

UNIVERSIDAD
ICESI

**CARTILLA PRÁCTICA
CONTROL INTERNO Y GESTIÓN DE RIESGO**

EVELYN TATIANA ORTEGON LARRAHONDO

PROYECTO DE GRADO II

**PROFESOR:
ISABEL CRISTINA BERMÚDEZ PEREA**

**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA Y FINANZAS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
2 DE DICIEMBRE DE 2016**

TABLA DE CONTENIDO

Capítulo I

Entendimiento del Negocio

Conocer aquellos aspectos que pueden afectar un negocio, tanto externas como internas.

Capítulo II

Análisis de riesgos de los negocios

La importancia de identificar y evaluar los riesgos que pueden afectar el desarrollo de un negocio.

Entender la importancia en la identificación de los riesgos y la relación de los mismos con los estados financieros.

Capítulo III

El sistema de control interno, Definición, objetivos, Modelos

COSO I, II, III: Cocio, Mecio; Circular 14 de 2009 Superbancaria, Ley Sarbanes Oxley. Componentes del Control Interno.

1. La importancia de identificar los controles establecidos por la administración para minimizar los riesgos antes identificados y que pueden afectar el desarrollo de un negocio.
2. Relación de los controles con los estados financieros

Capítulo IV

Definición de Auditoría, Reseña Histórica, Objetivos de la Auditoría, Principios de Auditoría, Fundamentos de la función de auditoría, Etapas del proceso de auditoría

1. Un proceso de auditoría permite verificar que los controles establecidos por la administración están mitigando de manera adecuada los riesgos que pueden afectar el cumplimiento de los objetivos de negocio.
1. La importancia de cada una de las etapas de la auditoría.

Capítulo V

Normas de Auditoría: personales, relativas al trabajo y al informe; técnicas y procedimientos de auditoría, Tipos de auditoría y el objetivo de cada una de ellas.

1. Identificar los diferentes tipos de auditoría y el beneficio que genera la existencia o realización de cada una de ellas en la Compañía.

Capítulo VI

El Auditor, Responsabilidades

2. Identificar las características, requerimientos y cualidades del profesional que se desempeña como auditor.

Capítulo VII

Papeles de Trabajo

3. Entender y preparar los papeles de trabajo inherentes a un trabajo de auditoría.

Capítulo VIII

El informe de Auditoria, el riesgo de auditoria.

4. Identificar las características, cualidades y diferencias de los diferentes reportes de auditoría.

RESÚMEN

Éste trabajo tiene como objetivo principal mostrar beneficios del control interno y la prevención de riesgos. Es importante aclarar que va dirigido tanto a las grandes como pequeñas empresas. Es necesario establecer controles para la optimización de las actividades y la eficiencia de las mismas.

La auditoría se encargará de salvaguardar activos, de supervisar, planificar y verificar que las actividades y administración de la empresa se estén cumpliendo correctamente, disminuyendo riesgos en la empresa y fraudes. También, se verificará que la información financiera sea fiable y esté libre de errores u omisiones.

Los procedimientos de auditoria varían de una empresa a otra. Se aplicarán los que sean más convenientes para cada clase de compañía. El auditor debe tener habilidad y juicio profesional para decidir qué procedimientos ejercer para una auditoria.

Las Normas Internacionales de Auditoria (NIA) serán una guía para los auditores y verificarán que la empresa esté cumpliendo los principios de contabilidad generalmente aceptados, logrando comprobar que la empresa está representando fielmente su situación financiera

RESUME

This book has as main objective to show benefits of the internal control and the prevention of risks. It is important to clarify that it is aimed at both large and small companies. It's necessary to establish controls for the optimization of activities and their efficiency.

The audit will be responsible for safeguarding assets, for supervising, planning and verifying that the activities and administration of the company are being carried out correctly, reducing risks in the company and fraud. Also, it will be verified that the financial information is reliable and free of errors or omissions.

Audit procedures vary from company to company. The most suitable for each type of company will be applied. The auditor should have the ability and professional judgment to decide what procedures to perform for an audit.

The International Standards on Auditing (ISA) will be a guide for auditors and will verify that the company is complying with the generally accepted accounting principles, verifying that the company is faithfully representing its financial situation.

PALABRAS CLAVES

Negocio: es una operación que tiene como fin lucrarse.

Riesgo: acción o situación que puede afectar económicamente a la organización.

Auditoria: verifica que la información financiera represente fielmente la situación económica de la empresa.

KEYWORDS

Company: it is an operation whose purpose is to profit.

Risk: action or situation that can affect the organization financially.

Audit: verifies that financial information accurately represents the economic situation of the company

Capítulo I

Entendimiento del Negocio

En países donde los recursos económicos son insuficientes y se trabajan muchas horas diarias que no son compensadas con el salario, las personas tienden a ser más emprendedoras, intentan conseguir recursos económicos que satisfagan sus necesidades alimentarias, prendas de vestir, vivienda, estudio, salud, ocio, vacaciones, etc.

Colombia es un país que reúne estas características, aunque su economía es una de las más estables de Latinoamérica, allí se encuentran diferencias tanto sociales y políticas como económicas, el salario mínimo es insuficiente para suplir necesidades de personas que su única fuente de ingreso es ésta mensualidad.

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) para el año 2015 las encuestas determinan que el nivel de incidencia de pobreza en Colombia, del total la población fue 27,8% y la pobreza extrema cerró al 7,9%. Datos obtenidos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares, el valor para línea de pobreza es \$894.522 pesos colombianos mensuales, el

promedio del dólar para este año fue de \$2.743,39 pesos colombianos por cada dólar equivalentes a USD\$326,06 dólares de ingresos por mes y para pobreza extrema el valor de la línea es \$408.436 equivalentes a USD\$148,88 dólares mensuales.

La inflación, es el aumento generalizado de los precios que disminuye el poder adquisitivo de los consumidores de una economía, en Colombia para el año 2016 se han superado las expectativas de crecimiento. En el país actualmente el incremento generalizado de los precios es provocado por un fenómeno anormal de la economía, la caída del precio internacional del petróleo y el incremento del dólar, ha generado que los precios de la canasta familiar, de los bienes y servicios se amplíen. El mercado ha sido afectado por factores externos que hacen daño a la economía colombiana no precisamente por la oferta y la demanda que serían los factores normales que causan la fluctuación de los precios.

No son ajenos estos fenómenos al decrecimiento de la economía porque influyen directamente en la producción nacional. El petróleo era uno de los mayores generadores de ingresos por ventas, utilidades, impuestos y dividendos para el Estado, siendo éste mayor accionista de empresas petroleras y gran aportador al Producto Interno Bruto. Por historia y tradición, la industria petrolera era uno de los principales motores de esta economía.

Las ganancias por la producción de petróleo tenían gran participación en el crecimiento del Producto Interno Bruto que es la suma del valor de los bienes y servicios finales de una economía. Durante los años 2011 y 2014 cerca del 53% de las exportaciones del país correspondieron al petróleo. A finales de junio del 2014 y principio de enero de 2015 el precio internacional del petróleo descendió al 60%, pasando de estar a USD 110 por barril (bl) a USD 45,8 bl al caer su precio a niveles tan bajos no se generan ganancias, su precio de venta es menor al costo de extraer y comercializar el producto.

Colombia tiene alta dependencia de los precios de los productos básicos, estos pueden ser productos del sector agrícola como el algodón, arroz, café, maíz y cacao, productos del sector manufacturero como bebidas, textiles y productos químicos y el sector del comercio en donde están los restaurantes y los hoteles. Cualquier variación en los precios de dichos bienes y servicios tiene un gran efecto en el poder adquisitivo, en la satisfacción y el bienestar de los consumidores.

El déficit comercial en Colombia fue en promedio para el año 2014 de USD\$1.325,6 millones de dólares. Esto se da porque las exportaciones son menores a sus importaciones, entonces, no se encuentra en equilibrio la balanza comercial que se da cuando las exportaciones son iguales a las importaciones. Cuando hay déficit comercial el país se vuelve menos

competitivo, produce menos. Por lo tanto, el PIB (Producto Interno Bruto) decrece.

Todos estos son riesgos que deben afrontar las empresas, los cuales debe prever el control interno y deberá saberse cómo actuar en caso que alguno de estos suceda. Por esto, es importante tener auditores internos en las compañías para minimizar su impacto, reconocer el riesgo y saber los procedimientos a seguir para que la compañía no se vea afectada negativamente.

También, la inflación causa una disminución en la capacidad adquisitiva de los consumidores. Estas son algunas de las razones por las cuales las personas buscan obtener recursos emprendiendo negocios como vender productos de vestido, alimenticios, aseo y demás para mejorar su calidad de vida diaria. Sin embargo, el emprendimiento también se da por vocación, personas que sienten que su estilo de vida debe ser el de crear empresas queriendo ser su propio jefe, no recibiendo órdenes, decidiendo sus horarios y obteniendo más ganancias que en el sector laboral.

Negocio

La etimología de negocio proviene del latín donde *nec* y *otium* significa sin ocio. Un negocio es una operación que tiene como único fin lucrarse. Ésta operación consiste en que el productor supla las necesidades de sus consumidores como también la suya de generar riqueza.

Para crear un negocio

Es importante conocerse a sí mismo, las posibilidades de fracasar en el intento de crear un negocio son muchas. Por esto, el optimismo influye en cuánto usted puede generar un emprendimiento exitoso. Importante es saber que las ganancias posiblemente no se verán durante el primer año de haber creado la empresa y para que se recupere la inversión podrán pasar más de 5 años, para este tiempo habrá muchas personas que han desistido al intento de crear una empresa. Por lo tanto, el emprendedor debe estar en capacidad de soportar, ser paciente y optimista ante cualquier situación.

La persona debe tener claro que existen diferentes tipos de riesgos que afectan los negocios, también debe conocer los factores externos e internos que influyen en el mercado y en la empresa, que pueden generar dificultades en la producción, pérdidas monetarias o disolución de la compañía.

Por consiguiente, se tienen que construir estrategias que son toda la planeación e implementación de objetivos y metas que se deberán establecer al crear su empresa para llegar a sus proyecciones deseadas.

Como ejemplo una estrategia esencial que se debe realizar para conocer el entorno son estudios de mercado. Los entornos son todos los posibles competidores, clientes, espacio, leyes y políticas que rodean a la empresa. Para saber si su producto será aceptado, una buena manera de conocerlo es realizando encuestas en el lugar donde se piensa establecer el negocio, de esta forma conoce su entorno, sus posibles clientes, el grado de aceptación de sus bienes o servicios ofrecidos, etc.

Si no se cuenta con esos recursos hay más alternativas para crear un negocio. Un negocio puede financiarse con préstamo por parte de terceros, estos pueden ser bancos, inversionistas y acreedores. Es aconsejable para las personas que deseen financiar sus negocios lo hagan a largo plazo porque al no tener que pagar montos altos de efectivo a corto plazo permitirá a la empresa crecer y utilizar los recursos de las actividades de operación para volverlos a invertir en el funcionamiento del curso normal del negocio.

