

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA**



**“MANUAL PARA EVALUAR LA APLICACIÓN DE LA LEY DE PROTECCIÓN AL
CONSUMIDOR EN LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS Y
MUEBLES EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR”**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

**BAUTISTA CASTANEDA, LUCIA BEATRIZ
CHÁVEZ GONZÁLEZ, GERMÁN OSWALDO
TORRES UMAÑA, JESSICA EMELIS**

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO EN CONTADURÍA PÚBLICA

JUNIO DE 2018

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

| | |
|---|--|
| Rector: | Msc. Roger Armando Arias Alvarado |
| Secretario General: | Licenciado Cristóbal Hernán Ríos Benítez |
| Decano de la Facultad de Ciencias Económicas: | Licenciado Nixon Rogelio Hernández Vásquez |
| Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas: | Licenciada Vilma Marisol Mejía Trujillo |
| Directora de la Escuela de Contaduría Pública: | Licenciada María Margarita de Jesús Martínez Mendoza de Hernández |
| Coordinador General del Proceso de Graduación: | Licenciado Mauricio Ernesto Magaña Menéndez |
| Coordinador de Seminario: | Licenciado Daniel Nehemías Reyes López |
| Docente Director: | Licenciado Abraham de Jesús Ortega Chacón |
| Jurado examinador: | Licenciada Magdalena Felicita Argueta de Coto Licenciado Abraham de Jesús Ortega Chacón Licenciado Benito Miranda Beltrán |

Junio de 2018

San Salvador, El Salvador, Centroamérica

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, por la sabiduría para concluir el trabajo de graduación y por todas las bendiciones recibidas a lo largo de la carrera, a mi hermana, abuela y padre, por su apoyo incondicional, cariño y ánimo brindado, a mi madre y abuelo que están en el cielo, por impulsarme a ser una mejor persona, a mis amigos, en especial a mi grupo de trabajo, con los que se fortalecieron los lazos de amistad, a nuestro asesor y a todas las personas que Dios permitió que estuvieran en nuestro camino durante esta gran experiencia.

Lucia Beatriz Bautista Castaneda

Agradezco a Dios, por la sabiduría brindada a lo largo de mi carrera, por permitirme alcanzar un peldaño más en mi vida, a mis padres que ahora están en el cielo, especialmente a mi madre que estuvo a mi lado animándome a seguir adelante siempre, a todos mis hermanos/as que muchas veces me ayudaron, a mi esposa e hija por su apoyo incondicional, a mi equipo de trabajo por la gran amistad, por todo el esfuerzo, comprensión y dedicación para realizar este trabajo.

German Oswaldo Chávez González

Agradezco a Dios, por permitirme obtener el logro más importante en mi vida, a los 4 miembros de mi familia por su cariño, apoyo, comprensión y sacrificios para que pudiera llegar a culminar mi carrera universitaria; a mis amigos que son como mi familia incluido mi equipo de trabajo, con el cual fue un orgullo realizar esta investigación y trabajar juntos por un sueño en común. Al alma mater y a sus docentes por habernos ayudado a formarnos profesionalmente.

Jessica Emelis Torres Umaña

ÍNDICE

| CONTENIDO | PÁG. No. |
|---|-----------------|
| RESUMEN EJECUTIVO | i |
| INTRODUCCIÓN | iii |
| CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 1 |
| 1.1. Situación problemática en la evaluación de la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor | 1 |
| 1.2. Enunciado del problema | 2 |
| 1.3. Justificación del tema | 3 |
| 1.3.1. Novedoso | 3 |
| 1.3.2. Factibilidad | 3 |
| 1.3.2.1. Bibliográfica | 3 |
| 1.3.2.2. Campo | 4 |
| 1.3.2.3. Utilidad social | 4 |
| 1.4. Objetivos de la investigación | 5 |
| 1.4.1. Objetivo general | 5 |
| 1.4.2. Objetivos específicos | 5 |
| 1.5. Hipótesis de la investigación | 6 |
| 1.5.1. Determinación de variables | 6 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO | 7 |
| 2.1. Antecedentes y evolución de la Ley de Protección al Consumidor en El Salvador | 7 |
| 2.1.1. Antecedentes | 7 |

| | |
|--|----|
| 2.1.2. Evolución | 8 |
| 2.2. Marco conceptual | 10 |
| 2.3. Auditoría de cumplimiento | 12 |
| 2.3.1. Importancia de la auditoría de cumplimiento | 12 |
| 2.4. Fases de auditoría | 13 |
| 2.4.1. Consideraciones previas | 13 |
| 2.4.2. Planeación | 14 |
| 2.4.2.1. Concepto | 15 |
| 2.4.2.2. Importancia | 15 |
| 2.4.2.3. Conocimiento del cliente | 15 |
| 2.4.2.4. Estudio de control interno | 16 |
| 2.4.2.5. Evaluación de control interno | 18 |
| 2.4.2.6. Programas de auditoría | 18 |
| 2.4.3. Ejecución | 20 |
| 2.4.3.1 Evidencia de auditoría | 20 |
| 2.4.3.2. Técnicas de auditoría | 21 |
| 2.4.3.3. Pruebas de auditoría | 21 |
| 2.4.3.4. Muestra en la auditoría | 22 |
| 2.4.3.5. Papeles de trabajo | 24 |
| 2.4.3.6. Archivos de auditoría | 24 |
| 2.4.3.7 Conservación de los papeles de trabajo | 25 |
| 2.4.3.8. Hallazgos de auditoría | 26 |
| 2.4.4. Informe | 26 |

| | |
|--|-----------|
| 2.4.4.1. Características del informe | 26 |
| 2.4.4.2. Elaboración del informe | 27 |
| 2.4.4.3. Estructura y formalidades del informe de auditoría | 27 |
| 2.5. Perfil profesional del contador público en el desarrollo de auditorías de cumplimiento | 28 |
| 2.5.1. Principios éticos del profesional en contaduría pública | 29 |
| 2.5.2. Educación continuada del auditor | 30 |
| 2.6. Generalidades de las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles en El Salvador | 30 |
| 2.6.1. Proceso de comercialización de electrodomésticos y muebles | 32 |
| 2.6.2. Obligaciones de las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles según la Ley de Protección al Consumidor | 34 |
| 2.7. Generalidades de la Defensoría del Consumidor | 35 |
| 2.7.1. Proceso de revisión de la Defensoría del Consumidor | 36 |
| 2.7.2. Revisiones en empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles | 38 |
| 2.8. Rol del contador público respecto a la Ley de Protección al Consumidor | 39 |
| 2.9. Marco legal | 40 |
| 2.10. Marco técnico | 44 |
| CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 47 |
| 3.1. Enfoque y tipo de investigación | 47 |
| 3.2. Delimitación espacial y temporal | 47 |
| 3.3. Sujeto y objeto de estudio | 48 |
| 3.3.1. Unidades de análisis | 48 |
| 3.3.2. Universo | 48 |

