallado en el instructivo IN-044.
10. Registra en la bitácora de créditos inmediatos aprobados el número de cédula del cliente para su seguimiento.

11. Elabora el formulario MP-002 LM 001 Reporte de Solicitudes por Crédito Directo Inmediato y MP-002 LM 002 Reporte de Solicitudes por Crédito Directo Normal, al final del día.
12. Entrega solicitudes con los respectivos soportes al Auxiliar de Crédito Atención al Cliente de la tienda.
13. Solicita las firmas como constancia de la entrega de las solicitudes en el reporte.
14. Archiva reporte en carpeta de Crédito Directo Inmediato.
15. Elabora el formulario MP-032 LM003 Control de tarjetas recibidas, según manual.

3.2.11 Análisis de Crédito

La iniciación de crédito se realiza en el Sistema ADIP, el cual, cada mañana automáticamente realiza clasificaciones de las solicitudes, como pre aprobado, para revisión y negado, en base a una validación interna de los datos ingresados en el proceso de captación de clientes.

Para las solicitudes pre aprobadas, los analistas de crédito realizan un proceso de asignación automática de verificadores, donde se asigna las solicitudes que deberán revisar cada verificador.

Los verificadores exportan a Excel el listado de solicitudes asignadas y acceden a las herramientas de trabajo para realizar la verificación de datos:

Tabla 8: Matriz de verificación de datos del cliente

Fuente	Uso
Consulta de personas naturales (interna)	Datos de identificación del solicitante
Base interna de clientes	Datos laborales del solicitante
Página web del Registro Civil	Datos de identificación del solicitante
Página web CNT y otras operadoras telefónicas	Direcciones y teléfonos
Página web SRI, IESS y Senescyt	Situación laboral

Fuente: La compañía

Elaborado por: Las autoras

Una vez validado los datos de las solicitudes, los analistas de crédito verifican que se hayan confirmado todos los campos de la solicitud, revisa los comentarios automáticos del sistema y analiza si faltan datos, de ser así regresan a los verificadores para que sean completados, si determinan que la solicitud no cumple con las políticas de crédito, coloca marca en el campo “negado” y selecciona el motivo de negación que corresponda.

Luego, accede a la solicitud analizada (transacción “Aprobar solicitudes”) y verifica el cupo sugerido por el modelo y determina si está correcto, de no ser así, registra un nuevo cupo y escoge el motivo por el cual se aprueba un cupo diferente y aprueba la solicitud. En el sistema LAMQU, automáticamente la solicitud pasa a un estado de matriculada.

Los niveles de aprobación de solicitudes están definidos por los siguientes rangos:

Tabla 9: Niveles de aprobación de crédito directo

Cargo	Límite US\$
Analista de Crédito	Hasta \$ 650.00
Jefe de Iniciación de Crédito	Desde \$ 650.01 hasta \$ 1,600.00
Gerente de Crédito, Gerente de crédito, O&M y Sistemas y Jefe de Iniciación	Desde \$ 1,600.00 en adelante

Fuente: La compañía

Elaborado por: Las autoras

3.2.12 Cobranzas

La compañía para su proceso de cobranza utiliza a proveedores externos para la recuperación de la cartera en estado prejudicial, judicial y baja.

La asignación de la cartera a cada proveedor se realiza de manera automática en el sistema LAMQU en base al porcentaje de asignación que incluye la Gerente de Cobranzas, y tiene una duración de 3 meses, al primer día del cuarto mes esa cartera rota a otro proveedor.

El control de las cobranzas de los proveedores externos se realiza de la siguiente manera:

1. El proveedor externo realiza el cobro y deposita el dinero recaudado en la cuenta del cliente en cualquier tienda de Textiles S.A.
2. Semanalmente, envía al Gestor Operativo de Cobranzas la siguiente documentación:
 - Comprobantes de pago emitidos por empresa de cobranza externa.
 - Tickets de pago emitidos en Textiles S.A.
 - Comunicación con detalle de comprobantes gestionados.
3. El gestor operativo de cobranzas recibe la información y revisa lo siguiente:
 - El valor de los comprobantes de pago deberá ser igual al valor depositado.
 - La fecha de depósito no deberá pasar de dos días laborables a partir del pago del cliente.
 - Que los comprobantes tengan toda la información requerida y sin enmendaduras, que tengan las firmas del cliente y responsable del cobro, que tengan el número secuencial o numeración interna de la empresa de cobranza externa.

El gestor operativo de cobranzas en el sistema LAMQU transferirá a judicial las cuentas que cumplan con las siguientes características:

1. Edad de mora mayor a 180 días.
2. Edad de mora menor a 180 días con aprobación del Gerente de Cobranzas, que presenten: cheques protestados no pagados en 2 o 3 meses, casos de estafa, titular fuera del país o ilocalizables.
3. Se transferirán a baja las cuentas que hayan permanecido con estatus de judicial por más de un año.
4. El proceso de transferencia de las cuentas a judicial y baja deberá ser generado trimestralmente.

5. Las cuentas que posean refinanciamientos no serán transferidas a judicial o baja.

El gerente de cobranzas ingresa al LAMQU, visualiza las cuentas a transferir a judicial y baja, Si hay algún ajuste, solicita al Gestor Operativo de Cobranzas su aplicación, aprueba la transacción y comunica al gestor operativo de cobranzas que la transferencia fue realizada.

El gestor operativo de cobranzas emite en el LAMQU el resumen de transferencias realizadas y entrega a la Secretaría de Crédito. Y coordina con la Secretaria de Crédito la elaboración de cartas dirigida al área de Finanzas y Control, notificando la transferencia de cuentas a judicial y baja. Una vez realizada la carta, esta es firmada por la Gerente de Cobranzas y enviada al Gerente de Crédito para su firma, este control se realiza de forma trimestral.

Luego la carta es entregada junto con el resumen del sistema LAMQU de las cuentas transferidas al Vicepresidente Financiero, Administrativo e Inmobiliario.

3.2.13 Estimación de Cuentas Incobrables

La estimación de cuentas incobrables se realiza de forma automática en el sistema LAMQU, las cuentas comerciales por cobrar incluyen una provisión para reducir su valor al de probable realización. Esta provisión se constituye en función de un análisis elaborado por el área de Portafolio, de los días de mora de los saldos por cliente, basados en datos históricos de recuperación por edades de cartera. Un detalle de los porcentajes de provisión aplicados por los días de mora es como sigue:

Tabla 10: Provisión de Cartera por Antigüedad

Edad de mora en días	Porcentaje
Corriente	1%
30	2%
60	8%
90	21%
120	30%
150	50%
210	55%
240	60%
270	75%
Más de 360	100%

Fuente: La compañía

Elaborado por: Las autoras

3.2.14 Conclusión

Hemos realizado una comprensión de los controles relevantes del proceso de negocio de Ingresos – Cuentas por Cobrar-Ingresos Financieros-Efectivo, probamos estos controles y determinamos que han sido diseñados e implementados de manera eficaz y existe una segregación de funciones adecuada de acuerdo al tamaño de la Compañía, por lo que se ha concluido en confiar en dichos controles.