Existen personas que desean ser independientes, no recibir órdenes y generar su propio capital. Para crear un negocio lo primero que se debe preguntar es: ¿Cuál es la necesidad que hay en su entorno?, luego a ¿qué mercado objetivo

quiere llegar? Y por último ¿Cómo lo va a desarrollar? Por supuesto, estas no son preguntas fáciles de responder. Cuando se quiere emprender un negocio debe haber una investigación del mercado y conocimiento del entorno para lograr encontrar la respuesta de las preguntas y escoger con probabilidades de éxito cuál va a ser su negocio y qué va a ofrecer.

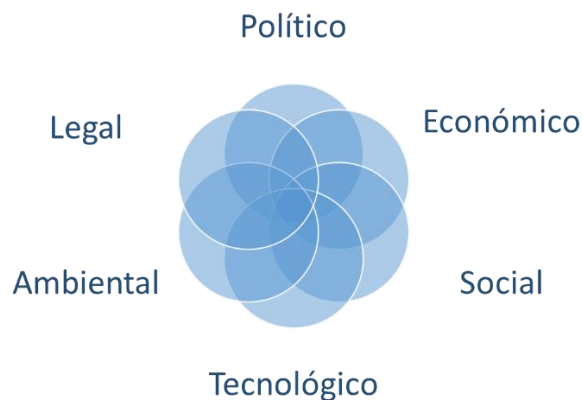
ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

En este capítulo se identificarán fuerzas del macroentorno que afectan a la empresa. El macroentorno son todas las variables externas que influyen en la organización y que pueden generar consecuencias traumáticas para la misma como decisiones políticas, cambios económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales, estas fuerzas que son inevitables y repercuten en la compañía. Es importante mencionar que el microentorno también influye en la empresa, pero son más controlables como los proveedores con quien se decide contratar, los intermediarios para la realización de actividades

operacionales, la relación con accionistas, inversionistas, medios de comunicación y demás.

1. ANÁLISIS PESTAL

Es una herramienta de estudio del entorno que analiza las variables del macroentorno para determinar la viabilidad de iniciar proyectos de inversión en una economía como la creación de negocio. En este análisis se evalúa la importancia de cada variable, concluyendo qué tan atractivo es el entorno para entrar a competir en algún nicho económico.



1. POLÍTICO

Se debe evaluar la relevancia de las regulaciones por parte del Estado, si estas son tan fuertes que no permita a las pequeñas empresas incursionar en el mercado, convertirse estas en no ser rentables. Por ejemplo, leyes de protección al medio ambiente, control de precios en los medicamentos, regulaciones sobre empleo o leyes antimonopólicas, este último se refiere a un control del gobierno que impide a que una empresa tenga unos precios altos para obtener mayores ganancias ni que los manipule a su beneficio. Estas situaciones influyen de tal forma que una empresa que no tenga suficiente capital monetario, pueda soportar a largo plazo esta situación sin tener suficientes ingresos de sus operaciones.

2. ECONÓMICO

Las políticas macroeconómicas monetarias, fiscales, crediticias y el tipo de cambio que puede ser flexible o fijo respecto de una moneda extranjera, influyen en el comportamiento económico de la empresa, así que se debe tener en cuenta y evaluar para saber qué tan rentable puede ser un negocio bajo estas condiciones. Asimismo, se debe analizar cómo es el Producto Interno Bruto (PIB) histórico de esta economía y hacia dónde va, el cambio

generalizado de los precios en el tiempo y la renta, la oferta monetaria, la tasa de desempleo y el nivel de desarrollo de la economía.

3. SOCIAL

Para crear un negocio se debe evaluar todos los intereses del mercado y cómo pueden influir en el entorno. Por lo tanto, las variables importantes de esta fuerza son: los niveles de estudio, el estilo de vida y los ingresos de los consumidores. No se puede ofrecer productos a un mercado que no los va a consumir, generaría pérdidas financieras irre recuperables. Se debe hacer estudios de mercado para conocer a los consumidores y entender cuáles son sus necesidades para que un negocio sea exitoso.

4. TECNOLÓGICO

Se encarga de ver cuán desarrollado está la economía en términos tecnológicos y cómo estos ayudan a la productividad de las empresas. Aquí tiene mucha relevancia las políticas fiscales expansivas del Estado principalmente. Por ejemplo, un aumento del gasto público, para incentivar el desarrollo, innovación y la investigación de nuevos bienes y servicios. De esta forma, el mercado se vuelve más competitivo, eficiente respecto a los demás,

aumentando la producción y la oferta de bienes y servicios. De igual manera, el capital influye en la capacidad que se tiene para obtener tecnologías más eficientes que mejoren procesos y cree más prosperidad en el negocio.

5. AMBIENTAL

Hoy día, ha cambiado la preocupación por el medio ambiente y es esencial este factor del macroentorno porque se tendrá que conocer las incidencias de la empresa en el ambiente, los perjuicios que pueda provocar o si por lo contrario generará beneficios al entorno. Asimismo, los consumidores están demandando productos que sean amigables con el medio ambiente, el estilo de vida ha pasado a ser más saludable, las personas cuidan su salud y su imagen con productos naturales y este cambio en el comportamiento lleva a que las empresas ofrezcan nuevos productos y satisfagan las necesidades de sus clientes. Todas las empresas deben seguir las normas para mitigar el daño al medio ambiente, de incumplirlo estarán obligadas a pagar sanciones.

6. LEGAL

Este factor es muy parecido al político, aquí se analizan todas las leyes que tengan que ver con la industria y la empresa que se desee incursionar. Estas leyes pueden ser: licencias, sectores protegidos o regulados por el gobierno y derechos de propiedad intelectual que influyen en una compañía y su desarrollo en el mercado.

Un ejemplo puede ser: la compra de licencia para pescar en algún sector, aunque sea costoso si la empresa desea incursionar en esta actividad debe considerar que es obligatoria la compra de licencia para poder producir, de lo contrario podría ser sancionado y perder cualquier oportunidad de negocio en este sector.

CONCLUSIÓN

Estos factores del macroentorno y microentorno deben tenerse en cuenta cuando se quiere incursionar en un mercado. Existen barreras de entrada que pueden hacer un negocio poco atractivo y menos rentable, por esto, los emprendedores deben hacer un análisis de su entorno, conocerlo y saber qué beneficios pueden aprovechar de él.

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA



FUERZAS DE PORTER

- Potenciales consumidores
- Sustitutos
- Clientes
- Proveedores
- Rivalidad
- Complementarios

En esta sesión se identificarán las fuerzas externas que influyen en un negocio y cómo afectan a los precios y costos. También se evaluará la importancia de cada una de ellas para entender si son una amenaza o una oportunidad para entrar. Al final, se determinará si se debe entrar en la industria o no.

Una industria es un conjunto de empresas que transforma materias primas en bienes o servicios para lograr este objetivo es necesario mano de obra y maquinarias. Pertenece al sector secundario de la economía ya que el sector primario se encarga de extraer las materias primas de la naturaleza y en el secundario logran transformarlas. Las industrias se caracterizan por su gran

consumo de capital y de energía debido al uso de maquinaria donde se utilizan grandes cantidades de materias primas para producir y, por lo tanto, se necesita un mercado de igual características que lo consuma. Los bienes producidos pueden ser sustitutos o complementarios.

Un bien **sustituto** es aquel que puede ser cambiado fácilmente por otro bien que es similar a este que satisfará las necesidades, por ejemplo, el proveedor de baterías para celulares para la empresa *Etol* puede ser cambiado fácilmente por otro proveedor que venda el mismo bien con las mismas características ya sea por precio o por alianzas estratégicas. Y un bien **complementario** es el que como lo dice su nombre complementa a otro bien, un ejemplo es que la misma empresa que fabrica baterías para teléfonos móviles convierte este bien en complementario porque es necesario para los teléfonos móviles como bien final de *Etol*.

Por consiguiente, se evaluará el modelo de las *Fuerzas de Porter* porque el prevé un éxito en las decisiones tomadas para crear un negocio si se toman en cuenta cada una de éstas fuerzas. Es fundamental la misión, visión y valores de las organizaciones en éste modelo para la consecución de las metas.

MODELO DE LAS 6 FUERZAS PORTER

Cada industria tiene características que determinan la intensidad de la competencia y rentabilidad de la empresa. El modelo es creado por Michael Porter en el año 1979 un economista quien ha desarrollado la lógica de la competitividad global.

Para Porter, se debe contar con un plan perfectamente estudiado y elaborado para conseguir sobrevivir en los negocios. Desarrollar una estrategia competente contribuye a la continuidad de la organización, a ganar respeto, credibilidad y conlleva a conseguir los objetivos propuestos.

Las fuerzas de Porter son: los potenciales competidores, sustitutos, clientes, proveedores, rivalidad y complementarios, que serán analizadas a continuación.

Porter garantiza el éxito si:

- ⇒ Actúas con total apego a la estrategia que has fijado desde el principio.
- ⇒ Asignas a cada área los recursos adecuados que se necesitan para cada cosa.
- ⇒ Hablas sobre los valores de la empresa siempre que puedas y los impulsas para poder seguir adelante con ello.

- ⇒ Eres capaz de identificar los riesgos que pueden surgir y además eres capaz de resolverlos con la administración adecuada.
- ⇒ Eres capaz de evaluar todos los cambios que se van presentando y además eres capaz de generar un entorno de negocio completo, además de poder hacer los ajustes necesarios.

En cada una de estas acciones se ve reflejado el liderazgo que usted como emprendedor debe tener para lograr un negocio exitoso. Debe ser un guía para sus colaboradores recordándoles siempre los valores, ética empresarial, misión y visión de la empresa para conseguir en el plazo deseado el cumplimiento de los objetivos.

- **POTENCIALES COMPETIDORES**

En esta fuerza se encuentran las barreras de entrada, se evalúa que tan grande es la amenaza de potenciales competidores en el corto, medio y largo plazo. Cuando es fácil entrar a un mercado este se vuelve menos atractivo porque se aumentará la competencia, lo que ocasionará reducción de precios, variaciones en los costos y la rentabilidad.

Las barreras de entrada pueden ser economías de escala, es cuando la empresa tiene ventajas al expandirse, puede reducir sus costos o negociar

precios con los proveedores. Son importantes los requerimientos de capital, si los inversionistas cuentan con los activos, experiencia y capital para seguir invirtiendo.

Existen diferentes costos que cambian para un cliente cuando sus proveedores son diversos, los costos para el cliente al ser una empresa nueva competirán con otras que son más grandes y tienen experiencia en el mercado, en ocasiones cambiar de proveedor es muy costoso para el cliente.

Los accesos a los canales de distribución pueden beneficiar como perjudicar a la empresa, la ubicación puede abaratar costos si es estratégica tiene cerca a los proveedores, distribuidores y consumidores. La probabilidad de retaliación de las empresas que allí compiten, estas pueden ponerse de acuerdo por ejemplo para bajar sus precios a nivel que sea imposible producir para el nuevo empresario. Y, por último, la protección de la tecnología porque los avances tecnológicos no se hacen esperar y se puede entrar con desventaja en esta industria ya que los costos de producir pueden resultar más altos al no tener éste desarrollo tecnológico.