| | |
|--|-----------|
| 3.3.3. Muestra | 48 |
| 3.3.4. Variables e indicadores | 50 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos | 51 |
| 3.4.1. Técnicas | 51 |
| 3.4.2. Instrumentos | 51 |
| 3.5. Procesamiento y análisis de la información | 51 |
| 3.6. Cronograma de actividades | 52 |
| 3.7. Presentación de los resultados | 53 |
| 3.7.1. Tabulación y análisis de los datos | 53 |
| 3.7.2. Cruce de variables | 53 |
| 3.7.3. Diagnóstico | 57 |
| 3.7.3.1. Identificación del problema | 57 |
| 3.7.3.2. Existencia de la problemática | 58 |
| 3.7.3.3. Necesidad de una propuesta de solución | 58 |
| CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE MANUAL PARA EVALUAR LA APLICACIÓN DE LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS Y MUEBLES | 59 |
| 4.1. Generalidades de la propuesta | 59 |
| 4.2. Estructura del plan de solución | 60 |
| 4.3. Beneficios del manual para evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor | 60 |
| 4.4. “Manual para evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles en el municipio de San Salvador” | 61 |

| | |
|---------------------------------------|------------|
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 143 |
| BIBLIOGRAFÍA | 145 |
| ANEXOS | 147 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| CONTENIDO | PÁG. No. |
|---|-----------------|
| Figura N° 1 Proceso para la realización de una auditoría de cumplimiento | 13 |
| Figura N° 2 Evidencia de auditoría | 20 |
| Figura N° 3 Esquema del proceso de comercialización de las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles | 33 |

ÍNDICE DE TABLAS

| CONTENIDO | PÁG. No. |
|--|-----------------|
| Tabla N° 1 Técnicas de auditoría | 21 |
| Tabla N° 2 Inspecciones realizadas por la Defensoría de Consumidor 2005-2015 | 37 |
| Tabla N° 3 Base legal aplicable a las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos | 40 |
| Tabla N° 4 Base técnica aplicable a la contabilidad de las casas comerciales | 44 |
| Tabla N° 5 Normativa aplicable a la Auditoría de cumplimiento | 45 |
| Tabla N° 6 Base técnica aplicable al control interno | 46 |

RESUMEN EJECUTIVO

En El Salvador como en cualquier otro país, existen proveedores de bienes y servicios para el consumo de una amplia gama de usuarios; por ello, la relación que éstos tengan entre sí, es muy importante, debido a que las personas cuando adquieren un producto buscan principalmente satisfacer una o varias necesidades de manera eficiente, mientras que las empresas necesitan tener muchos clientes, ya que son quienes generan la principal fuente de sus ingresos; por ésta razón se puede decir que uno depende del otro.

En el país, la relación jurídica entre vendedores y consumidores, está regulada por la Ley de Protección al Consumidor; sin embargo, en la actualidad existe mucha inconformidad por abusos e irrespeto a los derechos de los compradores, lo que genera denuncias por: mala calidad, cobros injustos, publicidad engañosa, entre otras prácticas indebidas, que afectan la imagen corporativa o que van en detrimento de los clientes.

La reputación de las entidades es de suma importancia, puesto que es la primera percepción que se tiene al momento de elegir el establecimiento donde se van realizar las compras, es responsabilidad de cada uno de los negocios, analizar, evaluar y tomar las medidas necesarias de control interno; para acatar las regulaciones a las que estén sujetos dependiendo de su naturaleza, es por ello que hoy en día las auditorías de cumplimiento juegan un papel transcendental, debido a que por medio de estos trabajos se puede emitir una conclusión, sobre los procedimientos que se están ejecutando, determinando si están en concordancia con lo establecido en la Ley.

En atención a lo antes mencionado, nace la oportunidad para el auditor de ofrecer sus servicios para realizar evaluaciones sobre la aplicación de la Ley e incursionar en nuevas áreas como profesional y así obtener nuevas fuentes de ingresos.

Uno de los principales problemas con los que se encuentra el auditor, es el poco conocimiento de la Ley o la falta de recursos técnicos y bibliográficos que sirvan de parámetro y que le permitan poder revisar los puntos claves que están regulados en la normativa, es por ello que surgió la necesidad del presente estudio, en el que se elaboró un manual para evaluar la aplicación de la Ley, que le servirá como guía al momento de realizar el encargo, considerando la etapa de planeación, ejecución y elaboración del informe.

La investigación se desarrolló a través del método hipotético deductivo, describiendo las características del problema, se planteó la hipótesis y se tomaron como unidades de análisis a 29 auditores externos con la finalidad de poder sustentar una base real para la formulación de la propuesta; además, para determinar la necesidad que las empresas presentan de realizar evaluaciones a sus procedimientos por medio de auditorías de cumplimiento, se consideraron 32 jefes de sala de las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles en el municipio de San Salvador. A partir de los resultados obtenidos se pudo evidenciar que los auditores tienen un conocimiento no muy amplio sobre la Ley y poseen poca experiencia en la ejecución de este tipo de encargos.

INTRODUCCIÓN

Los auditores deben poseer principios, preparación y capacitación adecuada, que los oriente a realizar su trabajo con objetividad; más aún, si tienen que determinar, qué tan aplicados se encuentran las políticas y controles de las empresas a lo regulado en la Ley de Protección al Consumidor. En la actualidad la auditoría de cumplimiento es un área poco explotada, debido a la poca experiencia que los profesionales poseen para ofertar sus servicios y concientizar a las entidades sobre los beneficios que conllevan este tipo de trabajos.

En virtud de lo anterior, esta investigación se basa en la elaboración de un manual para evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor, en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, la cual consta de cuatro capítulos. En el primero se describe la situación problemática, justificación del tema, objetivos de la investigación e hipótesis con sus variables.

El segundo capítulo contiene los antecedentes de la Ley, generalidades de las unidades en estudio, se detallan los tipos de auditorías, el proceso de ejecución de las mismas, las características generales del auditor, las principales definiciones, base legal y técnica aplicable a las entidades. El capítulo tres corresponde a la metodología de la investigación, realizando el diagnóstico a través de los resultados obtenidos, detallando unidades de análisis, universo y muestra; así como las técnicas de recolección de datos. En el capítulo cuatro se desarrolló la propuesta, que consistió en la elaboración de un manual, en el que se detallan pasos a seguir en las tres fases de la auditoría para la evaluación de la Ley. Por último, se muestran las conclusiones, recomendaciones, bibliografía utilizada y los respectivos anexos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática en la evaluación de la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor

Desde los años 90's, El Salvador intenta dar respuesta a una problemática que ha afectado directamente los intereses de los compradores, debido a prácticas indebidas que se han dado por parte de las entidades, tales como: publicidad engañosa o pagos por bienes con estándares y calidad inferior a la ofrecida. Con el fin de velar por los derechos de los consumidores y procurar un equilibrio, certeza y seguridad jurídica en la relación con los proveedores, se aprobó en el año 1992 la Ley de Protección al Consumidor, que en adelante se denominará: “la Ley”. (Ley de Protección al Consumidor, 1992).

Desde que entró en vigencia la Ley, los negocios adquirieron el deber de implementar prácticas orientadas al cumplimiento de la misma, que respondan al principio de justicia social y de igualdad ante los intereses de los consumidores. Una buena opción es, solicitar o contratar los servicios de un auditor externo para que realice una auditoría de cumplimiento y así tener seguridad de que se cumple o no, con las regulaciones establecidas en la Ley, ya que por medio de este tipo de trabajo, se pueden identificar deficiencias o debilidades en los procesos que se están ejecutando, las cuales deben ser comunicados a la administración para que se tomen las medidas necesarias y así poder prevenir o mitigar los riesgos a los que se exponen.