Se considera que los controles establecidos por la administración son efectivos lo que permite disminuir la extensión de las pruebas sustantivas.

3.2.15 Matriz de controles

Transacción	Descripción de la actividad de control, incluyendo su objetivo	Contribución a las aserciones de los estados financieros	Control clave
		I, E, C, EO, RO, V, CL	
Inicio del día	Al inicio del día, cada una de las cajeras debe acercarse a la caja recaudadora para retirar la base asignada para apertura el día (US\$100). El Supervisor de Tienda deberá encender los puntos de ventas una hora antes de la apertura de la Tienda y verificar que en la pantalla donde está la “Fecha de Operación” se visualice la fecha del día, con la finalidad de que se actualice en el sistema las ofertas y/o cambios de precios realizados por las Compradoras y así evitar incongruencias en la información durante la atención a los clientes. No deberán anticiparse a la hora especificada porque se pueden alterar los procesos de actualización diaria de saldos. Cada cajera ingresará con su usuario y clave.	I	No

Inicio del día	Posteriormente, cada cajero cuenta la base asignada y la supervisora procede a ingresar su usuario y clave, inmediatamente aparece una pantalla solicitando se ingrese cual será el monto de apertura de la caja, la cajera procede a ingresar el monto contado y lo digita en el sistema.	EO, I, V	No
Venta - Validación de productos	Una vez que el cliente selecciona la mercadería que adquirirá, la cajera procede mediante el lector de código de barras a la marcación de los productos, el sistema automáticamente genera las unidades y precio de venta	E	No
Desbloqueo de productos	Al momento de pasar los productos por las lectoras de códigos de barra, las etiquetas de alarmas son desactivadas, lo cual permite controlar productos que no hayan sido ingresados en la venta y que puedan ser sustraídos por los clientes para los cuales se activan las alarmas de las puertas del almacén.	EO	No

Interés financiero	En el caso de los pagos con tarjeta de Textiles S.A, el cajero pregunta al cliente la forma de pago, si es corriente o si es diferido, de ser diferido considera el número de meses, automáticamente sistema calcula el interés de la compra y se puede visualizar el monto del pago del próximo mes del cliente. En la emisión del estado de cuenta se incluyen automáticamente valores por interés por mora (en caso de aplicar) y emisión de estado de cuenta.	I, E, C, EO,V	Si
Generación de factura	Aceptada la forma de pago, el sistema genera automáticamente la factura. Textiles S.A. tiene autorización del Servicios de Rentas Internas para imprimir facturas directamente desde su sistema de facturación, es decir, no se utilizan facturas pre impresas,	I, EO	No
Secuencia de factura	La secuencia de la factura es generada automáticamente por el sistema.	I, EO	No
Devoluciones	Las devoluciones se podrán realizar sólo con la autorización y previa verificación del supervisor de caja o supervisor de la tienda. Las devoluciones se realizarán con otros artículos que el cliente escoja de igual o mayor valor en cuyo caso el cliente deberá cancelar la diferencia. Las devoluciones en efectivo serán la	EO	No

	última opción que se permita en las tiendas y serán exclusivamente bajo la autorización y supervisión del jefe de tienda.		
Devoluciones	El sistema recoge los datos de la factura, y se emite la nota de crédito con los mismos datos de factura.	E	No
Devoluciones	El sistema establece el corte registrando las notas de crédito según la fecha de recepción de la mercadería.	C	No
Cierre del día	La supervisora de caja ingresa su usuario y contraseña, luego en la pantalla que aparece selecciona la opción “fin de día” e inmediatamente se abre la caja y la cajera procede a retirar todo el efectivo, los cheques y los vouchers, luego la cajera cierra el cajón e ingresa su usuario y contraseña, en la pantalla que aparece elige la opción “Informe final” y esto hace que el POC se apague. Posteriormente, la cajera cuenta el total recaudado, separa la base (US\$100) y procede a llenar un formulario denominado “Recibo diario de caja” en el que indica las diferentes denominaciones de efectivo recaudado (sin tomar en cuenta la base), el total recibido	I, C, EO, E	No

	<p>en tarjetas y cheques, como constancia firma el formulario; luego la supervisora procede revisar el formulario vs el efectivo, firma el formulario como constancia de revisión, guarda el efectivo en la bolsa y esta es entregada en la caja central.</p>		
Cierre del día	<p>Posteriormente, procede a contar el efectivo recaudado por cada una de las cajas y confirma que coincidan con las denominaciones declaradas en los formularios entregados por las cajeras en caso de encontrar diferencias llama a la Supervisora de la Tienda, quien recuenta el efectivo y procede a llenar en el formulario en la columna de diferencias la cantidad real y deja su firma como constancia de revisión.</p>	I, C, EO, E	No

Cierre del día	Luego la Supervisora de la Tienda revisa la documentación y cuenta que los fajos coincidan con lo descrito en el detalle de depósitos en efectivo, como control recuenta mínimo dos de los fajos y luego firma el detalle de depósitos en efectivo y procede a guardar el dinero en la bolsa de seguridad entregada por la transportadora de valores.	I, C, EO, E	No
Cuadre de Ventas y recaudaciones	Diariamente el departamento de auditoría de ventas realiza revisiones que consisten en la conciliación entre la información reportada por sistema POC y que ha sido transferida al ADIP, una vez revisada la información el departamento de contabilidad descarga los datos a un repositorio al que no tienen acceso los usuarios finales.	I, E, C, EO, RO,V	Si
Cuadre de Ventas / Arqueos de Caja	Se elabora un cronograma anual de arqueos de cajas, el mismo que es aprobado por el Jefe de Auditoría de Ventas y el Contralor. Los arqueos de cajas son realizados sorpresivamente, el Supervisor de Auditoría de Ventas notifica al Auxiliar de Auditoría de Ventas las tiendas que se realizará el arqueo. El informe del arqueo de caja es revisado y aprobado por el Jefe de Auditoría de	EO	Si