- **SUSTITUTOS**

En esta fuerza se evalúa la habilidad de los clientes para satisfacer sus necesidades con productos y servicios y qué tan fácil puede ser lograda esta satisfacción con otros productos o servicios similares. Si esta habilidad es alta, aumenta el poder de los sustitutos y se crea una amenaza para la industria porque cuando hay sustitutos, se disminuye el control de los precios, que hará decrecer la rentabilidad y hará menos atractiva a la industria.

Los productos sustitutos suelen ingresar fácilmente a una industria cuando:

- Los precios de los productos sustitutos son bajos o menores que los de los productos existentes.
- Existe poca publicidad de productos existentes.
- Hay poca lealtad en los consumidores.
- El costo de cambiar de un producto a otro sustituto es bajo para los consumidores.

El análisis de la amenaza de ingreso de productos sustitutos nos permite formular estrategias destinadas a impedir el ingreso de empresas que

produzcan o vendan estos productos o, en todo caso, estrategias que permitan competir con ellas.

Algunos ejemplos de estas estrategias son: Reducir los precios, aumentar la calidad de los productos, aumentar los canales de venta y publicidad, crear promociones, descuentos que logren atraer al público y la posesión del mercado.

- **CLIENTES**

Aquí se evalúa la capacidad que tienen los clientes de influir en los precios y costos, es decir, que suban o bajen debido a su poder de cambiar los precios de producir o vender. Esta capacidad se mide cuando hay pocos clientes en la industria, ellos tienen más control sobre lo que desean demandar. Cuando lo que ofrece la industria está estandarizado, varios ofrecen lo mismo y la competencia al tener más experiencia en el mercado puede bajar los precios. Los clientes pueden integrar verticalmente hacia atrás, es decir, agruparse y generar una empresa que le produzca los bienes que necesitan. Los proveedores pueden integrar verticalmente hacia adelante para sacar al negocio del mercado, esto se da cuando los proveedores crean una empresa distribuidora o venden los bienes que necesitan los clientes. Otra variable que

influye es cuando la industria no es proveedor clave de los clientes y pueden conseguir sus insumos fácilmente.

- **PROVEEDORES**

Se evalúa que tan fácil es aumentar los precios por parte de los proveedores y, por lo tanto, los costos de la industria. Los costos en los que se incurre para realizar las operaciones de la empresa, pueden afectar la rentabilidad y, por consiguiente, disminuye el atractivo del mercado.

El poder de los proveedores se da cuando hay muchos proveedores y pocos compradores o lo que ofrecen los proveedores es exclusivo, hay alta diferenciación de los productos porque son únicos, con dificultad se consiguen en otra industria, cuando los proveedores amenazan con integrar verticalmente hacia adelante pueden sacar del mercado a la empresa, y cuando la industria no es cliente clave para los proveedores genera dificultades para mantener un negocio porque ellos pueden decidir no vender sus productos.

Influye en esta fuerza si el producto es estrella, estándar, patente o tiene únicos productores, los precios variarán de acuerdo con su necesidad y su

exclusividad, los proveedores tienen poder para manipular los precios, querer vender o no a sus clientes y así mismo, producir ellos mismos el bien.

- **RIVALIDAD**

Se evalúa la cantidad de competidores, su capacidad de responder y reaccionar ante cualquier situación competitiva. Dependiendo que tan alta sea la rivalidad así será atractiva la industria y generará utilidades, entre más competidores haya en la industria menos será el poder de cada jugador que participa.

La capacidad de la competencia se determina cuando en la industria existe solo un líder en el mercado. La rivalidad es fuerte cuando hay muchos competidores del mismo tamaño y si la estructura de costos de la industria es fijo o variable, es decir, los incentivos que hay para que los competidores bajen los precios.

La diferenciación de los productos también afecta la rivalidad, a mayor rivalidad menor diferenciación del producto. Se reduce la rivalidad cuando los costos son altos porque no hay otra manera de bajar los precios. También cuando las estrategias de crecimiento de la competencia son agresivas la rivalidad es más intensa.

No es lo mismo entrar a un mercado donde hay 2 competidores que entrar a uno donde hay más de 500 empresas que producen lo mismo, en un sector donde solo haya 2 empresas de zapatillas, entre una tercera con la misma calidad y el mismo atractivo para los clientes e imponga un precio inferior al de las dos empresas, el impacto sería grande, las ventas caerían para las demás empresas, tendrían que bajar sus precios de igual forma y perder rentabilidad con tal de no perder su mercado. Mientras que en un mercado de muchas empresas allí todas estarían compitiendo a un precio mínimo donde es el límite para tener utilidades y seguir produciendo, la empresa que desea entrar a este mercado debe adaptarse, acogiéndose a las reglas que allí existen.

- **COMPLEMENTARIOS**

El modelo de las 5 fuerzas de Michael Porter ha sido reinterpretado, es adicionada una fuerza que son los **complementarios**. Aquí se buscarán empresas que puedan aportar productos al negocio, lograr insumos menos costosos para obtener más rentabilidad. Como se explica al inicio de la sesión, un bien complementario es el que como lo dice su nombre complementa al otro, es un producto necesario para crear otro. Y la forma en que estos puedan afectar la organización, es cuando el proveedor de estos productos decide no vender más a la empresa, se alíe con la competencia, decida producir lo

mismo, aumente los precios de venta o disminución de calidad de los productos ofrecidos. Todas estas acciones afectan a una empresa, la hacen menos competitiva y deja de crear ganancias económicas.

Capítulo II

En el capítulo anterior se mencionó que existen una serie de riesgos que pueden afectar un negocio, bien sea por factores externos o internos que influyen en la compañía. Por esta razón, es importante prever qué impacto tendrían cualitativa y cuantitativamente, evaluar si los procesos y mecanismos para hacer sus actividades son eficaces y eficientes, y la importancia al identificar los riesgos para lograr mitigarlos en buena medida.

RIESGO

El riesgo significa variabilidad del resultado. Sin embargo, otra forma de definir el riesgo es cualquier acción que pueda afectar de forma negativa los rendimientos de la empresa. Cuando se quiere iniciar un negocio hay incertidumbre sobre cuanta aceptación por parte de los consumidores tenga la empresa, por sus marcas o de los productos, si generará ingresos la empresa, si cumple con los estándares de calidad y la satisfacción de sus clientes.

El comportamiento hacia al riesgo es diferente para cada persona, por este motivo, hay personas amantes aversión al riesgo, neutro y amantes al riesgo.

Se piensa que un joven tiene mucho tiempo y capacidad para volverse a recuperar en caso de que su inversión sea fallida y, por consiguiente, son más amantes al riesgo que una persona mayor que desee invertir los recursos que generó en toda su vida para la creación de un negocio. Sin embargo, esta creencia no es cierta porque todo depende del perfil de cada persona.

1. AVERSIÓN AL RIESGO

La aversión al riesgo tiene que ver con el comportamiento de los inversionistas y de los consumidores, esto se da cuando prefieren una inversión que no sea tan riesgosa que generalmente da menor rentabilidad, mientras más riesgo más rentabilidad y viceversa.

Un Ejemplo de aversión al riesgo es cuando se prefiere invertir en Certificado de Depósito a Término Fijo (CDT) o cualquier título valor de renta fija donde es seguro que los recursos invertidos retornarán con algún porcentaje mínimo de rentabilidad.

Cuando hay más riesgo se sabe que se obtendrán más beneficios, pero también en esa proporción estará lo que pueden ser pérdidas irre recuperables de capital invertido, por eso existen personas que su aversión al riesgo es muy alta y prefieren invertir su dinero donde el riesgo es mínimo, bien sea en el

banco o simplemente lo guardan y dejan que este capital no genere alguna utilidad.

2. NEUTRO AL RIESGO

Este comportamiento se da cuando es indiferente a una utilidad segura o incierta, es decir, la satisfacción que se tiene al tomar una decisión siendo consciente que puede ganar o perder. Por ejemplo, una persona que recibe un salario básico y tiene la posibilidad de trabajar horas extras el fin de semana recibirá un incentivo, esta persona ya tiene seguro un salario y el adicional no es su preocupación, sin embargo, si lo requiere sabe que puede llegar a usarlo. Cuando se es indiferente al riesgo la satisfacción se mantiene y no hay un desaliento cuando se pierde o euforia cuando se gana. En estos casos puede ocurrir que las personas tomen riesgos inclusive cuando menos se espera, simplemente apuestan por considerarlo atractivo, pero sino resulta no es traumático.

3. AMANTE AL RIESGO

Se da cuando una persona prefiere una renta variable en una inversión, tener una renta fija no le genera la misma satisfacción puesto que el pago es

constante y supone que si arriesga algo de lo que tiene fijo puede obtener mayor ganancia. Por ejemplo, este individuo no querrá comprar Certificado de Depósito a Término Fijo, decidirá apostar su dinero en la compra de divisas o títulos valores que son más riesgosos porque no se sabe con seguridad si le generarán más riqueza, pero existe una posibilidad que estos den mayores ganancias que un CDT.

RIESGOS DE NEGOCIO

Al tener o crear una empresa se enfrenta a distintos tipos de riesgos que puedan influir en el funcionamiento del negocio, la rentabilidad y estabilidad. Por esto, en este capítulo se mencionarán algunos riesgos de negocio como riesgo comercial, por fraude, propios del negocio, accidentes personales, accidentes empresariales y desastres naturales.

1. RIESGO COMERCIAL

Es el riesgo al cual todas las empresas sin excepción se enfrentan, tener ganancias o pérdidas. Para prevenir este riesgo se debe hacer un estudio suficiente de mercado en el que se incursiona, precios competitivos, calidad

en los productos, publicidad a la empresa y los productos, buena distribución y ubicación de los bienes y servicios.

2. FRAUDE EN LOS NEGOCIOS

Las empresas enfrentan distintas situaciones que afectan negativamente. Los fraudes suceden en un negocio pueden ser robos, falsificaciones, estafas y demás. Por este motivo, la empresa debe implantar sistemas de seguridad, alarmas, como también un buen control contable.

3. RIESGO POR ACCIDENTES PERSONALES Y EMPRESARIALES

Los accidentes que ocurren dentro de la empresa a sus empleados son responsabilidad de la misma. Toda empresa debe tener un plan de acción ante cualquier eventualidad, seguros contra accidentes a sus empleados e identificar cada riesgo que se pueda presentar en la empresa para prevenir una tragedia.

4. RIESGO POR DESASTRES NATURALES

Este tipo de riesgo no se puede prever, ni prevenir, menos controlar. Lo que se espera aquí es tener la empresa asegurada ante cualquier desastre natural para la empresa pueda salir bien librada de una situación que puede generar la liquidación de un negocio o pérdida total.

5. RIESGO REPUTACIONAL

Es la incertidumbre que una situación o evento afecten negativamente la opinión pública sobre la empresa. Es muy importante este riesgo al ser crucial la opinión cuando los consumidores deciden comprar el producto de la compañía, se tendrán menores ventas y, por lo tanto, la utilidad caerá.

En las bolsas de valores y en el comercio de divisas, las expectativas y opinión de las personas tiene impacto inmediato, cuando se toma una mala decisión en un Estado el precio de su moneda cae en el momento y si se conoce una información de una empresa que no sea de agrado para las personas que consumen, comercializan y proveen la compañía el precio de sus acciones no tardará en caer, se pueden tener grandes pérdidas económicas a causa de las opiniones del mercado así que es fundamental este riesgo.