El profesional de la contaduría pública, ejerciendo sus funciones en el área de auditoría externa; de cumplimiento, integral o consultoría independiente, tiene la responsabilidad de estar actualizado con las normativas y leyes aplicables a todas las empresas del país, debiendo tener las competencias y conocimientos necesarios para poder ofrecer sus servicios; sin embargo,

muchos auditores se especializan en las regulaciones básicas o más comunes, debido a que existe más información complementaria o de consulta como son las guías y manuales, que resultan útiles al momento de realizar una evaluación; por lo anterior dejan a un lado aquellas como por ejemplo las que se establecen en la Ley de Protección al Consumidor, lo que les dificulta poder ejecutar una auditoría de cumplimiento sobre la misma, debido a que no es frecuente realizar esta clase de trabajos y no existen recursos técnicos o material apropiado, donde se detallen pasos o modelos a seguir que les facilite llevar a cabo un encargo de este tipo.

La inexistencia de documentos a la medida que le sirvan de apoyo al auditor, puede ocasionarle limitantes como por ejemplo, dificultad para diversificar sus servicios y la ejecución de los mismos, obtener experiencia en nuevas áreas, estancamiento en su cartera de clientes; ya que si el profesional desconoce sobre la Ley en estudio y no cuenta con una herramienta que le sirva de guía o consulta, se le hará difícil realizar un trabajo de esta categoría, orientado a evaluar la aplicación de la misma.

En virtud de lo anterior, surgió la necesidad de crear un manual, que le facilite o sirva de apoyo al auditor, para ejecutar encargos sobre la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor.

1.2. Enunciado del problema

El enunciado del problema tiene por objetivo identificar y describir cada uno de los elementos de la problemática abordada, por ello la investigación está orientada a brindar una herramienta que fortalezca los conocimientos del auditor, en el desarrollo de una auditoría de cumplimiento sobre la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor. Por lo que el grupo de investigación, realizó la formulación del problema de la siguiente forma:

¿De qué manera incide en el trabajo a realizar por parte del profesional de la contaduría pública, la falta de un manual para evaluar la aplicación de Ley de Protección al Consumidor, en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles?

1.3. Justificación del tema

1.3.1. Novedoso

En la actualidad, la evaluación de la aplicación de leyes específicas como la Ley de Protección al Consumidor y la ejecución de auditorías de cumplimiento, es un tema poco conocido por los profesionales, ya que se han dedicado a realizar trabajos tradicionales como exámenes a los estados financieros y leyes tributarias, por lo que podría resultar difícil ofertar este tipo de trabajos. Por tal motivo, nace la necesidad de diseñar un manual para evaluar que la aplicación de los procedimientos esté acorde a la legislación en estudio y que sirva a los profesionales como apoyo en el desarrollo de sus funciones.

1.3.2. Factibilidad

1.3.2.1. Bibliográfica

Durante el desarrollo de la investigación, el equipo de trabajo contó con recursos bibliográficos como: las Normas Internacionales de Auditoría, marco de referencia COSO ERM, la Ley de Protección al Consumidor y su respectivo reglamento, Criterios Jurisprudenciales de Protección al Consumidor, Políticas de Protección al Consumidor y demás información complementaria a la cual se tiene acceso por medio electrónico, como por ejemplo: sitio web de la Defensoría del Consumidor, la biblioteca de la Universidad de El Salvador, Ministerio de Hacienda, DIGESTYC, entre otras.

1.3.2.2. Campo

La Ley de Protección al Consumidor es aplicable a todas las empresas de comercio, industria y servicios. En la elaboración del manual para la evaluar la aplicación de dicha Ley, se contó con el apoyo de profesionales en contaduría pública, así como de las entidades dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, a través de encuestas que evidencian y respaldan la falta de material bibliográfico específico, para realizar este tipo de trabajo. La información proporcionada por las partes involucradas, será fundamental para dar una posible solución de la problemática.

1.3.2.3. Utilidad social

La investigación efectuada se ajusta a las necesidades de los principales beneficiados, los cuales son:

Los profesionales de la contaduría pública ejerciendo como auditores externos, al contar con un manual, podrán diversificar su trabajo, llevando a cabo auditorías de cumplimiento sobre la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor en las entidades dedicadas a la venta de electrométricos y muebles.

Los estudiantes de contaduría pública, podrán contar con material que sirva de valor agregado para su formación como profesionales, sobre el trabajo de una auditoría de cumplimiento, a una ley en específico.

En general se beneficiará la población, que, como consumidores de las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, son los principales afectados por las decisiones que se toman, pues la Ley busca crear un ambiente de protección y respeto a sus derechos y establecer una adecuada relación entre clientes y proveedores, los cuales pueden

mejorarse por medio de auditorías de cumplimiento, ya que como resultado de esto, las empresas pueden tomar conciencia y buscar solventar sus debilidades, brindando una mejor atención al cliente, proporcionando información oportuna y veraz para que puedan adquirir los productos.

1.4. Objetivos de la investigación

Los objetivos planteados para el abordaje de la problemática que fue sujeta a investigación, son los siguientes:

1.4.1. Objetivo general

Diseñar un manual para evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor, que contribuya a orientar al profesional en contaduría pública, en el desarrollo de una auditoría de cumplimiento, en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles.

1.4.2. Objetivos específicos

- a) Analizar las obligaciones y prohibiciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor, para proporcionar lineamientos que sirvan de base a los auditores al momento de realizar una auditoría en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles.
- b) Elaborar procedimientos que sirvan de base para que el auditor pueda realizar una evaluación de la aplicación a la Ley de Protección al Consumidor.
- c) Identificar dentro de las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, áreas que pueden considerarse susceptibles para el incumplimiento de La Ley de Protección al Consumidor.

1.5. Hipótesis de la investigación

Para orientar la investigación y dar una respuesta tentativa a la problemática antes descrita, se planteó la siguiente hipótesis:

El diseño y utilización de un manual para evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor, contribuirá al desarrollo de conocimientos del profesional en contaduría pública, al momento de ejecutar el proceso de auditoría en las empresas que se dedican a la venta de electrodomésticos y muebles.

1.5.1. Determinación de variables

La variable independiente se definió así: manual para evaluar la aplicación de Ley de Protección al Consumidor.

Variable dependiente: desarrollo de conocimientos para ejecutar el proceso de una auditoría de cumplimiento.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes y evolución de la Ley de Protección al Consumidor en El Salvador

2.1.1. Antecedentes

A lo largo del tiempo, la relación entre los consumidores y los proveedores no se ha manejado de manera equitativa, debido a que las empresas a diferencia de los compradores, conocen ampliamente sus productos; pudiendo ofertar características diferentes o calidad inferior a la que realmente poseen, mientras que las personas que lo adquieren no se encuentran en condiciones de negociar.

Con el objetivo de lograr una relación simétrica entre las partes que intervienen en la compra-venta, surge la iniciativa de crear una normativa enfocada a velar por los derechos de los consumidores, regulando de esta forma las prácticas que se realizan por parte de los proveedores. Es por ello que se aprueba en El Salvador, la Ley de Protección al Consumidor, estableciendo reglas de justicia contractual, que brinden un equilibrio de mercado; fue publicada en el Diario Oficial el 31 de agosto de 1992, posteriormente se efectuaron reformas para ampliar y mejorar las regulaciones y derechos establecidos, la primera se realiza en el año 1996, la segunda en el 2005 y la que está sujeta de aplicación por parte de las entidades y actualmente vigente, se actualizó en el año 2013.