	Ventas.		
Pre aprobación automática de clientes	La iniciación de crédito se realiza en el Sistema ADIP, el cual, cada mañana automáticamente realiza clasificaciones de las solicitudes, como pre aprobado, para revisión y negado, en base a una validación interna de los datos ingresados en el proceso de captación de clientes.	E	Si
Transferencia de cuentas a Judicial y Baja	El gestor operativo de cobranzas emite en el LAMQU el resumen de transferencias realizadas y entrega a la Secretaría de Crédito. Y coordina con la Secretaria de Crédito la elaboración de cartas dirigida al área de Finanzas y Control, notificando la transferencia de cuentas a judicial y baja. Una vez realizada la carta, esta es firmada por la Gerente de Cobranzas y enviada al Vicepresidente de Crédito para su firma.	I, E, EO, RO	Si

Estimación de cuentas incobrables	La estimación de cuentas incobrables se realiza de forma automática en el sistema LAMQU, las cuentas comerciales por cobrar incluyen una provisión para reducir su valor al de probable realización. Esta provisión se constituye en función de un análisis elaborado por el área de Portafolio, de los días de mora de los saldos por cliente, basados en datos históricos de recuperación por edades de cartera.	E	Si
-----------------------------------	--	---	----

Significado de las abreviaturas

- I Integridad
- E Exactitud
- C Corte
- EO Existencia de Ocurrencia
- RO Riesgo y Obligaciones
- V Valuación
- CL Clasificación

3.3 Análisis de antigüedad de saldos

3.3.1 Objetivo de la prueba

Evaluar la adecuada exposición y evaluación de la cartera al 31 de diciembre de 2015 y determinar si existe una correcta provisión para la cartera considerada como incobrable. A fines de evaluar si el deterioro reconocido en resultados por este concepto está cuantificado y medido razonablemente cumpliendo la aserción de evaluación.

3.3.2 Procedimientos

1. Se solicitaron los estados financieros al 31 de diciembre del 2015 al departamento contable.
2. Se solicitó el cálculo de la estimación de cuentas incobrables.
3. Se realizó el reproceso de la provisión de cuentas incobrables para llegar al saldo final del 31 de diciembre del 2015, con los porcentajes definidos por la compañía.
4. Se identificaron exenciones.

Se documentó y concluyó sobre la razonabilidad de la prueba.

3.3.3 Resultados

Tabla 11: Provisión de Cartera efectuada por la Compañía

Calculo según compañía al 31 de diciembre del 2015:

		Cartera de Diciembre		Provisión	
Porcentaje		Diferido	Rotativo	Diferido	Rotativo
1%	Corriente				92.484

		92.191.734	9.248.440	921.917	
2%	30	12.146.582	5.795.275	242.932	115.906
8%	60	2.375.345	1.336.445	190.028	106.916
21%	90	1.151.387	1.432.507	241.791	300.826
30%	120	713.008	1.987.939	213.902	596.382
50%	150	468.616	1.212.186	234.308	606.093
55%	210	276.071	976.555	151.839	537.105
60%	240	220.369	1.098.016	132.221	658.810
75%	270	140.683	921.320	105.512	690.990
100%	360	84.874	73.178	84.874	73.178
100%	más de 360	202.430	4.987.001	202.430	4.987.001
		109.971.099	29.068.863	2.721.754	8.765.691
	(A)	Total provisión con porcentajes de sistema			11.487.445

Fuente: La compañía

Elaborado por: Las autoras

Recalculo efectuado para validar provisión efectuada por la compañía:

Tabla 12: Recalculo de provisión de cartera

Calculo según compañía al 31 de diciembre del 2015:

Porcentaje		Cartera de Diciembre		Provisión	
		Diferido	Rotativo	Diferido	Rotativo
1%	Corriente	92.191.734	9.248.440	921.917	92.484
2%	30	12.146.582	5.795.275	242.932	115.906
8%	60	2.375.345	1.336.445	190.028	106.916
21%	90	1.151.387	1.432.507	241.791	300.826
30%	120	713.008	1.987.939	213.902	596.382

50%	150	468.616	1.212.186	234.308	606.093
55%	210	276.071	976.555	151.839	537.105
60%	240	220.369	1.098.016	132.221	658.810
75%	270	140.683	921.320	105.512	690.990
100%	360	84.874	73.178	84.874	73.178
100%	más de 360	202.430	4.987.001	202.430	4.987.001
		109.971.099	29.068.863	2.721.754	8.765.691
	(B)	Total provisión con porcentajes de actualizados			11.487.445

Fuente: La compañía

Elaborado por: Las autoras

(A)	Total provisión según compañía	11.487.445
(B)	Total provisión estudiantes	<u>11.487.445</u>
	Diferencia	-

3.3.4 Conclusión

La prueba se presenta razonablemente al 31 de diciembre del 2015 cumpliendo con los objetivos.

3.4 Confirmar cuentas por cobrar con los deudores

3.4.1 Objetivos:

Verificar que los saldos por cobrar a clientes se presenten razonablemente en los estados financieros las 31 de diciembre de 2015,

cumpliendo con las aserciones de integridad, exactitud, existencia u ocurrencia y riesgos y obligaciones.

3.4.2 Procedimientos:

1. Se solicitaron los estados financieros de la compañía al 31 de diciembre del 2015 al departamento de contabilidad.
2. Se solicitaron los detalles de cartera al 31 de diciembre del 2015
3. Se realizó el procedimiento de cuadratura de la base de cartera vs estados financieros
4. Se enviaron confirmación de saldos al 100% de los clientes de la siguiente manera, se incluyó en los estados de cuenta una leyenda de confirmación abierta donde se indica lo siguiente:

En caso de existir alguna inconformidad con la información incluida en el estado de cuenta favor comunicarse con nuestros auditores ESTUDIANTES CIA. LTDA al mail mercedesquimisf@hotmail.com,

5. Se esperaron las inconformidades de clientes de los montos de los estados de cuenta de clientes emitidos durante el mes de diciembre del 2015 para conciliar dichas diferencias por un lapso de 5 meses.
6. Se documentó y concluyó el trabajo efectuado

3.4.3 Resultados:

De los 200.000 mil clientes enviados no obtuvimos respuestas negativas de la confirmación abierta enviada.

Tabla 13: Confirmación de cuentas a deudores



SEÑORES:	ANDRADE ORDEÑANA ALEJANDRA PAOLA
DIRECCIÓN:	SAMANES 2 MZ 2 19 VILLA 22
TELÉFONO:	422 15858

A continuación informo que al 28 de febrero del 2016, tenemos registrada una cuenta por cobrar a su nombre, correspondiente a las facturas que detallamos a continuación, por valor de \$ 198,60, solicitamos la verificación de dichos saldos y las observaciones que se tengan, por favor hacerlas llegar al siguiente contacto: AUDITORES ESTUDIANTES CIA. LTDA al mail mercedesquimisf@hotmail.com.