Por lo tanto, para lograr confianza en el mercado se necesita que la empresa obre con ética en todas sus operaciones, sea responsable, tenga políticas

sobre el medio ambiente, calidad e higiene de sus productos, buen clima laboral, que éste atento ante las peticiones de sus clientes para mitigar el riesgo reputacional.

6. RIESGO ESTRATÉGICO

Son pérdidas ocasionadas por planes, malas decisiones, programas, errores, estrategias inadecuadas o por la ineficiencia de adaptación a los cambios.

7. RIESGO JURÍDICO

Es estar inmerso ante una situación legal por estar en una situación que lo compromete a responder ante la ley. El castigo puede ser desde pagar una sanción hasta dejar de ejercer actividades en su negocio. La empresa debe protegerse ante estas situaciones, por ejemplo, si la empresa está contaminando el medio ambiente es necesario que tenga sistemas de limpieza de residuos que no afecten a las comunidades aledañas a la compañía para evitar demandas y sanciones que afecten drásticamente la situación financiera de la empresa. No se debe hacer ningún acto ilegal como estafas, fraudes,

carteles o manipulación de información para utilizarlo como beneficio propio creando un enriquecimiento ilegal.

8. RIESGO DE LAVADO DE ACTIVOS

Las organizaciones criminales tienen ganancias por medio de acciones ilegales, por lo cual su dinero no puede ser usado en cantidades ni las autoridades pueden enterarse que ellos poseen estos dineros. Los criminales por medio de las empresas intentan hacer legal su dinero utilizando procedimientos fraudulentos e ilegales para los gobiernos.

FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO

Es apoyar económicamente a grupos terroristas, recolectar fondos de forma ilícita para proveer a grupos que comentan atentado contra el público.

En caso de una empresa ser encontrada culpable por lavar activos o financie el terrorismo pierde su reputación, sanciones por parte del gobierno, pueden ser incluidos en listas internacionales, perder relaciones comerciales, prisión, discontinuidad del negocio, etc.

Se deben hacer controles sobre la identificación de las personas que depositan o invierten dinero, conocerle, investigar procedencia de bienes, documentar todas las transacciones que se realicen, cuando se tienen sospechas sobre la procedencia ilegal de los bienes o efectivo se debe informar a las autoridades.

9. RIESGO FINANCIERO

Como se había definido anteriormente, el riesgo es la probabilidad de que algo pueda ocurrir. Entonces, el riesgo financiero es la probabilidad que alguna acción derive efectos negativos y financieros en el negocio.

TIPOS DE RIESGOS FINANCIEROS

Existen 4 tipos de riesgos financieros riesgo de mercado, riesgo de crédito, riesgo de liquidez y riesgo operacional.

- **RIESGOS DE MERCADO**

Este riesgo hace referencia a la probabilidad de variación de la tasa de cambio y la fluctuación de los precios que puedan afectar a la empresa. Los riesgos en el mercado pueden ser: riesgos de mercancías, riesgo de tipo de interés, riesgos en tipos de cambio y riesgo de mercado.

Riesgo de mercancías: este riesgo está asociado a todas las fluctuaciones que puedan tener los precios de los productos en el mercado que participa la empresa.

Riesgo de tipo de interés: afecta directamente a los títulos valores, al haber cambio en el tipo de interés que pueden aumentar el precio del título de renta fija (bonos, acciones, obligaciones, préstamos, etc.) como también disminuir su precio. Su funcionamiento es el siguiente, cuando la tasa de tipo de interés sube el precio del título valor baja y así viceversa, cuando el tipo de interés baja el precio del título aumenta.

Riesgo de tipos de cambio: también llamado riesgo de divisa. Este tipo de riesgo aplica para los negocios que tengan intercambio entre divisas en sus operaciones. La divisa es la moneda de un país y la tasa de cambio es el precio con el que una divisa pueda ser cambiada o convertida por moneda.

Este riesgo está asociado con las fluctuaciones que pueda tener el tipo de cambio de una moneda respecto a otra. Para minimizar el riesgo de divisa se deben hacer coberturas que son realizadas por empresas financieras donde se pone una cantidad fija por la que el dinero será cambiado sin importar las

fluctuaciones de la moneda, puede ser beneficioso, por ejemplo, una empresa importadora compra sus productos a una empresa que se encuentra en Francia y el precio de la moneda ha subido en comparación a su moneda local y tiene cobertura, no es de importancia porque seguirá comprando los productos al mismo precio pactado.

Riesgo de mercado: hace referencia a que las cosas en el futuro no son igual frente a cambios de condiciones en el mercado que pueden cambiar el precio de los instrumentos financieros como acciones, bonos, etc.

- **RIESGO DE LIQUIDEZ**

Es cuando la empresa tiene la capacidad y la voluntad de realizar las actividades normales de la empresa, cuenta con los activos o recursos suficientes, pero no pueda comprar ni vender los productos para seguir operando, asimismo que la rotación de sus inventarios sea lenta y no genere la liquidez necesaria, es decir, efectivo o convertibles a efectivo fácilmente. Hay dos tipos de liquidez que son liquidez de activos y liquidez de pasivos.

Liquidez de activos: se da cuando los activos no se venden con rapidez, son convertibles difícilmente a efectivo por condiciones del mercado, entonces la empresa se verá enfrentada a la decisión de disminuir el precio de sus activos para tener más liquidez.

Liquidez de financiación: es cuando las obligaciones no pueden ser pagadas en las fechas de vencimiento o se pague un valor inferior acordado.

- **RIESGO DE CRÉDITO**

Se da ante la posibilidad de un impago por parte de los clientes o deudores. Se debe evaluar que tan importante es este crédito para la empresa, cuán probable es, cuanto se puede perder y si la empresa puede quedar en solvencia económica debido a este suceso, es decir, que el negocio es incapaz de cumplir con todas sus obligaciones.

Para mitigar el riesgo crediticio se debe investigar bien al cliente, conocerle, saber su capacidad de pago, si ya se lo otorgó debe hacerle índices de

seguimiento, porcentaje y probabilidades para saber si el cliente pagará su obligación.

Si ha pasado mucho tiempo que el cliente no ha pagado su deuda pues se deben tomar medidas como acudir a las autoridades y se recupere la obligación de forma legal. Otra forma sería vender la cartera, es vender la deuda a otra entidad para que ésta se encargue de cobrarla y recuperar en cierto porcentaje el capital que se pensó perdido.

- **RIESGO OPERACIONAL**

Este tipo de riesgo transcurre en las operaciones del curso normal de la empresa que son las de comprar, producir, distribuir, vender, la atención al cliente y demás. Los eventos de riesgo son fallas en los procesos, actitud de las personas que allí participan, en la tecnología que use la empresa o errores humanos que generen pérdidas económicas a la empresa.

- **RIESGO DE CONTAGIO**

Se da cuando se generan fallas ya sea en el proveedor o en el sistema en general en el que opera la empresa y este repercute causando pérdidas a la compañía y a su entorno. Por ejemplo, en Colombia la caída del precio del petróleo generó pérdidas para el Estado al ser éste el mayor accionista y también que se le apostó todo a las empresas petroleras para el crecimiento colombiano, este hecho trae como consecuencia disminución de rentabilidad, fallos en la economía, grandes pérdidas para los inversores al desvalorizarse la empresa, subida de los costos en la gasolina, etc.

- **RIESGO RESIDUAL**

Es el riesgo que subsiste luego de haberse realizado todos los controles pertinentes para mitigar un riesgo. Ejemplo, a pesar que en una empresa manufacturera se supervise, se tenga control y cuidado con los implementos que usan los empleados, es casi imposible evitar que una persona sufra un accidente, a pesar de existir el control, el riesgo puede continuar.

Capítulo III

CONTROL INTERNO

En la década de 1970 y principios de 1980, el COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) que en español significa Comité de Organizaciones Patrocinadoras del Sector Privado conformado por representantes de empresas privadas más importantes de Estados Unidos como la Asociación Americana de Contabilidad (AAA), El Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados (AICPA), Ejecutivos de Finanzas Internacional (FEI), el Instituto de Auditores Internos (IIA) y La Asociación Nacional de Contadores (ahora el Instituto de Contadores Administrativos [AMI]).

Fue creado debido a la necesidad de integrar conceptos para el control a causa de grandes fraudes financieros ocurridos para este momento. Se ordenó establecer una definición de control interno y un criterio que permitiera a las compañías evaluar su sistema de control y saber manejarlo.

Se crea el informe COSO que es un documento que especifica un modelo común para que las empresas evalúen sus sistemas de control, se integran

todos los conceptos en los niveles de operación y administración para lograr que las empresas sean más competentes, es decir, que sean funcionales, eficaces y eficientes. Los objetivos de crear el informe COSO son elaborar un marco conceptual, la uniformidad de las prácticas de control interno para lograr una mejor comprensión del mercado.

Definen al control interno como: un proceso, realizado por el consejo de la administración, los directivos y el personal, cuyo fin es ofrecer una seguridad razonable de la consecución de objetivos en las categorías de confiabilidad de los informes financieros, eficacia y eficiencia de las operaciones, cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables.

El control interno es un medio para alcanzar un fin, no significa que este meta siempre se alcanzará, pero es más probable llegar a cumplirla si se tiene vigilancia y supervisión de los procesos que la conllevan a lograr los objetivos. Por esto, se deben controlar las actividades y las funciones de cada uno de los que allí participa para que los procesos sean eficientes.

Se puede hacer control en una empresa a los presupuestos, normas establecidas en la producción, protección de los activos y estudios de tiempos entre otros, en cualquier caso, es necesario un profesional que a criterio identifique todo aquello que una compañía requiere mejorar, estos

profesionales pueden pertenecer a distintas carreras afines en temas económicos, financieros, de ingeniería o contaduría pública.

COSO I

Su publicación se hace en 1992, su fin fue mejorar a las organizaciones sus sistemas de control. Creando una garantía razonable para lograr un control interno para lograr eficacia y eficiencia en las operaciones. Los objetivos del COSO I fueron mejorar la calidad, el manejo corporativo y unificar el concepto de control interno.

Componentes principales del Control Interno:

- Ambiente de control: se refiere al comportamiento de la empresa. Comprende los valores éticos y la filosofía de la empresa.
- Evaluación de riesgo: Son mecanismos para identificar y evaluar riesgos. Se deben tener condiciones previas para lograr la evaluación, la cuantificación de los riesgos y monitoreo.

- Actividades de control: acciones, normas y procedimientos para que se cumplan los lineamientos para enfrentar los riesgos
- Información y comunicación: para gestionar las operaciones
- Supervisión: se hacen evaluación del riesgo en el tiempo.

COSO II

Para el 2004 se hace una actualización al informe original, donde se amplían los conceptos de control interno. Se dan lineamientos para que las empresas sepan cómo controlar los riesgos y también, principios fundamentales para determinar si la evaluación de riesgo elegida por la empresa es efectiva.