Para cumplir lo establecido en la Ley, se creó la Defensoría del Consumidor, en adelante denominada “la defensoría”, que es la institución encargada de velar por los derechos de los consumidores; así como también, es la que recibe las denuncias por medio del centro de solución de controversias, interviniendo a través de la conciliación, la mediación y el arbitraje.

2.1.2. Evolución

Ley de 1992

Con la aprobación de la Ley, se pretende establecer un marco regulatorio de protección al consumidor; en ella, se contemplan 6 derechos fundamentales los cuales son:

- a) La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y su seguridad.
- b) Promoción y protección de sus derechos económicos considerados como personas naturales.
- c) El acceso a una información adecuada.
- d) La educación de los consumidores.
- e) La posibilidad de compensación efectiva a su favor.
- f) La libertad de poder constituir grupos u otras organizaciones.

El objeto de la Ley, se limitaba a salvaguardar los intereses de las personas que adquirirían los productos, ante fraudes y abusos del mercado. La estructura estaba conformada por un sólo capítulo, el cual se dividía en 32 artículos y las facultades de la defensoría se resumían en 6 atribuciones, las cuales no eran suficientes para que pudieran realizar su rol de ente regulador y hacer cumplir los derechos de los consumidores. (Reforma Ley de Protección al Consumidor, 1992)

Reforma de Ley de 1996

Las propuestas para la reforma, fueron aprobadas por la Asamblea Legislativa, en el año de 1995; sin embargo, el presidente de la república de ese período, sancionó la Ley; por lo tanto, los cambios solicitados no se perfeccionaron sino hasta 1996.

Entre las principales reformas y adiciones se pueden mencionar:

- a) Se incluye en el concepto de consumidor a las personas jurídicas.
- b) Empiezan a definir directrices para la regulación de los contratos de adhesión y el establecimiento de las cláusulas abusivas.
- c) Detallan regulaciones sobre la publicidad engañosa.
- d) Establecen los mecanismos de pruebas en beneficio de los consumidores.
- e) Aumentaron 2 atribuciones a las funciones de la defensoría.
- f) Reformaron los montos de algunas de las sanciones, por ejemplo: las cantidades monetarias a cancelar por infracciones que se realizan por primera vez, por reincidencia y las que se realizan por tercera vez.

En los cambios realizados durante este año, se aumentaron 6 artículos, haciendo un total de 38, la mayor parte de la Ley fue reformada, pues lo que se buscaba era ampliar el contenido y ámbito de aplicación. (Reforma Ley de Protección al Consumidor, 1996)

Reforma de Ley de 2005

Las discusiones para la reforma de la Ley surgen durante el año 2004, pero son presentadas y aprobadas en el 2005, las cuales se pueden resumir en los siguientes puntos:

- a) Se realiza un reconocimiento más amplio de los derechos de los consumidores.
- b) Son definidas las responsabilidades de los proveedores ante los compradores.
- c) Definen una amplia lista de infracciones que se categorizan en leve, graves y muy graves.
- d) Se establecen multas para las diferentes infracciones.
- e) Se crea el Consejo Consultivo y un Tribunal Sancionador.
- f) Las facultades de la Defensoría pasan de 8 a 18 atribuciones.

La estructura básica de la Ley sufre un cambio radical, se agregan una serie de artículos llegando a un total de 172, los cuales se divide en 6 títulos y 17 capítulos. (Reforma Ley de Protección al Consumidor, 2005)

Los títulos quedan redactados de la siguiente manera:

- I. De la protección del consumidor.
- II. Infracciones y sanciones.
- III. De la Defensoría del Consumidor.
- IV. Procedimientos.
- V. Sistemas nacionales de protección al consumidor.
- VI. Disposiciones finales, transitorias, derogatorias y vigencia.

Reforma de Ley de 2013

Después de analizar las modificaciones anteriores realizadas a la Ley y en búsqueda de una mejora del marco legal para la protección de los consumidores, se presenta una nueva propuesta de reforma, la cual contiene 12 adiciones y 30 modificaciones de artículos, entre los que se pueden mencionar:

- a) La protección de los derechos como consumidores a las personas discapacitadas.
- b) Regulaciones específicas para evitar abusos de cobros indebidos.
- c) Se establecen los requisitos que deben cumplir los contratos en las ventas a plazos.
- d) Se regula el derecho de retracto (Ley de Protección al Consumidor, 2013).

2.2. Marco conceptual

Proveedor: son aquellas personas naturales o jurídicas, cuyo giro principal es la comercialización o distribución de bienes muebles y la prestación de servicios, para una amplia gama de consumidores.

Consumidor o usuario: es aquella persona natural o jurídica, que adquiere a un determinado precio, bienes y servicios de los proveedores para su uso o consumo.

Procedimiento: son lineamientos o pasos a seguir previamente establecidos por determinada entidad, bajo los cuales se hacen una o varias actividades con el objetivo de minimizar un posible riesgo en el área de aplicación del mismo, los procedimientos deben estar de forma escrita y sujetos a revisión y modificaciones.

Derechos del consumidor: son los beneficios que pertenecen a los usuarios de un servicio determinado, los proveedores deben cumplir con las obligaciones y prohibiciones que les establece la Ley, para no violar los derechos a los consumidores.

DPC: Defensoría de Protección al Consumidor, es el ente encargado de velar por la aplicación de las disposiciones establecidas en la Ley, realiza inspecciones o auditorías, recibe las quejas y denuncias de los consumidores e impone sanciones y multas.

Riesgo de reputación: es el riesgo al que todas las empresas están expuestas, ya que cualquier opinión positiva o negativa afecta la credibilidad que los clientes tendrán de la misma. La insatisfacción de un cliente sobre el producto adquirido o el servicio recibido, podría ocasionar que busquen otras opciones dejando a un lado la preferencia por dicha empresa.

Denuncia: es el acto de notificar o declarar de forma pública, irregularidades o ilegalidades sobre algún determinado evento.

Infracción: falta o incumplimiento de una ley o norma, que regula un comportamiento en un contexto determinado, en la Ley de Protección al Consumidor se establecen 3 tipos de infracciones: leve, graves y muy graves.

Sanción: es la imposición de una pena o castigo a un individuo ante un comportamiento considerado como inapropiado y que está regulado en una normativa. En la Ley de Protección al Consumidor se establecen sanciones para cada tipo de infracción.