Número	Tipo	Cuota	Fecha	Vencimiento	Valor	Días de Mora
0030011874579	Factura	1	22/02/2015	23/03/2015	84,50	342
0050011874747	Factura	1	29/02/2015	30/03/2015	114,10	335

Si el recibo del presente estado de cuenta usted ya ha realizado su pago le rogamos enviar el soporte al contacto descrito anteriormente, caso contrario esperamos realice su pago en nuestras instalaciones.

Si pasado 8 días hábiles no se ha recibido ninguna objeción por su parte se entenderá por aceptado el presente estado de cuenta.

Atentamente,

AUDITORES ESTUDIANTES CIA. LTDA

3.4.4 Conclusión:

De acuerdo al procedimiento efectuado evidenciamos que no se presentan exenciones significativas ni problemas a mencionar por lo que la prueba se presenta razonablemente al 31 de diciembre del 2015 cumpliendo con los objetivos.

3.5 Revisar corte de transacciones de ventas

3.5.1 Objetivos:

Probar la razonabilidad de los ingresos en el periodo adecuado cubriendo las aseveraciones de integridad y corte.

3.5.2 Procedimientos:

1. Se extrajo del sistema la data de facturación completa del mes de diciembre 2015 y enero 2016, en presencia de los auditores ESTUDIANTES CIA. LTDA
2. Se verifico la numeración de las datas de diciembre 2015 y enero 2016, verificando que no existan saltos de secuencia.
3. Se solicitaron las últimas cuarenta facturas del año 2015 de acuerdo a la fecha y a la hora de la data de diciembre 2015 y se solicitaron las cuarenta primeras facturas del año 2016 de acuerdo a la fecha y a la hora de la data de enero 2016.
4. Se procedió a revisar físicamente las facturas de los diferentes puntos de ventas y que cumplan con los requisitos tributarios.
5. Se documentó y se concluyó la prueba.

3.5.3 Conclusión:

La prueba se presenta razonablemente cumpliendo con las aserciones establecidas al 31 de diciembre del 2015.

3.5.4 Resultado:

Prueba de corte al 31 de diciembre del 2015

Tabla 14: Corte Documentario Facturación Año 2015

Revisar corte de transacciones de venta																
DOCUMENTACIÓN DE LA MUESTRA				REVISIÓN DE DOCUMENTACIÓN SOPORTE												
Nº	Número de factura de venta según listado	Nombre del cliente en factura de venta según listado	Monto en factura de venta según listado	Documen- tación de respald o examina	Número de referencia de documentación de respaldo	Fecha de documentación de respaldo	Hora	Descripción	Base imponible	Iva	Total	Diferencia	Reconocido en el periodo apropiado (S/N)	Valor de las ventas registrado en el periodo incorrecto.	Cumple con requisitos SRI (S/N)	Notas
Diciembre del 2015																
1	00100113456890	CEVALLOS ESPIN HERNAN ALCIVAR	21,50	Factura	00100113456890	31/12/2015	22:31	Blusa	19,20	2,30	21,50	-	SI	SI	SI	Ninguna
2	00100113456891	JACOME MONTUFAR CARLOS ALBERTO	36,83	Factura	00100113456891	31/12/2015	22:32	Perfume	32,88	3,95	36,83	-	SI	SI	SI	Ninguna
3	00100113456892	ZAMORA CASTRO MANUEL LIVINO	25,95	Factura	00100113456892	31/12/2015	22:33	Camiseta	23,17	2,78	25,95	-	SI	SI	SI	Ninguna
4	00100113456893	OROZCO AVILES VICTOR HUGO	29,28	Factura	00100113456893	31/12/2015	22:35	Camisa	26,14	3,14	29,28	-	SI	SI	SI	Ninguna
5	00100113456894	ROBERTO MUELA MATILLA	13,84	Factura	00100113456894	31/12/2015	22:36	Jean	12,36	1,48	13,84	-	SI	SI	SI	Ninguna
6	00100113456895	ANA ISABEL ROMAN BRIZ	20,58	Factura	00100113456895	31/12/2015	22:38	Falda	18,38	2,21	20,58	-	SI	SI	SI	Ninguna
7	00100113456896	CRISTOBAL QUINTERO GALINDO	35,91	Factura	00100113456896	31/12/2015	22:39	Perfume	32,06	3,85	35,91	-	SI	SI	SI	Ninguna
8	00100113456897	MARINA GASCO FLORES	25,03	Factura	00100113456897	31/12/2015	22:41	Pendrive	22,35	2,68	25,03	-	SI	SI	SI	Ninguna
9	00100113456898	JULIO PORTILLA CAÑO	28,36	Factura	00100113456898	31/12/2015	22:42	Zapatos	25,32	3,04	28,36	-	SI	SI	SI	Ninguna
10	00100113456899	EVA MARIA GARAY POYATOS	12,92	Factura	00100113456899	31/12/2015	22:43	Cinturon	11,54	1,38	12,92	-	SI	SI	SI	Ninguna
11	00100113456900	JOSE MARIA VARAS SALGUEIRO	19,66	Factura	00100113456900	31/12/2015	22:45	Blusa	17,55	2,11	19,66	-	SI	SI	SI	Ninguna
12	00100113456901	SERGIO CHICO VIÑA	34,99	Factura	00100113456901	31/12/2015	22:46	Perfume	31,24	3,75	34,99	-	SI	SI	SI	Ninguna
13	00100113456902	JULIAN PERIS CARRERAS	24,11	Factura	00100113456902	31/12/2015	22:48	Camiseta	21,53	2,58	24,11	-	SI	SI	SI	Ninguna
14	00100113456903	LAURA OCHOA LOSA	27,44	Factura	00100113456903	31/12/2015	22:49	Camisa	24,50	2,94	27,44	-	SI	SI	SI	Ninguna
15	00100113456904	TERESA SECO BLANCH	12,00	Factura	00100113456904	31/12/2015	22:51	Jean	10,71	1,29	12,00	-	SI	SI	SI	Ninguna