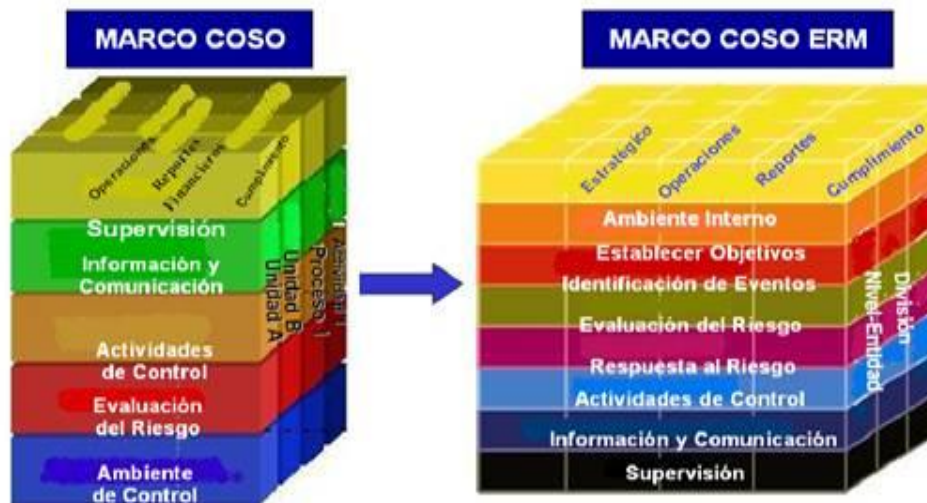
Componentes del Control Interno:

Para ésta actualización se le agregan componentes, además de los incluidos en el COSO I

- Establecimiento de objetivos: se deben encargar que la misión y la visión de la empresa
- Identificación de riesgos
- Evaluación de riesgos: se considera la probabilidad de que un evento pueda ocurrir en la organización.

- Respuesta al riesgo: aceptar, comprender y reducir los riesgos
- Supervisión: actividades permanentes que debe realizar la administración.

COSO I Y COSO II



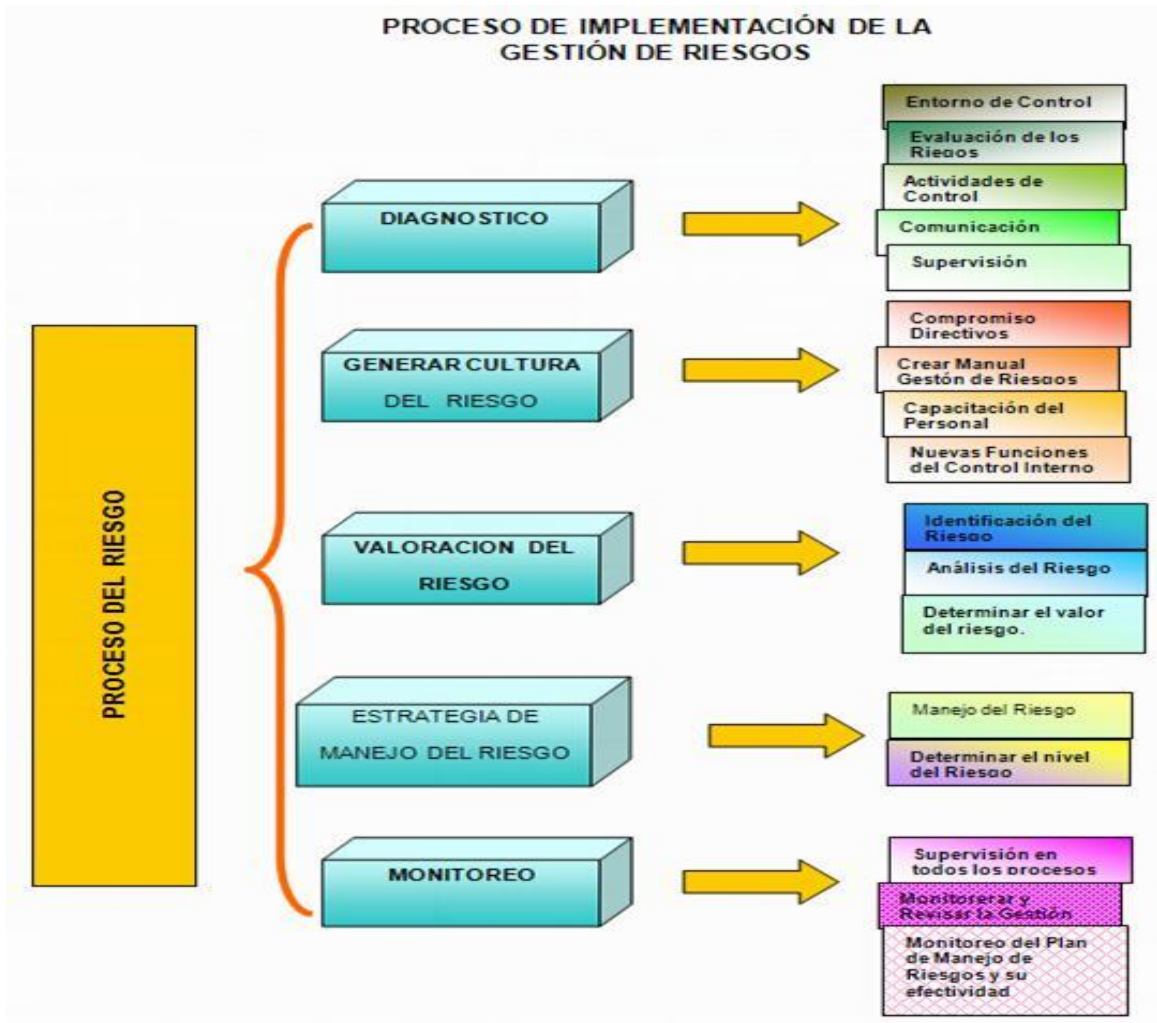
COSO III

En el 2013, se hace una nueva actualización del informe y es el que está vigente para la fecha. Es un marco integrado de gestión de riesgos donde mejora la agilidad de gestión de riesgos, genera mayor confianza y claridad. Incluye para esta actualización la tolerancia al riesgo, veracidad y persistencia del riesgo.

Componentes del COSO III:

- Ambiente de control: se debe reflejar un buen ambiente de control, es decir, la integridad y valores éticos, este comienza en la honestidad de la junta directiva o socios deben ser el ejemplo para los trabajadores de la empresa. El consejo de administración ejerce su responsabilidad de control interno, la asignación de tareas y responsabilidades. También, se debe demostrar su compromiso por reclutar y capacitar personas competentes.
- Evaluación del riesgo: la empresa tendrá objetivos claros para identificarlos, cómo se deben mitigar riesgos, considerar posibilidades de fraudes, identificarlos y evaluar cambios.

- Actividades de control: son la planeación, dirección, control y organización. Por medio de la evaluación y la identificación, mitigar los riesgos a niveles tolerables, organización de actividades de control, implementar actividades a través de políticas y control de tecnología.
- Información y comunicación: debe existir comunicación interna de objetivos y externa de controles que influyen en la empresa como evaluaciones de negocio en marcha para saber si los controles están funcionando. Se debe comunicar y evaluar actividades de deficiencia de control a los responsables de tomar decisiones.
- Supervisión: se determinará si la empresa está cumpliendo con los requisitos legales, evaluar si los estados financieros están presentados razonablemente y que los trabajadores sigan las políticas de la empresa.



PRINCIPIOS COSO III

Ambiente de control

- 1) La organización demuestra compromiso por la integridad y valores éticos.

- 2) El Consejo de Administración demuestra una independencia de la administración y ejerce una supervisión del desarrollo y el rendimiento de los controles internos.
- 3) La Administración establece, con la aprobación del Consejo, las estructuras, líneas de reporte y las autoridades y responsabilidades apropiadas en la búsqueda de objetivos.
- 4) La organización demuestra un compromiso a atraer, desarrollar y retener personas competentes en alineación con los objetivos.
- 5) La organización retiene individuos comprometidos con sus responsabilidades de control interno en la búsqueda de objetivos.

Evaluación de riesgos

- 6) La organización especifica objetivos con suficiente claridad para permitir la identificación y valoración de los riesgos relacionados a los objetivos.
- 7) La organización identifica los riesgos sobre el cumplimiento de los objetivos a través de la entidad y analiza los riesgos para determinar cómo esos riesgos deben de administrarse.
- 8) La organización considera la posibilidad de fraude en la evaluación de riesgos para el logro de los objetivos.

- 9) La organización identifica y evalúa cambios que pueden impactar significativamente al sistema de control interno

Actividades de control

- 10) La organización elige y desarrolla actividades de control que contribuyen a la mitigación de riesgos para el logro de objetivos a niveles aceptables.
- 11) La organización elige y desarrolla actividades de control generales sobre la tecnología para apoyar el cumplimiento de los objetivos.
- 12) La organización despliega actividades de control a través de políticas que establecen lo que se espera y procedimientos que ponen dichas políticas en acción.

Información y comunicación

- 13) La organización obtiene o genera y usa información relevante y de calidad para apoyar el funcionamiento del control interno.
- 14) La organización comunica información internamente, incluyendo objetivos y responsabilidades sobre el control interno, necesarios para apoyar funcionamiento del control interno.

- 15) La organización se comunica con grupos externos con respecto a situaciones que afectan el funcionamiento del control interno.

Monitoreo

- 16) La organización selecciona, desarrolla, y realiza evaluaciones continuas y/o separadas para comprobar cuando los componentes de control interno están presentes y funcionando.
- 17) La organización evalúa y comunica deficiencias de control interno de manera adecuada a aquellos grupos responsables de tomar la acción correctiva, incluyendo la Alta Dirección y el Consejo de Administración, según sea apropiado

Son objetivos también del control interno:

Salvaguardar los activos: significa que debe proteger los bienes de la empresa para que no sean derrochados. Si no se protegen la empresa puede estar en riesgos de fraude, de liquidez y también sucede que los activos se agosten rápidamente por el mal manejo de estos.

Motivar a los empleados para que sigan las políticas de la compañía: toda empresa debe tener una visión y para estos hay unos objetivos a corto, medio y largo plazo que ayudarán a cumplir las metas. Por esta razón, todos los empleados del negocio deben estar alineados con la visión de la empresa. Asimismo, hay políticas en la empresa que regirán un orden de comportamiento para cumplir responsablemente objetivos.

Promover la eficiencia operativa: las actividades operacionales de la empresa deben realizarse de forma eficiente, sin pérdida de tiempo ni de recursos. Los procesos deben ser eficientes y así la empresa tendrá mayor rendimiento.

Asegurar registros contables exactos y confiables: al existir registros contables se podrá comprobar cualquier situación del negocio, de igual forma, se podrán estudiar cuales son los departamentos más rentables y cuales no para implementar estrategias de mejora.

PROCEDIMIENTOS DEL CONTROL INTERNO

Los procedimientos del control interno ayudarán a que sean eficientes las actividades.

La empresa debe tener personal competente y con ética: los empleados deben capacitarse para mejorar sus habilidades y sus labores deben ser supervisadas.