2.3. Auditoría de cumplimiento

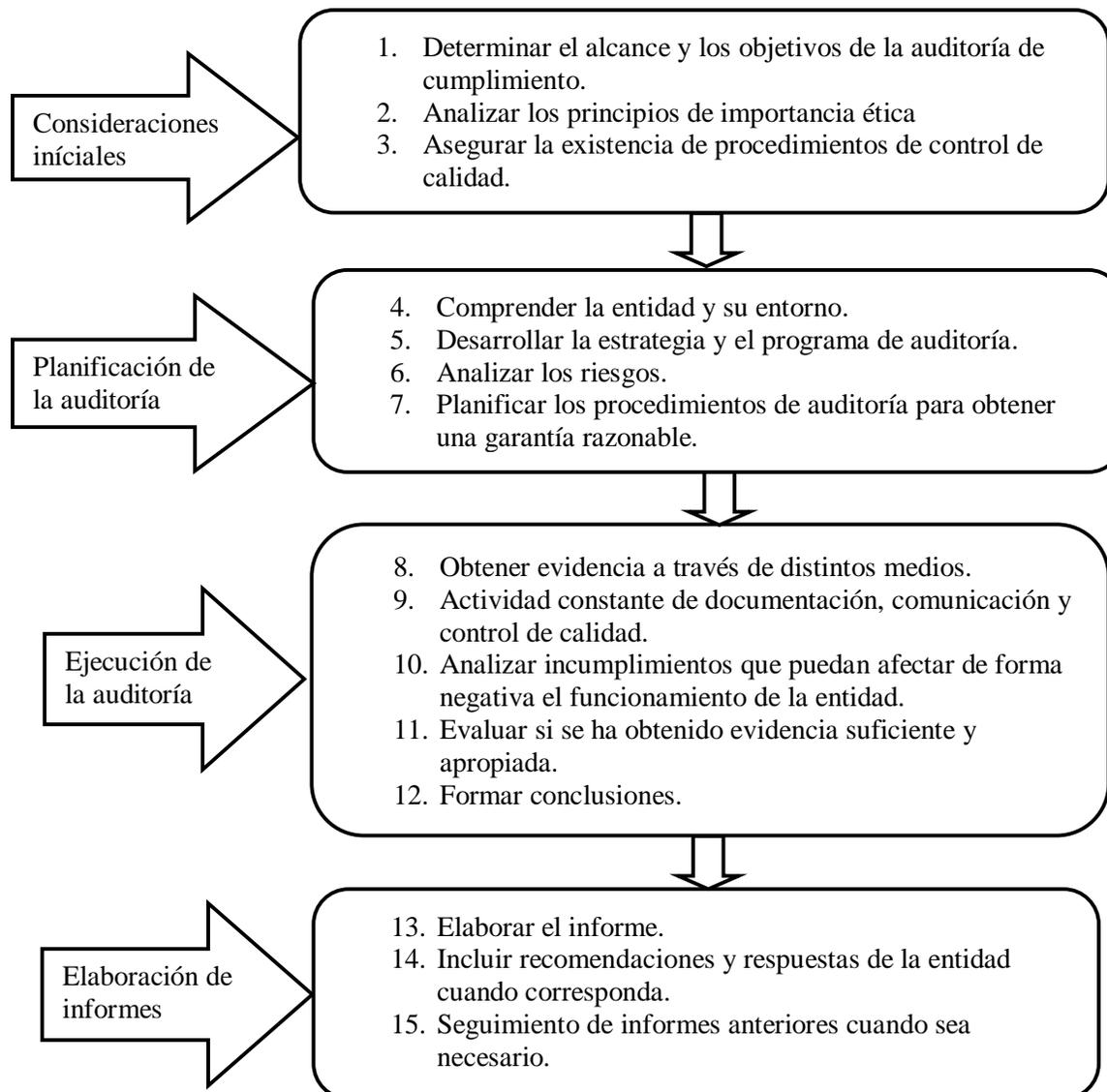
“La auditoría de cumplimiento, es el examen realizado para verificar si los procedimientos utilizados y las medidas de control interno, están de acuerdo a las normas que le son aplicables y si dichos lineamientos están operando de forma efectiva o son adecuados para el logro de los objetivos de la entidad”. (Dennis Arter, 2004, 9).

Este tipo de trabajo, trata sobre la revisión de cómo las empresas han aplicado las leyes, reglamentos y políticas establecidas para el desarrollo de sus actividades. La función principal es determinar si las medidas de control interno están de acuerdo a las normas que le son aplicables y si los procedimientos están operando de manera efectiva para lograr los objetivos de la entidad. En la figura 1, se muestra el proceso necesario para poder realizar una auditoría de cumplimiento.

2.3.1. Importancia de la auditoría de cumplimiento

La auditoría de cumplimiento es muy importante, ya que a través de ella se verifica la aplicación de las leyes y regulaciones para el funcionamiento de una empresa, detecta fallas en los procesos adoptados o inconsistencias en cuanto a las disposiciones legales, con el objetivo de minimizar los riesgos que podrían afectar los beneficios económicos, favoreciendo de esta forma la protección de los intereses de las entidades; además, se puede mejorar la supervisión de la ejecución de las políticas o procedimientos y así lograr disminuir los riesgos operativos.

Figura N° 1 *Proceso para la realización de una auditoría de cumplimiento*



Elaboración: Equipo de investigación E89

2.4. Fases de auditoría

2.4.1. Consideraciones previas

La firma de auditoría proporciona una oferta de servicios a la entidad que lo requiera, para informar sobre aspectos importantes de la sociedad, conocimiento teórico con el que cuenta

el personal a cargo, la experiencia en otras entidades, aspectos a considerar para la realización del trabajo y los honorarios por el servicio.

Antes de establecer el alcance, objetivos y elaborar el plan de auditoría, es importante realizar un conocimiento previo de la entidad; para poder definir claramente las condiciones básicas del servicio a prestar, por medio de una oferta técnica y establecer la relación profesional, dicho documento debe presentarse físicamente, en papel membretado.

El auditor debe proporcionar información al cliente sobre los contextos importantes para la realización del trabajo como lo son: el tiempo estimado, honorarios y gastos, los elementos que serán proporcionados al auditor, la coordinación de ambas partes para llevar a cabo el encargo. Lo anterior se debe comunicar por escrito al cliente, requiriendo también formalmente la aceptación, esto con la finalidad de evitar contratiempos en el futuro.

Posterior a la aceptación del encargo, se deberá pedir a la persona responsable de solicitar su servicio, los datos de los empleados tales como: cargo, nivel de autoridad y obligaciones dentro de la empresa; para así ser presentado a los mismos, con la finalidad de ponerse en contacto con ellos para obtener información que sea requerida.

Las entrevistas previas deben realizarse con el gerente, contador, auditor interno y en general personal administrativo, que le permita al auditor conocer las áreas reales de la empresa, ya que en ocasiones puede diferir con la estructura del organigrama, las operaciones que se llevan a cabo y las políticas generales de la entidad.

2.4.2. Planeación

En esta fase se determina la relación que existirá entre la empresa y el auditor, se realiza una comprensión del entorno de la entidad, su estructura organizativa, conocimiento del control

interno; por medio de las políticas y procedimientos que la entidad establece. Se debe recopilar la información necesaria que servirá de base para las siguientes etapas.

2.4.2.1. Concepto

La planeación de una auditoría, consiste en estructurar un plan que ayude a prever la totalidad del trabajo a desarrollar, los objetivos y los medios que se disponen para la ejecución de la misma. Esta planificación debe ajustarse a las necesidades de la empresa, para poder practicar la evaluación de los lineamientos establecidos en la Ley de Protección al Consumidor.

2.4.2.2. Importancia

En esta etapa se organiza y administra de forma apropiada, el desarrollo de las actividades a realizar, para evitar o minimizar la improvisación, permitiendo que se le preste mayor atención a las áreas importantes o consideradas de riesgo, debido a que el auditor se familiariza con la entidad y su entorno. La adecuada planeación permite obtener resultados certeros y satisfactorios que servirán de base para sustentar la conclusión expresa en el informe.