16	00100113456905	JORDI SOLSONA VICARIO	18,74	Factura	00100113456905	31/12/2015	22:52	Falda	16,73	2,01	18,74	-	SI	SI	SI	Ninguna
17	00100113456906	MARIA CRISTINA POMBO PIÑERO	34,07	Factura	00100113456906	31/12/2015	22:54	Perfume	30,42	3,65	34,07	-	SI	SI	SI	Ninguna
18	00100113456907	INMACULADA ARTEAGA ANAYA	23,19	Factura	00100113456907	31/12/2015	22:55	Pendrive	20,71	2,48	23,19	-	SI	SI	SI	Ninguna
19	00100113456908	PABLO GALLEGU LOBATO	26,52	Factura	00100113456908	31/12/2015	22:56	Zapatos	23,68	2,84	26,52	-	SI	SI	SI	Ninguna
20	00100113456909	MARCOS TERCERO CORRAL	11,08	Factura	00100113456909	31/12/2015	22:58	Cinturon	9,89	1,19	11,08	-	SI	SI	SI	Ninguna
21	00100113456910	BEATRIZ PORTA OSPINA	17,82	Factura	00100113456910	31/12/2015	22:59	Blusa	15,91	1,91	17,82	-	SI	SI	SI	Ninguna
22	00100113456911	JUAN JOSE PALOMARES MANCHADO	33,15	Factura	00100113456911	31/12/2015	23:01	Perfume	29,60	3,55	33,15	-	SI	SI	SI	Ninguna
23	00100113456912	INMACULADA BARRERO MOYANO	22,27	Factura	00100113456912	31/12/2015	23:02	Camiseta	19,88	2,39	22,27	-	SI	SI	SI	Ninguna
24	00100113456913	IGNACIO NOGUEIRA BARCIA	25,60	Factura	00100113456913	31/12/2015	23:04	Camisa	22,86	2,74	25,60	-	SI	SI	SI	Ninguna
25	00100113456914	AURORA SEOANE FERRANDEZ	10,16	Factura	00100113456914	31/12/2015	23:05	Jean	9,07	1,09	10,16	-	SI	SI	SI	Ninguna
26	00100113456915	ALBERT GONZALEZ MARIÑO	16,90	Factura	00100113456915	31/12/2015	23:07	Falda	15,09	1,81	16,90	-	SI	SI	SI	Ninguna
27	00100113456916	OSCAR ACOSTA	32,23	Factura	00100113456916	31/12/2015	23:08	Perfume	28,78	3,45	32,23	-	SI	SI	SI	Ninguna
28	00100113456917	MILTON LALALEO	21,35	Factura	00100113456917	31/12/2015	23:09	Pendrive	19,06	2,29	21,35	-	SI	SI	SI	Ninguna
29	00100113456918	RAUL VALENVIA ARCOS	24,68	Factura	00100113456918	31/12/2015	23:11	Zapatos	22,04	2,64	24,68	-	SI	SI	SI	Ninguna
30	00100113456919	WALTER CHAVEZ	9,24	Factura	00100113456919	31/12/2015	23:12	Cinturon	8,25	0,99	9,24	-	SI	SI	SI	Ninguna
31	00100113456920	LOPEZ PARRA CARLOS RAFAEL	15,98	Factura	00100113456920	31/12/2015	23:14	Blusa	14,27	1,71	15,98	-	SI	SI	SI	Ninguna
32	00100113456921	AGUIRRE ANGEL	31,31	Factura	00100113456921	31/12/2015	23:15	Perfume	27,96	3,35	31,31	-	SI	SI	SI	Ninguna
33	00100113456922	TELLO GARCIA ANGEL	20,43	Factura	00100113456922	31/12/2015	23:17	Camiseta	18,24	2,19	20,43	-	SI	SI	SI	Ninguna
34	00100113456923	CEVALLOS CASTILLO PEDRO ALBERTO	23,76	Factura	00100113456923	31/12/2015	23:18	Camisa	21,21	2,55	23,76	-	SI	SI	SI	Ninguna
35	00100113456924	RAMOS BENAVIDESPABLO RENATO	8,32	Factura	00100113456924	31/12/2015	23:19	Jean	7,43	0,89	8,32	-	SI	SI	SI	Ninguna
36	00100113456925	OSCAR ACOSTA	15,06	Factura	00100113456925	31/12/2015	23:21	Falda	13,45	1,61	15,06	-	SI	SI	SI	Ninguna
37	00100113456926	EMILIA BELLO BLANCH	30,39	Factura	00100113456926	31/12/2015	23:22	Perfume	27,13	3,26	30,39	-	SI	SI	SI	Ninguna
38	00100113456927	ANDREA GORDILLO TALAVERA	19,51	Factura	00100113456927	31/12/2015	23:24	Pendrive	17,42	2,09	19,51	-	SI	SI	SI	Ninguna
39	00100113456928	LUCIA RIVERA ARMERO	22,84	Factura	00100113456928	31/12/2015	23:25	Zapatos	20,39	2,45	22,84	-	SI	SI	SI	Ninguna
40	00100113456929	PAULA PARIS RUANO	7,40	Factura	00100113456929	31/12/2015	23:27	Cinturon	6,61	0,79	7,40	-	SI	SI	SI	Ninguna