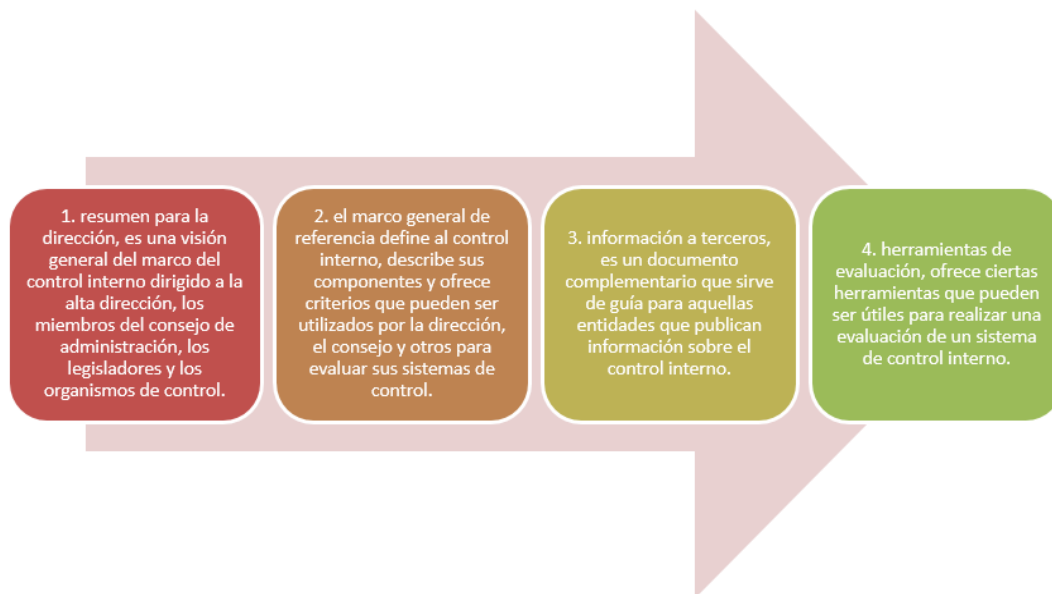
La asignación de responsabilidades: juega un papel importante en la ética y el buen funcionamiento de la empresa, las tareas para cada empleado deben estar claramente asignadas.

La separación de responsabilidades: evitará el fraude, se debe separar las operaciones de la contabilidad y la custodia de los activos para entender el por qué se darán dos ejemplos respectivamente; si el departamento de ventas lleva la contabilidad podría registrar ingresos altos para ganarse bonificaciones o para hacer creer que cumplió con las metas de la junta directiva y si el quien hace la custodia del inventario llevara la contabilidad podría mostrar cantidades erróneas en los libros, además de tener relación con los estados financieros aumentaría el fraude e incentivaría al robo.

Auditoría: Se deben realizar auditorías externas, estas son realizadas por contadores que no pertenecen a la empresa que evalúan los controles y se aseguran que los estados financieros estén presentados razonablemente.

Documentos: Deben existir documentos que den detalles sobre las transacciones, estos documentos pueden ser facturas, comprobantes, etc. Estos deben estar enumerados para prevenir la ineficiencia y el hurto.

PRESENTACIÓN DEL INFORME



LIMITACIONES DEL CONTROL INTERNO

El marco integrado de control interno (COSO) hace referencia que, aunque el control interno presenta una seguridad razonable sobre el cumplimiento de

metas y objetivos, no significa que siempre se alcanzarán. Puede ocurrir una mala toma de decisiones, falta de criterio profesional, o factores externos que influyan en la consecución de los objetivos.

Otras limitaciones son los errores humanos, sesgos en la toma de decisiones o el poder que tenga el personal y la administración para eludir controles según su conveniencia. De igual forma, no es visible fácilmente para el control interno determinar si existen conflictos de interés, personas pueden manipular situaciones para generar enriquecimiento propio o satisfacción personal que va en contra de los principios de la organización.

LEY SARBANES OXLEY (NEW YORK)

El mercado actual cambia constantemente, las inversiones se realizan en gran medida en las bolsas de valores y no solo en el país de origen, sino que en países extranjeros. Por este motivo, se crea la necesidad de controlar y supervisar más los movimientos de las empresas, debido a que existe gran corrupción, fraudes, el crecimiento de compra y venta de valores, donde existe la probabilidad que las personas quieren captar capital de forma no ética.

La ley fue promovida por el senador Paul Sarbanes y el diputado Michael Oxley en el año 2002, debido a escándalos en el país causados por fraudes e información errónea en los estados financieros.

Esta ley se crea con el fin de identificar riesgos claves y prever su impacto, monitorear las empresas que cotizan en el mercado de valores y sus filiales, sancionar fraude corporativo, evitar el riesgo de bancarrota, reglamentos sobre control de calidad y la implementación de medidas que garanticen y den confianza en la presentación de estados financieros. Deben regirse por esta ley todas las empresas que coticen en bolsa en los Estados Unidos.

MECI

Por sus siglas significa Modelo Estándar de Control Interno, su objetivo es dar pautas y guiar a las empresas públicas de Colombia para la planeación, gestión, evaluación y seguimiento de administración pública. MECI se apoya en las normas ICONTEC Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, aplica para todos los funcionarios que pertenecen a éstas organizaciones.

El control interno es considerado un conjunto de elementos interrelacionados donde intervienen todos. Es un modelo basado en gestión por procesos: planear, hacer, verificar y actuar.

Tiene tres módulos de control:

- **Planeación y gestión institucional:** módulos que orientan el cumplimiento de la visión y la misión de la empresa.
- **Componentes:** talento humano, direccionamiento estratégico y administración del riesgo
- **Evaluación y seguimiento:** resultados de la entidad a través de mecanismos de verificación.
 - a. **Componentes:** autoevaluación, auditoría interna, planes de mejoramiento
 - b. **Información y comunicación:** conjunto de procedimientos utilizados por la empresa para divulgar la información, para asegurar el cumplimiento de los objetivos.

**CIRCULAR EXTERNA 014 de 2009 SUPERBANCARIA (COLOMBIA) único
para el sistema financiero**

Esta circular busca el fortalecimiento, evaluación y mitigación de riesgos por parte del control interno, como también la información financiera. De acuerdo con la naturaleza de sus actividades y el tamaño de la organización, así deberán asimilar los parámetros correspondientes a cada una.

Se establece un marco conceptual normativo para los sistemas de control interno, basados en modelos internacionales aceptados (informe COSO). Teniendo como objetivos: prevenir y mitigar riesgos, fomentar la autogestión, autorregulación y autocontrol, mejorar la eficiencia y eficacia, y orientar a la administración para el cumplimiento de deberes.

La capacidad que tienen las empresas y funcionarios de autorregularse, para maximizar su gestión. Para realizar a sí mismo seguimientos para la optimización de proceso, normativas aplicadas que dan seguridad sobre la situación de la empresa y que sigue los estándares legales.

Capítulo IV

AUDITORÍA

La auditoría está encargada de verificar que la información financiera y actividades de la empresa se estén realizando correctamente para la maximización de utilidades y lograr las metas propuestas en la misión y visión de la compañía, la auditoria es realizada por agentes independientes, que no tienen ninguna relación con la empresa que desee ser auditada, se encargan de emitir un informe donde expresan su opinión. La opinión manifiesta sí los estados financieros representan razonablemente la situación económica de la empresa. Se hace con base en los riesgos que se puedan presentar en el negocio, por lo tanto, el auditor debe entender el funcionamiento de la compañía para saber dónde están los riesgos.

HISTORIA

Se cree que desde que existe el comercio funciona la auditoria. Hay interés por controlar y saber administrar los recursos para maximizar sus beneficios. Se dice que la auditoría moderna nació en Inglaterra porque se tienen registros sobre la auditoría y el cargo, para finales del siglo XIII y principios del siglo XIV

se nombra un auditor del Ministerio de Hacienda encargado de verificar que los recursos se estuvieran asignando y administrando correctamente.

Para el siglo XV las familias poderosas en Europa pedían auditorías para asegurarse que sus administradores estuvieran haciendo bien su labor, confirmándoles que no se estarían cometiendo fraudes. En el año 1862 una Ley británica da reconocimiento a la auditoría como profesión, luego es introducida en Estados Unidos en el año 1900.

Las empresas deciden tomar auditorías para mejorar su eficacia y para asignar sus recursos eficientemente. Una contabilidad y documentos confiables demuestran que no hay desperdicios e ineficiencias, el auditor externo se encargará de comprobar y dar credibilidad indicando que el negocio está aprovechando al máximo sus recursos y que la información se ajusta a los principios de contabilidad generalmente aceptados.

La credibilidad a la información que da el auditor aporta para que los terceros tomen decisiones económicas y disminuya el riesgo, estos terceros pueden ser: inversionistas, acreedores, clientes, funcionarios del Estado, etc. El riesgo disminuye cuando la información es confiable porque esto quiere decir que no se ha omitido ni falseado información para ocultar robos, fraudes o que se desconocen los principios de contabilidad.

Es importante saber que cada compañía tiene un ambiente en el cual se desarrolla su operación, los valores éticos y la integridad permiten en buena parte conocer la conducta de las personas que allí laboran. Asimismo, comprender las operaciones de la compañía, los sistemas de información, la segregación de actividades y la estructura organizacional. De ésta forma, se logra un mejor análisis, la objetividad al realizar una auditoria con la compañía no solo genera disminución de riesgos sobre errores u omisiones y fraudes, sino que también permite validar si existe demasiado sesgo de información y el logro de los objetivos de la empresa son reconocidos por todas las áreas de la misma.

OBJETIVOS

Según la Norma Internacional de Auditoría NIA 200, los objetivos de realizar una auditoría es emitir una opinión sobre si los estados financieros están preparados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados. Es decir, que se encargará de atestiguar que es así.

PRINCIPIOS DE AUDITORÍA

- Cumplir con el código de ética del IFAC International Federation of Accountants. La Federación Internacional de Contadores es una organización creada en el año 1977 en Múnich, Germany, en el onceavo Congreso Mundial de Contadores, con el fin de fortalecer la profesión y el bienestar del público.
- Realizar la auditoría de acuerdo con las NIA. Al tomar como marco conceptual las Normas Internacionales de Auditoría se debe cumplir con todos los lineamientos aplicados a los estados financieros. No se puede cumplir parcialmente, de esta manera no se estaría aplicando las NIA.
- Escepticismo profesional. El escepticismo se refiere a estar alerta ante cualquier situación o información que se presente, cuestionarse siempre por la veracidad de los procedimientos y todo lo relacionado con los estados financieros.

Los auditores deben tener:

Integridad: realizar su trabajo con honestidad, responsabilidad, respetando las leyes que lo rigen, siempre actuarán éticamente y respetarán las políticas de la organización.

Objetividad: los auditores no deben tener relaciones que puedan generar conflicto de interés, aceptar algún tipo de bonificación o regalo que pueda afectar su juicio profesional y deberán comunicar todos los hechos que sean materiales y puedan afectar la opinión.

Confidencialidad: no divulgará la información sin tener autorización, solo en casos que sea obligación legal hacerlo.

Competencia: tener el conocimiento necesario, capacitarse y estar actualizado para realizar su juicio profesional.