2.4.2.3. Conocimiento del cliente

El conocimiento del cliente es una parte importante y fundamental para llevar a cabo un trabajo de auditoría, es la base para poder identificar prácticas, políticas o actividades que puedan ocasionar un efecto negativo en la entidad.

Para obtener mayor conocimiento de la empresa y su entorno, el auditor deberá solicitar por lo menos la siguiente información:

- a) Datos generales de la sociedad: en esta sección se debe recopilar información básica y propia de cada empresa, como la razón social, número de identificación tributaria, número de registro de contribuyente, dirección, fecha de constitución, misión y visión.

- b) Actividad económica: dentro de este rubro se debe conocer el giro, productos que comercializa y a qué tipo de clientes están orientados.
- c) Accionistas y personal clave del encargo de la auditoría: esto puede estar conformado por los datos generales de los accionistas y cargo dentro de la entidad.
- d) Organigrama de la empresa: se debe solicitar el organigrama, para conocer la dependencia y responsable de cada puesto. Conocer la estructura es muy importante ya que permite determinar si se cuenta con áreas o personal capacitado para dar solución a los conflictos que se puedan presentar, especialmente entre consumidor y proveedor.
- e) Políticas y controles internos de la entidad: para el estudio y análisis de los mismos, se debe requerir a la administración, las políticas y procedimientos que posee; para evaluar si estas están orientadas a dar cumplimiento a lo regulado en la Ley.
- f) Principales clientes y proveedores: el auditor debe indagar sobre los clientes y proveedores potenciales que tiene la entidad, determinando si estos son nacionales o extranjeros; para poder determinar sobre el tipo de información que se solicitará al momento de efectuar la compra venta de los productos y conocer las regulaciones aplicables según sea el caso.

2.4.2.4. Estudio de control interno

El estudio del control interno, sirve para identificar áreas críticas, por medio del conocimiento de controles específicos implementados por la entidad, para dar cumplimiento a lo regulado en la Ley y poder establecer la naturaleza y alcance de los procedimientos a ejecutar.

Para comprender a detalle las actividades desarrolladas, el auditor se puede auxiliar del método descriptivo, gráfico y de cuestionario.

a) Método descriptivo

En este método se narran los procedimientos relacionados con el control interno, las características de los procesos que se ejecutan en las diversas áreas de la empresa, ayudando a identificar debilidades.

Para elaborar una narrativa, se debe seguir los siguientes pasos:

- ✓ Definir el área y procedimiento de control interno sobre el que se quiere indagar.
- ✓ Identificar al personal responsable de ejecutar la actividad.
- ✓ Solicitar al encargado que proporcione una descripción de los procedimientos que sigue para realizar su trabajo.
- ✓ Redactar la narrativa con la información brindada.

La estructura de las narrativas para evaluar el control interno no tiene un formato específico; sin embargo, existen elementos que deben ser considerados al momento de su elaboración, por ejemplo, encabezado, cuerpo y pie.

b) Método gráfico

Este método, se utiliza para obtener una comprensión más precisa de cómo opera la entidad, especialmente cuando están involucrados diversos departamentos o procesos. Los flujogramas revelan y describen la estructura de los procedimientos de forma gráfica, de la secuencia de las operaciones de las áreas relacionadas.

c) Cuestionario de control interno

Esta herramienta sirve para evaluar la situación actual del control interno de la empresa, debe ser contestado por el personal de las distintas áreas, con la finalidad de obtener parámetros en los cuales debe darse más énfasis en la auditoría.

Entre las técnicas para el estudio del control interno, están las narrativas, los flujogramas y los cuestionarios, siendo este último el más utilizado, pues su principal característica es ser conciso, claro y se obtiene una respuesta exacta a la interrogante; además, permite que el auditor no omita aspectos importantes a ser evaluados.

2.4.2.5. Evaluación de control interno

a) Evaluación de riesgos

La matriz de riesgos es una herramienta útil, que permite identificar de manera efectiva las áreas críticas o debilidades que tiene una empresa, la probabilidad de que estos ocurran y el impacto que generen; permitiendo al auditor enfocar y crear procedimientos para determinar si los controles aplicados son fiables o no.

2.4.2.6. Programas de auditoría

Los programas de auditoría son documentos elaborados por el auditor, constituyen esquemas detallados del trabajo a efectuarse y en ellos se expone la naturaleza, oportunidad y alcance de los procedimientos de auditoría. Esto sirve como un conjunto de instrucciones para ser aplicados durante el curso del examen y documentar la conclusión del profesional sobre el cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor en la entidad.

a) Objetivos de los programas de auditoría

Se deben establecer los objetivos que se pretende alcanzar con la ejecución de los programas, definiendo el objetivo general por cada componente o área a evaluar y los objetivos específicos.

b) Propósito de los programas

Los programas de auditoría son diseñados para cumplir con actividades específicas y tienen como propósito principal lo siguiente:

- ✓ Dar a conocer a cada miembro del equipo de auditoría, un plan sistemático del trabajo que se debe desarrollar, considerando las diferentes áreas o elementos a evaluar durante la ejecución del mismo.
- ✓ Comprometer y responsabilizar a los miembros del equipo de auditoría, por el cumplimiento eficiente del trabajo que se le ha encomendado.
- ✓ Servir como registro cronológico de las actividades que se han realizado, ayudando a evitar dejar pendiente procedimientos básicos o importantes.
- ✓ Facilitar a los supervisores, la revisión del trabajo realizado.
- ✓ Proporcionar un registro del trabajo realizado y la evidencia que se tiene del mismo.

c) Responsabilidad de los programas

La elaboración del programa de auditoría, es responsabilidad del auditor jefe del equipo en conjunto con el supervisor, tomando en cuenta las leyes aplicables a la empresa y las técnicas a utilizar para el desarrollo de los mismos, además es el encargado de distribuir el trabajo a su equipo y velar por su ejecución. Se debe evaluar constantemente el grado de avance del encargo, realizando oportunamente las revisiones y ajustes según las circunstancias que afectan el desarrollo de la auditoría.

d) Revisión de los programas de auditoría

Los programas establecidos inicialmente, deben estar prestos a modificaciones que ayuden a evaluar de mejor manera cada uno de los componentes y en el caso de que resulten ineficientes o innecesarios, puedan quedar sin ejecutar.

2.4.3. Ejecución

En esta fase los auditores deben desarrollar la estrategia planeada, con el objetivo de obtener evidencia por medio de los procedimientos plasmados en los programas y elaborar los respectivos papeles de trabajo, para fundamentar las conclusiones, recomendaciones y hallazgos que puedan surgir.

2.4.3.1. Evidencia de auditoría

Es la información utilizada por el auditor, para alcanzar las conclusiones en las que basa su opinión (NIA500).

Figura N° 2 Evidencia de auditoría



Elaboración: Equipo de investigación E89

La evidencia se considera suficiente y competente, cuando cumple características como: Relevante, autentica y neutral. Para lograr obtenerla se puede basar en diferentes técnicas, dependiendo del procedimiento a evaluar.