Prueba de corte a enero 2016

Tabla 15: Corte Documentario Facturación Año 2016

Revisar corte de transacciones de venta																
DOCUMENTACIÓN DE LA MUESTRA				REVISIÓN DE DOCUMENTACIÓN SOPORTE												
N°	Número de factura de venta según listado	Nombre del cliente en factura de venta según listado	Monto en factura de venta según listado	Documen- tación de respald o examina	Número de referencia de documentación de respaldo	Fecha de documenta- ción de respaldo	Hora	Descripción	Base imponible	Iva	Total	Diferencia	Reconocido en el periodo apropiado (S/N)	Valor de las ventas registrado en el periodo incorrecto	Cumple con requisitos SRI (S/N)	Notas
Enero del 2016																
1	00100113456930	VICUNA DELGADO ELIDIO ANTONIO	14,14	Factura	00100113456930	01/01/2016	10:01	Blusa	12,63	1,52	14,14	-	SI	SI	SI	Ninguna
2	00100113456931	ING. TITO PALACIOS SERRANO	29,47	Factura	00100113456931	01/01/2016	10:02	Perfume	26,31	3,16	29,47	-	SI	SI	SI	Ninguna
3	00100113456932	JORGE TIGRE	18,59	Factura	00100113456932	01/01/2016	10:03	Camiseta	16,60	1,99	18,59	-	SI	SI	SI	Ninguna
4	00100113456933	PROHIERRO HUGO PESANTE	21,92	Factura	00100113456933	01/01/2016	10:05	Camisa	19,57	2,35	21,92	-	SI	SI	SI	Ninguna
5	00100113456934	JUAN DOMINGUEZ	6,48	Factura	00100113456934	01/01/2016	10:06	Jean	5,79	0,69	6,48	-	SI	SI	SI	Ninguna
6	00100113456935	MIGUE BERMEO BALLADARES	25,33	Factura	00100113456935	01/01/2016	10:08	Falda	22,62	2,71	25,33	-	SI	SI	SI	Ninguna
7	00100113456936	ISRAEL LOZA	40,66	Factura	00100113456936	01/01/2016	10:09	Perfume	36,30	4,36	40,66	-	SI	SI	SI	Ninguna
8	00100113456937	CARLOS MEJIA MEJIA	29,78	Factura	00100113456937	01/01/2016	10:11	Pendrive	26,59	3,19	29,78	-	SI	SI	SI	Ninguna
9	00100113456938	TEODORO PENA CORDERO	33,11	Factura	00100113456938	01/01/2016	10:12	Zapatos	29,56	3,55	33,11	-	SI	SI	SI	Ninguna
10	00100113456939	ING. JORGE TERAN BURNEO	17,67	Factura	00100113456939	01/01/2016	10:13	Cinturon	15,78	1,89	17,67	-	SI	SI	SI	Ninguna
11	00100113456940	TEODORO PENA CORDERO	36,52	Factura	00100113456940	01/01/2016	10:15	Blusa	32,61	3,91	36,52	-	SI	SI	SI	Ninguna
12	00100113456941	ING. VICTOR HUGO TAMAYO	51,85	Factura	00100113456941	01/01/2016	10:16	Perfume	46,29	5,56	51,85	-	SI	SI	SI	Ninguna
13	00100113456942	TORRES TORRES ROGELIO RAMIRO	40,97	Factura	00100113456942	01/01/2016	10:18	Camiseta	36,58	4,39	40,97	-	SI	SI	SI	Ninguna
14	00100113456943	GUALOTO VERA ALBERTO	44,30	Factura	00100113456943	01/01/2016	10:19	Camisa	39,55	4,75	44,30	-	SI	SI	SI	Ninguna
15	00100113456944	MURILLO CALDERON RENE ENRIQUE	28,86	Factura	00100113456944	01/01/2016	10:21	Jean	25,77	3,09	28,86	-	SI	SI	SI	Ninguna

16	00100113456945	MURILLO CALDERON RENE ENRIQUE	47,71	Factura	00100113456945	01/01/2016	10:22	Falda	42,60	5,11	47,71	-	SI	SI	SI	Ninguna
17	00100113456946	GUILLERMO GARCES GARCES	63,04	Factura	00100113456946	01/01/2016	10:24	Perfume	56,29	6,75	63,04	-	SI	SI	SI	Ninguna
18	00100113456947	SEGUNDO MANUEL VULGARIN NOKA	52,16	Factura	00100113456947	01/01/2016	10:25	Pendrivel	46,57	5,59	52,16	-	SI	SI	SI	Ninguna
19	00100113456948	GUILLERMO GARCES GARCES	55,49	Factura	00100113456948	01/01/2016	10:26	Zapatos	49,54	5,95	55,49	-	SI	SI	SI	Ninguna
20	00100113456949	PUCO TOAPANTA PAULINA MERCEDES	40,05	Factura	00100113456949	01/01/2016	10:28	Cinturon	35,76	4,29	40,05	-	SI	SI	SI	Ninguna
21	00100113456950	ARQ. PATRICIO AGUIRRE	58,90	Factura	00100113456950	01/01/2016	10:29	Blusa	52,59	6,31	58,90	-	SI	SI	SI	Ninguna
22	00100113456951	CASTILLO HIDALGO FATIMA	74,23	Factura	00100113456951	01/01/2016	10:31	Perfume	66,28	7,95	74,23	-	SI	SI	SI	Ninguna
23	00100113456952	CAMPOVERDE GARCIA DOMICIO	63,35	Factura	00100113456952	01/01/2016	10:32	Camiseta	56,56	6,79	63,35	-	SI	SI	SI	Ninguna
24	00100113456953	SILVA MERA DAVID ALEXANDE	66,68	Factura	00100113456953	01/01/2016	10:34	Camisa	59,54	7,14	66,68	-	SI	SI	SI	Ninguna
25	00100113456954	MOREIRA MORAN DARWIN ENRIQUE	51,24	Factura	00100113456954	01/01/2016	10:35	Jean	45,75	5,49	51,24	-	SI	SI	SI	Ninguna
26	00100113456955	MALDONADO VINUEZA OMAR	70,09	Factura	00100113456955	01/01/2016	10:37	Falda	62,58	7,51	70,09	-	SI	SI	SI	Ninguna
27	00100113456956	MOREIRA MORAN DARWIN ENRIQUE	85,42	Factura	00100113456956	01/01/2016	10:38	Perfume	76,27	9,15	85,42	-	SI	SI	SI	Ninguna
28	00100113456957	JOSEFA FEJOO UGALDE	74,54	Factura	00100113456957	01/01/2016	10:39	Pendrivel	66,55	7,99	74,54	-	SI	SI	SI	Ninguna
29	00100113456958	JOSEFA CUADRA VARGAS	77,87	Factura	00100113456958	01/01/2016	10:41	Zapatos	69,53	8,34	77,87	-	SI	SI	SI	Ninguna
30	00100113456959	SILVIA MAYOL GUERRA	62,43	Factura	00100113456959	01/01/2016	10:42	Cinturon	55,74	6,69	62,43	-	SI	SI	SI	Ninguna
31	00100113456960	MARIA DOLORES MONTAÑEZ ALLENDE	81,28	Factura	00100113456960	01/01/2016	10:44	Blusa	72,57	8,71	81,28	-	SI	SI	SI	Ninguna
32	00100113456961	NURIA ARMAS ROMERA	96,61	Factura	00100113456961	01/01/2016	10:45	Perfume	86,26	10,35	96,61	-	SI	SI	SI	Ninguna
33	00100113456962	ALICIA MORAGA OLIVERAS	85,73	Factura	00100113456962	01/01/2016	10:47	Camiseta	76,54	9,19	85,73	-	SI	SI	SI	Ninguna
34	00100113456963	MERCEDES PINEDO BERNAD	89,06	Factura	00100113456963	01/01/2016	10:48	Camisa	79,52	9,54	89,06	-	SI	SI	SI	Ninguna
35	00100113456964	CLAUDIA CANOVAS DE BLAS	73,62	Factura	00100113456964	01/01/2016	10:49	Jean	65,73	7,89	73,62	-	SI	SI	SI	Ninguna
36	00100113456965	MARGARITA TORRES FRUTOS	92,47	Factura	00100113456965	01/01/2016	10:51	Falda	82,56	9,91	92,47	-	SI	SI	SI	Ninguna
37	00100113456966	MARIA JOSEFA DUARTE BASTIDA	107,80	Factura	00100113456966	01/01/2016	10:52	Perfume	96,25	11,55	107,80	-	SI	SI	SI	Ninguna
38	00100113456967	MERCEDES ALBERO VILAR	96,92	Factura	00100113456967	01/01/2016	10:54	Pendrivel	86,54	10,38	96,92	-	SI	SI	SI	Ninguna
39	00100113456968	FRANCISCA CORREDERA FUENTES	100,25	Factura	00100113456968	01/01/2016	10:55	Zapatos	89,51	10,74	100,25	-	SI	SI	SI	Ninguna
40	00100113456969	MARGARITA SANABRIA CORDOVA	84,81	Factura	00100113456969	01/01/2016	10:57	Cinturon	75,72	9,09	84,81	-	SI	SI	SI	Ninguna