ALCANCE DE UNA AUDITORÍA

- Una auditoría debe cumplir con todas las normas relevantes de las NIA, es decir, que no se puede aplicar parcialmente.
- En aquellos casos donde por regulaciones del Estado, generación de nuevas leyes o cambios en las normativas sobre la realización de estados financieros se incumple una NIA, no se podrá afirmar que han sido auditados bajo las Normas Internacionales de Auditoría.

ETAPAS DE LA AUDITORÍA

Las etapas permitirán el logro satisfactorio de la auditoría, cabe decir que en los siguientes capítulos se hablará más afondo de la realización, ejecución, documentos de trabajo e informe de la auditoría.

- **PLANEACIÓN**

Se establecen relaciones entre la entidad que solicita la auditoria y el auditor, cabe decir que se debe hacer un estudio previo para saber el tipo de empresa, el sector al cual pertenece, si se considera riesgosa y si conviene hacer una auditoria a la misma. En la planeación se determinará el alcance requerido para examinar uno, dos o todos los estados financieros, se establece el objetivo al cual se desea llegar, es importante indagar con la administración qué se espera recibir al término de esta actividad y el tiempo que se utilizará en la búsqueda de información y evidencia. Las estrategias para elaborar el programa de auditoria y analizar la materialidad serán fuente primordial en el

desarrollo de la gestión, al final del proceso se entregará un informe de auditoría sobre los hallazgos y las posibilidades de mejora a los cuales la empresa debería poner en marcha y hacer seguimiento.

Se debe comprender el control interno y el entorno que la rodea, conocer los objetivos específicos, técnicas, riesgos y el clima laboral de la compañía. Y se determinará la confianza en la información que presentan los estados financieros.

- **EJECUCIÓN**

Recolectar información, hacer los procesos pertinentes como realizar pruebas y análisis. Utilizar técnicas de muestreo para comprobar que la información este correctamente diligenciada. También, se utilizarán los papeles de trabajo para documentar todo y dar soporte a la opinión. La finalidad es tener evidencia necesaria para analizar correctamente a una empresa y la evidencia es suficiente cuando esta logra comprobar las observaciones.

- **INFORME**

Es un informe escrito, resultado final del estudio con base en las evidencias, se pueden formular recomendaciones para la deficiencia de operaciones, errores u omisiones. Todo debe detallarse de forma clara y sencilla. En el capítulo XVIII se hablará de manera extensa sobre informe.

Capítulo V

NORMAS INTERNACIONALES DE AUDITORÍA

Las Normas Internacionales de Auditoría (NIA) son realizadas por la Federación Internacional de Contadores por sus siglas en inglés (IFAC), están en constantes actualizaciones que son realizadas por el Comité Internacional de Prácticas de Contaduría y se reúnen actualmente. Las NIA explican los objetivos y principios generales que rigen la auditoría.

En su mayoría las NIA hablan principalmente de la responsabilidad de los auditores al no enterarse de errores, no detectar riesgos, que la preparación y recolección de evidencia sean insuficientes emitiendo una opinión errónea, evaluar los efectos de las incorrecciones, etc.

NIA 200: OBJETIVOS Y PRINCIPIOS GENERALES QUE RIGEN LA AUDITORIA DE ESTADOS FINANCIEROS

La NIA 200 trata sobre el cumplimiento de las NIA como también de códigos de ética para su aplicación, busca el fortalecimiento y confianza en la información financiera al saber que se han utilizado los conceptos que dan

veracidad a la información. Una auditoría dará una seguridad razonable sobre la presentación de los Estados financieros.

Explica riesgos esenciales al realizar una auditoría, se debe tener en cuenta que hay *riesgo inherente*, propio del negocio, un ejemplo es que la administración manipule los ingresos para conveniencia. El *riesgo de control* es cuando hay fallas en el control interno y *riesgo de detección* que el auditor no se entere de un error material, es decir, un error con importancia que cambia la opinión de los estados financieros.

NIA 210: TÉRMINOS DEL COMPROMISO DE LA AUDITORÍA

Los términos del compromiso deben estar por escrito y deben incluir:

- El objetivo de la auditoría: qué se espera realizar o cuáles estados financieros se van a examinar.
- Responsabilidad de la administración: los administradores están encargados de realizar y presentar los estados financieros, la auditoría solo se encargará de evaluarlos.
- Marco conceptual: utilización de normas de acuerdo con la auditoría que se está realizando.
- Alcance de la auditoría

- El formato de presentación de los informes
- Acceso a la información del cliente
- Honorarios: se indicará el cobro por la realización de la auditoria.
- Y detalles pertinentes.

NIA 240: RESPONSABILIDAD DEL AUDITOR EN LA CONSIDERACIÓN DEL FRAUDE

Como se habla en la NIA 220, el auditor debe tener actitud de escepticismo, creer que hay errores o fraudes en la información financiera. La información errónea puede provenir de fraudes o errores, los fraudes son causados con intención, pero los errores no siempre son intencionales.

Los fraudes pueden ser de la administración, usar el poder para manipular la información a su conveniencia o de los empleados, malversando los activos, es decir, que se apropian de bienes que no son suyos. Cuando se descubre fraude debe comunicarse inmediatamente a la administración.

NIA 300: PLANEACIÓN DE LA AUDITORÍA

Se puede comenzar apoyándose en la auditoría anterior, se define con la administración los objetivos, el alcance y todas las características del compromiso, los plazos y recursos asignados. Se define la materialidad para analizar los estados financieros.

Los auditores tendrán claridad sobre la naturaleza del negocio, qué tipo de empresa es la que se audita, conocimiento de la empresa y saber en qué mercado está. Es vital escoger un equipo de trabajo para realizar los análisis respectivos, contar con personas competentes

NIA 315: COMPRENSIÓN DE LA ENTIDAD Y SU ENTORNO, EVALUACIÓN DEL RIESGOS DE ERRORES SIGNIFICATIVOS

El auditor debe conocer al cliente, (misión, visión, financiamiento, etc.) el control interno, el sistema contable, conocer los riesgos significativos de la empresa y conocer el procedimiento para evaluar los riesgos.

NIA 450: EVALUACIÓN DE REPRESENTACIONES ERRONEAS IDENTIFICADAS

El objetivo es evaluar el efecto en la opinión de los errores identificados y los errores identificados no corregidos. Las incorrecciones pueden ser errores o fraudes, mientras que los errores identificados no corregidos son los que han sido informados por el auditor de su existencia y aún no han sido corregidos.

NIA 500: EVIDENCIA DE AUDITORÍA

Explica la responsabilidad del auditor al diseñar y aplicar procedimientos de auditoría para lograr obtener la evidencia necesaria que permita realizar una conclusión razonable sobre los estados financieros.

NIA 700: OPINIÓN SOBRE LOS ESTADOS FINANCIEROS

El auditor es responsable de emitir un informe sobre los estados financieros de la empresa y su opinión se refleja sobre la revisión que haya efectuado. La opinión debe ser escrita de forma clara y sencilla para una mejor comprensión. Se busca obtener confianza y credibilidad en los estados financieros al observar la opinión de auditoría.

TIPOS DE AUDITORIA

Dependiendo de la finalidad con la cual se quiere llevar a cabo la auditoría, se pueden utilizar diferentes tipos de auditoría y de esta forma maximizar controles y lograr objetivos. A continuación se mencionan los tipos de auditoría que se pueden utilizar:

Auditorías Externas: Son realizadas por firmas de contadores independientes, no tienen relación con la compañía que demanda el servicio. Evaluarán los estados financieros, aplicando las normas correspondientes, identificando marcos conceptuales, tomando la información suficiente, cálculos y hojas de trabajo correspondientes para concluir con una opinión sobre los estados financieros. El resultado de la opinión será si los estados presentan razonablemente la situación financiera de la empresa.

Auditorías Informáticas: evaluará los procesos, los sistemas informáticos, la seguridad de los equipos electrónicos y programas que posea la compañía.

Auditoría Interna: Es realizada por el personal de la organización, se encargará de supervisar, salvaguardar activos, prevenir riesgos, estimarlos cuantitativamente y prevenirlos. Es la encargada de revisar los controles y contribuye en el cumplimiento de los objetivos de la empresa, se espera que

cuando una empresa realice auditoria interna mejore la eficiencia y eficacia de sus operaciones.

Auditoría fiscal: observa el cumplimiento como lo dice su nombre de las leyes fiscales. En Colombia es necesario, son cuantiosos los impuestos que aplican a las empresas, muchas tratan de eludirlos haciendo cualquier clase de maniobra, pero la sanción es más grande que el pago de los impuestos. Por esto, se requiere un auditor fiscal que compruebe y certifique que se están cumpliendo a cabalidad las leyes.

Auditoría administrativa: verificará el cumplimiento de metas y objetivos, evaluará si se están implementando correctamente las políticas de la empresa.

Auditoría gubernamental: evalúa la gestión pública, verifica el cumplimiento de las normativas legales que rigen a los funcionarios del Estado.

Auditoría forense: se encarga de esclarecer actos ilícitos, investigar culpabilidades y delitos. Se deben tener conocimientos jurídicos y técnicas criminalísticas contables.

Auditoría operativa: evaluará los procesos y sistemas de control interno, verificará que estén bien y colaboren con la eficiencia de la empresa. Lo puede realizar tanto el auditor externo como el auditor interno. Lograr el cumplimiento

de la normativa de controles y procesos genera mitigar fraudes, al ser aquí donde más se presentan actos ilícitos.

Capítulo VI

EL AUDITOR

Es una persona que debe estar capacitada y tener los conocimientos necesarios para evaluar los estados financieros de una empresa, verificar que estos reflejen la situación financiera de la compañía y posteriormente emitir una opinión. Por lo tanto, un auditor debe ser competente e independiente, en esto se basa la ética profesional.

Se considera que una persona es competente cuando tiene los conocimientos y permisos para asumir una auditoría; un auditor es independiente cuando no tiene relación con la empresa, es decir, que no habrá intereses ni sesgo de información al momento de expresar la opinión, asimismo, en el equipo de trabajo alguien no puede tener relaciones con la empresa como ser socio o tener acciones en la compañía.

El auditor debe comprender el ambiente de control que existe en la empresa, debe revisar y verificar todos los documentos que la empresa tenga como soporte de los estados financieros.

RESPONSABILIDADES

- Es responsable de emitir una opinión sobre los estados financieros, la preparación y presentación de los estados financieros es responsabilidad de la administración.
- La identificación del marco de referencia de información financiera es de la administración, así como la preparación y presentación del marco de referencia.
- La responsabilidad de la administración incluye:
 - Diseñar, implementar y mantener un control interno.
 - Que los estados financieros estén libres de errores u omisiones.
 - Seleccionar políticas contables aplicables.
 - Hacer estimaciones contables.

Ética

La ética profesional no tiene una definición generalmente aceptada. Sin embargo, todos los profesionales deben poseer características como: conocimientos, normas de admisión, responsabilidad de servir y necesidad de contar con la confianza del público, así se demuestra la ética de un profesional.