2.4.3.2. Técnicas de auditoría

Son métodos de investigación y prueba, que se utilizan para comprobar si se cumple o no con los criterios evaluados, entre algunas de las técnicas se pueden mencionar:

Tabla N° 1 Técnicas de auditoría

| Tipo de técnica | Técnica | Descripción |
|-----------------|-------------------------|--|
| Ocular | Comparación | Es el estudio de los casos o hechos, para descubrir igualdad o diferencias al examinar, con el fin de apreciar semejanzas. |
| | Observación | Presenciar un proceso o un procedimiento aplicado por otras personas, para verificar la autenticidad de los hechos. |
| Oral | Indagación | Consiste en obtener información verbal, a través de averiguaciones y conversaciones. |
| Escrita | Confirmaciones externas | Se obtiene mediante una respuesta directa, escrita de un tercero. |
| Documental | Revisión selectiva | Consisten en un ligero examen, con la finalidad de separar las transacciones que no son típicas o normales. |
| | Comprobación | Consiste básicamente en comprobar hechos a través de la documentación comprobatoria. |
| | Recálculo | Se comprueba la exactitud de los cálculos matemáticos, incluidos en los documentos o registros. |
| Física | Inspección | Implica un examen a registros o documentos, ya sean internos o externos |

Elaboración: Equipo de investigación E89

2.4.3.3. Pruebas de auditoría

El auditor obtiene evidencia del cumplimiento de las regulaciones establecidas en la Ley, por medio de las pruebas aplicadas a los procedimientos y controles a evaluar.

a) Clasificación de las pruebas de auditoría

✓ **De control:**

Están relacionadas con el grado de efectividad del control interno aplicado por las empresas y en los que el auditor basa su confianza, los aspectos relacionados a este tipo de pruebas son: la frecuencia con la que se ejecutan los controles definidos, la calidad con la que se realizan los procesos que se buscan evidenciar, básicamente lo que se pretende es documentar si se trabaja con eficiencia y con continuidad o si solo se realizan los controles cuando se está bajo la supervisión de alguien.

✓ **Analíticas:**

Se utilizan haciendo comparaciones entre dos o más cuentas, para observar su comportamiento y realizar un análisis de la entidad.

✓ **Sustantivas:**

Son las que se aplican a cada cuenta en particular, en busca de evidencias comprobatorias relacionadas a la integridad, exactitud y valides de los saldos o procesos evaluados.

2.4.3.4. Muestra en la auditoría

El muestreo, es la aplicación de una herramienta de investigación científica, la que tiene por objetivo determinar que parte del 100% del universo debe examinarse o ser estudiado, con la finalidad de obtener evidencia de auditoría sobre características específicas de los elementos seleccionados.

a) Tipos de muestreo

La muestra debe elegirse considerando al total de la población, debido a que, si es seleccionada a conveniencia o de una manera que facilite a los auditores la realización del

trabajo de auditoría, se podría incurrir en el riesgo de muestreo, es decir que no sería representativa de la selección, para ello se puede utilizar alguno de los siguientes métodos:

- ✓ **El muestreo estadístico:** consiste en la aplicación de los fundamentos o principios de la probabilidad, donde todos los individuos o elementos tienen la misma oportunidad de ser elegidos para formar parte de la muestra, algunas de las técnicas o métodos que se utilizan son los siguientes:
 - El muestreo por atributos: en esta técnica se debe extraer aleatoriamente una muestra de un lote y clasificar cada unidad de acuerdo a sus atributos que pueden ser aceptables o defectuosos. Si el número de unidades defectuosas es menor o igual que un cierto número predefinido, entonces el lote es aceptado, en caso de que sea mayor el lote es rechazado.
 - Muestreo por unidades monetarias: es un método de muestreo estadístico que utilizan los auditores, para determinar la exactitud de los valores expresados en una cuenta, cada dólar en una transacción representa una unidad de muestreo por separado.
 - Muestreo estratificado: es la técnica en la que el auditor debe dividir al universo en diferentes subgrupos o estratos para posteriormente seleccionar aleatoriamente los elementos finales de cada estrato que conformaran sus unidades de análisis.
 - Muestreo sistemático: es aplicado cuando los elementos del universo están ordenados, consiste en seleccionar un elemento, cada cierto intervalo hasta obtener la cantidad deseada.
 - Muestreo aleatorio simple: en la aplicación de esta técnica probabilística, todos los elementos cuentan con la misma probabilidad de ser seleccionados, es uno de los métodos más utilizados en la selección de las muestras.

2.4.3.5. Papeles de trabajo

Los papeles de trabajo son un conjunto de documentos que posee el auditor como resultado de las pruebas realizadas, en ellos se detallan los registros de todos los procedimientos que fueron necesarios para la obtención de la evidencia en el encargo, desde la planificación hasta la emisión del informe, su finalidad es dejar constancia que se cumplieron los objetivos establecidos para la auditoría.

a) Clasificación de los papeles de trabajo

De acuerdo a su contenido los papeles se pueden clasificar en diferentes tipos de cedulas, las cuales son:

- ✓ Sumaria: se resumen los procedimientos y conclusiones de cada rubro o área evaluada.
- ✓ Detalle: se incluye la segregación de las áreas en estudio detalladas en la cédula sumaria.
- ✓ Hallazgos: contiene los incumplimientos identificados durante la ejecución del trabajo.
- ✓ Marcas: contiene símbolos o marcas de chequeo que se utilizan para documentar el trabajo efectuado por el auditor en cada cédula, con el fin de ahorrar espacio y tiempo, principalmente cuando el procedimiento de auditoría se repite para varios datos que figuran en el papel de trabajo; además, son signos elaborados para identificar y explicar los procedimientos de auditoría ejecutados.

2.4.3.6. Archivos de auditoría

La documentación que contiene la información recolectada durante el proceso de la auditoría se puede compilar en 3 archivos, que se clasifican en: administrativo, permanente y corriente.

a) Archivo Administrativo

Este archivo contiene la información referente al encargo de auditoría, como la oferta de servicios, oferta técnica, carta de compromiso, entre otros.

b) Archivo Permanente

Contiene información que contribuye al conocimiento general de la entidad, para el análisis de la situación en la que se encuentra y los procedimientos que aplica para la ejecución de sus actividades, esta documentación servirá de consulta durante el desarrollo de la auditoría, debido al tipo de información que se resguarda en este archivo se considera de vigencia alargada y que no sufre mayor cambio.

Para la elaboración de este archivo se debe solicitar a la administración, la información necesaria para el conocimiento de la entidad, mediante una carta de requerimientos.

c) Archivo Corriente

Contiene la información que respalda el trabajo realizado; es decir, los papeles de trabajo, pruebas de cumplimiento y sustantivas, que se ejecutaron durante la evaluación.

Al término de la auditoría los papeles de trabajo generados durante el desarrollo del trabajo, se deberán archivar en el legajo correspondiente.

2.4.3.7. Conservación de los papeles de trabajo

Al finalizar la auditoría, los papeles de trabajo que respaldan la conclusión emitida, deben de resguardarse por un período de 5 años, quedando bajo la custodia de la firma de auditoría.

2.4.3.8. Hallazgos de auditoría

Son las debilidades de los controles, identificadas durante la ejecución del trabajo de auditoría y que deben ser comunicados a la administración.

2.4.4. Informe

Es el documento en el que el auditor expresa una opinión o conclusión, sobre los resultados del trabajo de auditoría realizado en un período determinado, el informe de auditoría es sustentado con el resultado de las pruebas realizadas.