3.6 Hallazgos

Tratamiento contable actual:

La Administración de la compañía registra la provisión por deterioro de cuentas por cobrar se registra en los resultados del periodo, en base a un cálculo mensual el cual considera la antigüedad de la cartera, aplicando los siguientes porcentajes anuales:

Edad (1)	Porcentaje
Corriente	1%
30	2%
60	8%
90	21%
120	30%
150	50%
210	55%
240	60%
270	75%
Más de 360	100%

(1) Corresponde a días vencidos

Transcurridos los 270 días pasan al departamento de gestión de cobranzas y legal. De acuerdo a estadísticas la recuperación de esta cartera no llega al 1%.

Transacciones: Las cobranzas se realizan a través de cheques o transferencias bancarias y valores en efectivo.

Análisis de la diferencia del tratamiento contable actual con el tratamiento bajo Normas Internacionales de Información Financiera:

Las Normas Internacionales de Información Financiera, establecen que para el análisis de incobrabilidad (deterioro de valor), de las cuentas por cobrar, este deberá ser revisado en la medida de la existencia de los indicadores que hagan posible estimar de manera individual (clientes individualmente significativos) o por grupos de similares características de riesgo (como lo son los tarjetahabientes), cuál es la potencial pérdida por reducción en el valor recuperable registrado como cuentas por cobrar.

La manera en la cual la compañía viene estableciendo su provisión de cuentas incobrables, pudiera no estar ajustado, a todos los requerimientos de la norma, por cuanto únicamente evalúa la antigüedad de la cartera.

La evaluación de deterioro de activos financieros consiste en revisar que el valor recuperable del activo (flujos que se estima serán recuperados, considerando su cuantía y tasa efectiva explícita o implícita de la operación), no sea inferior a su valor en libros, en cuyo caso deberá contabilizarse la reducción o castigo correspondiente, a través de la constitución de las provisiones respectivas. Adicionalmente para el caso de la evaluación de incobrabilidad por grupos de características similares se deberán tener en cuenta lo siguiente:

No se podrán reconocer pérdidas esperadas como resultado de eventos futuros, por lo cual la provisión sobre cartera no vencida deberá ser eliminada. En lo referente al resto de la cartera, se deberán agrupar aquellos clientes con características similares.

Si bien la Administración realiza una provisión mensual de cartera, esta debe ser alineada con lo antes mencionado.

Fundamento técnicos:

En la NIIF 9 párrafo B5.5.35 no indica que una entidad puede utilizar soluciones prácticas para medir las pérdidas crediticias esperadas si son congruentes con los principios descritos en la NIIF.

Un ejemplo, de una solución práctica es el cálculo de las pérdidas crediticias esperadas sobre cuentas por cobrar comerciales utilizando una matriz de provisiones. La compañía utilizaría su experiencia de pérdidas crediticias histórica para cuentas por cobrar comerciales para estimar las pérdidas crediticias de 12 meses o las pérdidas crediticias esperadas durante el tiempo de vida del activo sobre los activos financieros según corresponda.

Una matriz de provisiones puede, por ejemplo, en función de la diversidad de su base de clientes, la entidad utilizaría las agrupaciones apropiadas si su experiencia de pérdidas crediticias históricas muestra patrones de pérdidas diferentes significativas para distintos segmentos de clientes. Ejemplos de criterios que pueden utilizarse para agrupar activos incluyen región geográfica, tipo de producto, calificación del cliente, garantía colateral o seguro de crédito comercial y tipo de cliente (tal como mayorista o minorista).

Capítulo 4: Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

Al ejecutar el actual trabajo de investigación se obtuvieron las siguientes conclusiones:

1. La aplicación apropiada y completa de los cinco componentes del control interno debilitan los riesgos y contribuyen en gran importancia a conseguir la obtención de los objetivos establecidos, sin importar la actividad económica que desarrolle la empresa donde aplique esta metodología COSO.
2. La Compañía Textiles S.A tenía establecidos los procedimientos y las funciones del personal del departamento de ventas -cuentas por cobrar, las mismas estaban documentadas por escrito pero no estaban actualizadas, se procedió a revisar el portal web y tenían el mismo inconveniente.
3. Al finalizar el trabajo de auditoría del rubro ventas - cuentas por cobrar de la compañía Textiles S.A, podemos notar que el incremento de los clientes genera un aumento significativo en las ventas durante el año 2015, esto se debe en gran parte a la estratégica ubicación geográfica y expansión de sus almacenes. Sin dejar a un lado que la compañía cuentan con una gran variedad de productos de moda y tecnología, satisfaciendo las necesidades de los clientes.
4. El riguroso proceso de selección de clientes, la verificación de sus ingresos y el análisis de capacidad de pago son primordiales para acceder al crédito directo. Esto genera que la entidad tenga una mayor seguridad de que las cuentas incobrables no aumenten, con la ayuda de

su departamento de cobranzas que realiza una gestión eficiente. Los controles establecidos en el ciclo de cuentas por cobrar han sido diseñados e implementados de una forma eficaz y si existe la debida segregación de funciones acorde al tamaño de la compañía, por lo que podemos decir que son confiables.

5. La principal observación que se obtuvo como auditores es que la compañía establece su provisión de cuentas incobrables solo mediante el método de evaluación de la antigüedad de cartera, omitiendo algunos otros requerimientos de la normativa, que en el futuro se tendría que implementar de manera obligatoria por la utilización de las NIIF en el país. Sin embargo los saldos de los rubros auditados, presentan información que es considerada contablemente razonable.