Los profesionales deben tener conocimientos de la evolución constante de su entorno, así como también de las normas y lineamientos que rigen su profesión. Se deben adaptar a las nuevas prácticas, un ejemplo, es el procedimiento para hacer una auditoria, cambia al pasar los años y los contadores públicos deben cambiar la forma en que vienen haciendo las practicas. De igual forma, los profesionales deben tener un nivel de estudios y de experiencia mínimos para obtener licencia para ejercer la profesión, estas normas de admisión son requeridas para la buena prestación del servicio, calidad y la confianza del público.

Las auditorías que se realizan a los estados financieros deben comprobar que estos cumplen con los principios de contabilidad generalmente aceptados. Para determinar el cumplimiento de los principios se examinan documentos, registros contables y demás, que sirvan como soporte de los estados financieros, representan fielmente la situación en la que se encuentra la empresa, los auditores tienen manejo y otorgan información confidencial de la

compañía. Los auditores hacen preguntas en la empresa y fuera de esta, observan los activos de la empresa y que dichos bienes existan, también que contengan todos los pasivos de la empresa en el balance general, hacen inspección de documentos del negocio. Es una buena forma de reunir evidencia para emitir un informe donde expresa su opinión sobre la presentación de los estados financieros. La información no puede ser entregada accidentalmente o deliberadamente.

Capítulo VII

Papeles de Trabajo

Los documentos de trabajo sirven como apoyo para el informe de auditores y para realizar y supervisar la auditoría. Esta documentación debe ser suficiente para saber quién realizó el trabajo, qué hallazgos se encontraron y demuestren que los registros contables concuerdan con los estados financieros. Los documentos de trabajo son propiedad de los auditores, el auditado no puede exigirlos.

Las funciones de los documentos de trabajo son:

Un medio para asignar funciones: las tareas se deben delegar, las personas encargadas de realizar las auditorías deben cumplir responsablemente con cada una de sus funciones, así como completar los documentos de trabajo que le pertenezcan.

Ayuda a la administración para supervisar la auditoría: los asistentes que ayudarán al auditor a crear el informe, irán completando los documentos los cuales serán revisados por el auditor, supervisando que todo esté dentro de los términos estimados. Si hay algún error el auditor creará una nota para que sea corregido.

Soportan el informe de auditoría: es un respaldo a la opinión de la auditoría, comprueban que tienen la evidencia y documentos suficientes para emitir una opinión.

Comprobar el cumplimiento de las normas de auditoría generalmente aceptadas: los documentos permiten demostrar que se cumplieron las normas en cada uno de ellos.

Ayuda a planear futuras auditorías de la misma empresa: los documentos de trabajo tienen información útil, también sirven para diseñar la siguiente auditoría.

Como se ha mencionado existen diferentes tipos de documentos de trabajo como:

Documentos administrativos de auditoría: son los apuntes de planeación y las charlas con los directivos.

Balanza de comprobación del trabajo: este tiene los saldos de las cuentas del año presente y el anterior, es el documento más importante y tiene recomendaciones para ajustes en las cuentas.

Hojas de resumen: contiene los saldos de las transacciones.

Asientos de ajuste: cada vez que se encuentra un error, se hacen apuntes de ajuste de cómo deberían estar esas transacciones en el libro diario.

Cédulas de soporte: es una lista de cantidades que adeudan a proveedores.

Análisis de una cuenta del mayor: una cuenta del mayor contiene el total o saldo de una cuenta, se hace un análisis descubriendo la naturaleza del saldo, los movimientos y llegando a la conclusión que estos confirman el total de la cuenta.

Conciliaciones: aquí se comparan las cantidades obtenidas con las de los registros.

Documentos de cálculo: los auditores hacen cálculos independientes para compararlos con los que se encuentran en los registros.

Documentos de confirmación: son los contratos, hipotecas, bonos y demás, que comprueban que existen movimientos en las cuentas.

EVIDENCIA

Es toda la información que utiliza el contador para generar su opinión sobre los estados financieros. Existen 6 principales tipos de evidencia:

Sistemas de información contable: Son los métodos con los que se registran, procesan e informa la información contable.

Evidencia documental: son todos los tipos de documentos que acrediten la situación financiera del negocio y sus transacciones. Pueden ser: facturas, contratos, cheques, etc.

Declaraciones de terceros: es la información que se obtiene de proveedores, clientes, acreedores y demás, sobre la empresa.

Evidencia física: se analiza la existencia de activos personalmente. Por ejemplo: vehículos, inventario o efectivo.

Cálculos: los auditores harán cálculos independientes y posteriormente serán comparados con los de su cliente.

Interrelaciones de datos: se compara la información financiera con otro tipo de información para encontrar la relación entre ellas.

Capítulo VIII

INFORME DE AUDITORÍA

Se convierte en el documento que finaliza la auditoria, en este informe se encuentra la opinión de los auditores sobre los Estados financieros. Será dirigido a la persona natural o jurídica que decidió contratar la auditoria, si lo hace una persona jurídica se dirigirá al consejo de administración y lo ratificarán los accionistas.

El informe estándar de auditoria contiene 3 párrafos:

- Párrafo introductorio: es donde se definen las responsabilidades de los directivos y de los auditores.
- Párrafo de alcance: describe hasta dónde llega la auditoria y su naturaleza.
- Párrafo de opinión: allí se refleja la opinión de la auditoria.

Ejemplo:

INFORME DE AUDITORIA

Al consejo de administración y a los accionistas, *EEE S.A.*

Hemos auditado el estado de situación financiera y el estado de flujos de efectivo al 31 de diciembre de 2015. Los estados financieros son responsabilidad de la administración de la empresa y nosotros somos responsables de emitir una opinión basada en la auditoría.

Realizamos la auditoria conforme a las normas de auditoría generalmente aceptadas en Colombia, donde se requiere que los estados financieros no tengan errores materiales. La auditoría evalúa los principios de contabilidad utilizados, examina la evidencia como documentos y apoyo, también las revelaciones de los estados financieros. Confiamos plenamente que la auditoría sustenta razonablemente nuestra opinión.

Opinamos que los estados financieros anteriormente mencionados presentan *razonablemente* la posición financiera de la empresa *EEE S.A.* al 31 de diciembre de 2015, conforme a los principios de contabilidad generalmente aceptados en Colombia.

Santiago de Cali, Colombia.

Contadores Públicos Certificados

12 de febrero, 2016

Párrafo introductorio: es responsable de la actualización, preparación y adecuación de los estados financieros para ser mostrados a terceros, únicamente los directivos. Los auditores se encargarán solamente de elaborar el informe de auditoría.

Cuando no se llega a un acuerdo en las estimaciones y no hay un consenso entre auditores y el consejo, se expresará en la opinión cuales estimaciones se creen razonables para demostrar con fidelidad la situación de la empresa. La auditoría se encarga de garantizar a los usuarios que los estados financieros son confiables, no expresará una opinión sobre registros contables porque estos son un medio de comprobación sobre la información que se encuentra en los estados financieros, más no se auditará cada registro contable.

Párrafo de alcance: la auditoria no puede ofrecer una seguridad absoluta, pero si da una seguridad razonable sobre los estados financieros. La naturaleza de la auditoría, es indicar que ha sido realizada de acuerdo con los principios de auditoría generalmente aceptados.

Párrafo de opinión: las palabras que están en cursiva tienen el fin de resaltar que solo es una opinión y que no pueden asegurar totalmente que los estados financieros reflejan la situación real de la empresa. Sin embargo, dan la confianza a los usuarios que necesiten información sobre esta empresa indicando que estos se representan razonablemente.

Materialidad: es la importancia que puede tener una situación que afecte las decisiones que puedan tomar terceros, a causa de una omisión voluntaria o un error accidental.

RIESGO DE AUDITORÍA

Se debe asumir que existe riesgo de fraude de reconocimiento de ingresos, las compañías siempre tienden a querer demostrar mayores ganancias de las obtenidas, por esto debe haber precaución por parte de los auditores al realizar la auditoría. Otro riesgo que se debe asumir es que la administración cometa fraude, ellos pueden manipular las operaciones al tener el poder y la capacidad de hacerlo, este riesgo es significativo y los auditores deben asumirlo y comprobar la gestión de la administración. Se deben investigar los antecedentes tanto de los socios como de la administración para disminuir el riesgo en la auditoría.

Se puede dar cuando los auditores no toman la suficiente evidencia, no se utilizan procedimientos eficientes o no se hace una buena inspección, haciendo mayor el riesgo. El riesgo de auditoría es cuando sin darse cuenta se han omitido errores materiales que pueden cambiar la opinión.

RIESGO INHERENTE

Los auditores utilizan el conocimiento del mercado para evaluar este riesgo. Es la posibilidad de un error material en una afirmación antes de examinar el control interno de la empresa. El riesgo inherente es el que por el solo hecho de existir la empresa, existen riesgos en ella. Son ejemplo: la manipulación de los ingresos por parte de la gerencia para su beneficio, fraudes o errores.

RIESGO DE CONTROL

Este riesgo se concentra en la eficacia del control interno. Se da cuando el control interno no detecta un error material de la empresa ni lo impide. Esto significa malos procesos para realizar los sistemas de control, ineficiencia e ineficacia para operar. La empresa deberá identificar sus debilidades, en tanto a la auditoría debe siempre ser escéptico ante el control interno.

RIESGO DE DETECCIÓN

Este riesgo existe cuando los procedimientos son ineficientes y son incapaces de detectar errores en las cuentas que pueden ser materiales. Por lo tanto, la

auditoria debe contar con la información suficiente y requerida para desarrollar su opinión sobre los estados financieros.

CONCLUSIÓN

Este trabajo permitió conocer la importancia del control interno, todos sus complementos. También la necesidad de auditar la compañía, sus procesos, sistemas y funcionarios. Se recomienda a todas las empresas bien sean grandes o pequeñas realicen control interno para optimizar sus rentabilidades y maximizar su eficiencia y eficacia.

BIBLIOGRAFÍA

Horngren, Charles (2010). *Contabilidad Administrativa*, México: Pearson

Banco de la República (2016). *Informe de la junta directiva al Congreso de la República*.

Ministerio de Hacienda y Crédito Público (2015). *Ministro Mauricio Cárdenas explicó retos de la economía colombiana en Seminario ANIF-Fedesarrollo*.

De <https://www.youtube.com/watch?v=fUJdPxsUB0c>

TED (2013). *Michael Porter's TED talk*. De

http://www.ted.com/speakers/michael_porter

Porter, Michael (1991). *Estrategia Competitiva*, México: Continental

Control Interno Aplicado al Costo Estimado (COSO

ERM) <https://wikiportafolio4.wikispaces.com/coso+erm+kalemancost08?responseToken=01a92349c5a3d918fd66833d9cdbc72a9>

Gestión de riesgos (2011). De

<http://www.monografias.com/trabajos73/gestion-riesgos/gestion-riesgos5.shtml>

Pindick, Robert (2013). *Microeconomía*, octava edición: Pearson

Mincomercio Industria y Turismo. De http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/niif/index_!.php

Mincomercio Industria y Turismo. *Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)*. De <http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/niif/login.php>

Federación Internacional de Contadores (IFAC). De <http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/ifac/login.php>

[Deloitte \(2015\). *Evaluación de Riesgos*. De https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/Evaluacion-Riesgos-COSO.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/Evaluacion-Riesgos-COSO.pdf)