4.2 Recomendaciones

Al ejecutar el actual trabajo de investigación se obtuvieron las siguientes recomendaciones:

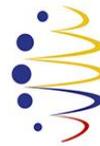
1. Se recomienda a la compañía fortificar y realizar un seguimiento del control interno aplicado a la empresa de forma general, a fin de evitar cualquier tipo de debilidad como medida de prevención de riesgos.
2. La empresa Textiles S.A. deberá dar seguimiento a las políticas y procedimientos de control que se están llevando a cabo en el rubro de ventas – cuentas por cobrar.
3. La administración deberá actualizar los procedimientos y las funciones del personal del departamento de ventas -cuentas por cobrar de forma documentada por escrito y en la página web para conocimiento general de los empleados.
4. El departamento de análisis de crédito deberá seguir cumpliendo las funciones que desempeña con eficacia y por la gran importancia del trabajo que realiza se recomienda hacer evaluaciones periódicas de desempeño y de los procesos.
5. Se recomienda aplicar una matriz de provisiones de cuentas incobrables, en función de la diversidad de su base de clientes, la compañía podría utilizar las agrupaciones apropiadas para distintos segmentos de clientes. Como por ejemplo región geográfica, tipo de producto, calificación del cliente, garantía colateral o seguro de crédito comercial, estas distribuciones cumplen con los requerimientos de la norma.

Referencias:

- ARENS, A. A., Elder, R., & Beasley, M. (2011). Auditoria, un Enfoque Integral. 11va. Edición. México.
- ARENS, Alvin A. BEASLEY, et al. *Auditoría: un enfoque integral*. Pearson Educación,, 2007.
- Benau, M. A. G., & Grima, A. Z. (2002). El camino hacia el valor razonable. *Revista de Contabilidad*, 5(9), 57-88.
- Caballero Valderrama, S. G., Infantes, G., & Josselyne, T. (2016). Aplicación del informe coso iii en el área de ventas y su influencia en la situación Económica-Financiera de La Empresa Autonort Trujillo SA-Año 2015.
- Estupiñán Gaitán, R., Gaitan, R. E., Holmes, A. W. A. W., Milessi, J. J., Milessi, C. E. J., Moreno, C. E., ... & Bailey, L. P. H. (2006). *Control interno y fraudes con base en los ciclos transaccionales. Analisis de informe COSO I y II* (No. 658.012. 7 658.4013). e-libro, Corp..
- Franklin, E. B. (2007). *Auditoría administrativa: gestión estratégica del cambio*. Pearson Educación.
- Guajardo Cantú, G. (2002). Contabilidad financiera. México: Editorial McGraw-Hill.
- <http://www.ifrs.org/>
- <http://www.nunezdubonyasociados.com/sitio/index.php/noticias/350-control-interno-basado-en-sistema-coso>
- <http://www.supercias.gob.ec/portal/>
- International Auditing and Assurance Standards Board, 2011
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., López, A. E., & Pérez, R. C. (1999). *Contabilidad intermedia* (No. 657/K47iE). Limusa Wiley.
- Salas, J. (2007). Reseña de " Auditoría Integral" de Alvin A. Arens, Randal J. Elder & Mark S. Beasley. *Panorama Socioeconómico*, 25(35), 178-179.
- The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), February 10, 2014 COSO Releases New Thought

Leader Paper Demonstrating How Frameworks Improve Organizational Performance and Governance. Recuperado de: www.coso.org/

- Vilorio, N. (2005). Factores que inciden en el sistema de control interno de una organización. *Actualidad Contable Faces*, 8(11), 87-92.



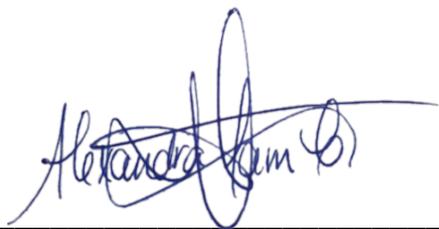
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Lam Cabrera Alexandra Horlanda**, con C.C: # **0919533224** autora del trabajo de titulación: **“Diseño y ejecución de un plan de auditoría al rubro de ventas – cuentas por cobrar en una compañía de comercio minorista”** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, septiembre del 2016

f. 

Nombre: **Lam Cabrera, Alexandra Horlanda**

C.C: **0919533224**



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Quimís Fienco María Mercedes**, con C.C: # **1314443993** autora del trabajo de titulación: **“Diseño y ejecución de un plan de auditoría al rubro de ventas – cuentas por cobrar en una compañía de comercio minorista”** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, septiembre del 2016

f. _____

Nombre: **Quimís Fienco, María Mercedes**

C.C: **1314443993**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	"Diseño y ejecución de un plan de auditoría al rubro de ventas – cuentas por cobrar en una compañía de comercio minorista"		
AUTOR(ES)	Alexandra Horlanda, Lam Cabrera María Mercedes, Quimís Fienco		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	José Antonio, Rodríguez Samaniego		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Septiembre del 2016	No. DE PÁGINAS:	149
ÁREAS TEMÁTICAS:	Control interno, COSO, Ventas- Cuentas por cobrar		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Control interno, comercio minorista (retail), cuentas por cobrar, crédito, cuentas incobrables, deterioro de cartera.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>Este trabajo de titulación tiene como objetivo efectuar procedimientos de auditoría financiera al proceso de ventas – cuentas por cobrar de una empresa comercial minorista (retail) de manera tal que a través de recomendaciones se refuerce el control interno de la compañía y colaborar con la reducción del quebranto de las cuentas por cobrar.</p> <p>En el primer capítulo se desarrollan las bases teóricas, normativas y reglamentarias que aplica este plan de investigación. En este constan conceptos, definiciones, el informe COSO, así como también la definición y el tratamiento contable según NIC 18 y NIIF 9.</p> <p>En el segundo capítulo es en base a la compañía donde se conocerá el conocimiento, funcionamiento del negocio, también todo el proceso de ventas- cuentas por cobrar desde la captación de clientes, análisis de crédito, cobranza, estimación de cuentas incobrables donde se basa este trabajo de titulación.</p> <p>En el tercer capítulo se explica el diseño de los procesos donde se analizara el relevamiento de la información y se podrá identificar los problemas para así generar una solución que ayude a la compañía tener una disminución en el riesgo el proceso de cuentas por cobrar. En el cuarto capítulo se ejecutará las posibles soluciones, así como las conclusiones generales del presente trabajo de titulación y la bibliografía utilizada.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTORAS:	Teléfono: 0989849804 / 0982776487	E-mail: alexandralamc@gmail.com ; mercedesquimisf@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Guzmán Segovia, Guillermo Xavier		
	Teléfono: 0986966808		
	E-mail: guzmansegoviagx@gmail.com		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			