2.4.4.1. Características del informe

Para comunicar los resultados y hallazgos encontrados en el desarrollo del trabajo y que la información presentada, sirva de base para la toma de decisiones de las entidades; el informe de auditoría debe cumplir con características como:

- a) Oportuno: debe emitirse en el menor tiempo posible, después de haber finalizado la investigación y desarrollo del encargo, pues los resultados son importantes para que la empresa de respuestas y tome acciones preventivas o correctivas.
- b) Completo: se debe proporcionar la información relevante del análisis realizado y brindar una conclusión sobre si cumple o no la aplicación de la Ley, para que se pueda interpretar de forma clara las deficiencias.
- c) Objetivo: las conclusiones emitidas en el informe deben realizarse de manera imparcial; es decir, que debe reflejar la situación real en la que se encuentra la empresa, para que se puedan tomar medidas acertadas para solventar las deficiencias.

- d) Convincente: a través del desarrollo de la auditoría, se debe recolectar evidencia suficiente para sustentar las conclusiones que se presentaran en el informe y éstas últimas deben ir enfocadas a dar respuesta, si las empresas cumplen con las regulaciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor.

2.4.4.2. Elaboración del informe

Para la elaboración del informe deben tenerse en cuenta los siguientes aspectos:

- a) En la medida de lo posible, debe agregarse recomendaciones sobre las conclusiones presentadas de forma constructiva, para contribuir a mejorar los controles implementados por las empresas.
- b) Debe tener una estructura y lenguaje adecuado, para que la información presentada sea asimilada y entendible por las partes interesadas.
- c) Los informes deben comunicarse oportunamente a las autoridades competentes y en los tiempos establecidos, de acuerdo a la planeación de auditoría.

2.4.4.3. Estructura y formalidades del informe de auditoría

- a) Título o identificación del tipo de auditoría realizada, como ejemplo: “Informe de auditoría de cumplimiento a la Ley de Protección al Consumidor”, para que pueda distinguirse de otros tipos de informes y auditorías.
- b) Destinatarios: a quienes va dirigido el informe, es decir a quienes solicitaron el encargo de trabajo de auditoría.
- c) Párrafo introductorio: que deberá contener la naturaleza de la auditoría, el período cubierto en la misma, objetivos y el alcance, el cual está determinado por los

procedimientos empleados para lograr el objetivo de la auditoría, los tipos de evidencia utilizados, además se deberá incluir cualquier limitante que pudo generar dificultades para realizar el trabajo.

- d) Párrafo legal: este párrafo explica brevemente en que consiste la Ley de Protección del Consumidor y la importancia de la aplicación en las empresas.
- e) Resultados: es la descripción de los hallazgos encontrados en la ejecución de la auditoría y no solventados por la administración y que sirven de base para formar la conclusión del auditor, previa discusión con la administración.
- f) Comentarios por parte de la administración: se refiere a las decisiones que tomará la entidad para dar respuestas a las debilidades encontradas.
- g) Comentarios de los auditores: con respecto a la postura que la administración presentó en referencia a las recomendaciones realizadas.
- h) Fecha del informe: debe contener día, mes y año en el que se presenta el informe.
- i) Firma, nombre y sello del auditor.

2.5. Perfil profesional del contador público en el desarrollo de auditorías de cumplimiento

El profesional en contaduría pública juega un papel muy importante dentro de las entidades, debido a que es el encargado de recolectar, clasificar, contabilizar y supervisar las transacciones monetarias de las mismas; realiza trabajos de auditorías en todas sus ramas, para lo cual es necesario que posea amplios conocimientos de las leyes tributarias y la normativa contable para determinar su aplicación.

Para lograr los resultados esperados, el auditor debe estar capacitado y dentro de su perfil se debe considerar los siguientes requisitos:

a) En cuanto a la formación académica:

✓ Graduado de la carrera Licenciatura en Contaduría Pública.

b) Formación complementaria:

✓ Tener amplios conocimientos de la legislación y normativa aplicable a las auditorías.

✓ Capacitarse de forma continua.

c) Valores, habilidades y destrezas

✓ Responsable.

✓ Honesto.

✓ Discreto.

✓ Ejercer la profesión con independencia e integridad.

✓ Capacidad de análisis y liderazgo.

✓ Excelentes relaciones interpersonales.

✓ Trabajo en equipo.

✓ Secreto profesional.

2.5.1. Principios éticos del profesional en contaduría pública

Los auditores deben cumplir con principios éticos, que son de carácter obligatorio para poder ejercer de manera eficiente su profesión.

A continuación, se detallan algunos de los más importantes:

- a) Integridad: debe comprometerse con rectitud y honestidad en todas sus relaciones profesionales.
- b) Objetividad: el auditor en el desarrollo de sus actividades siempre mostrará imparcialidad y desinterés en su actuación.
- c) Independencia: este principio también obliga al auditor a actuar de manera imparcial, con autonomía de pensamiento y de criterio.
- d) Confidencialidad: toda la información que le proporcionan no tiene que ser revelada, ya que debe guardar el secreto profesional. Los auditores no deben brindar datos confidenciales a terceros de una empresa determinada, únicamente pueden hacerlo a instituciones especificadas por mandato legal.

2.5.2. Educación continuada del auditor

La educación continuada, es un requisito que establece el Consejo de Vigilancia de la Profesión de Contaduría Pública y Auditoría a través de la Norma de Educación Continuada, definida como: “la actualización de conocimientos para responder de manera eficiente a las necesidades de las empresas, el auditor está en la obligación de cumplir con el número mínimo de horas que el Consejo defina a inicios de cada año”. (Ley reguladora del ejercicio de la contaduría, 2000,14)

2.6. Generalidades de las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles en El Salvador

El comercio es uno de los sectores que contribuye al crecimiento de la economía del país, ejerce una función muy importante dentro de la sociedad y es definido de la siguiente manera:

“Es toda actividad lucrativa, que consiste en intermediar directa o indirectamente entre productores y consumidores, con el objeto de facilitar y promover la circulación de la riqueza”. (Manuel Osorio, 2004, s/n).

El sector privado es de suma importancia en cualquier país, pues es el generador de ingresos para el crecimiento de la economía, dentro de él se encuentra el rubro dedicado a la venta de electrodomésticos y muebles; el cual, está conformado por un gran número de empresas de diversas categorías (grande, medianas, pequeñas y microempresas), las cuales tienen como principal actividad económica, la distribución de diferentes productos como: cocinas, refrigeradoras, televisores, muebles de cocina, de sala, comedores entre otros. Algunas de estas entidades tienen más de una sucursal; sin embargo, todas deben seguir los lineamientos previamente establecidos por la matriz.

Las empresas ayudan a impulsar la economía, por lo que es relevante que estas cumplan con las normativas y leyes vigentes para su adecuado funcionamiento, con ello crean un ambiente sólido y de confianza para la sociedad, las relaciones entre los consumidores y productores se realizan de forma apropiada y generan rentabilidad para cada uno de los negocios y fuente de empleos e ingresos para muchas familias; así como también, contribuyen al crecimiento del Producto Interno Bruto.

Las entidades que se dedican a la venta de electrodomésticos y muebles, deben mantener en buen estado sus productos, pues de ello depende la calidad de los mismos, de igual manera es necesario que estén actualizadas en cuanto a las leyes que las rigen, como por ejemplo la Ley de Protección al Consumidor, ya que así podrán aplicarla, evitando exponerse a sanciones por parte

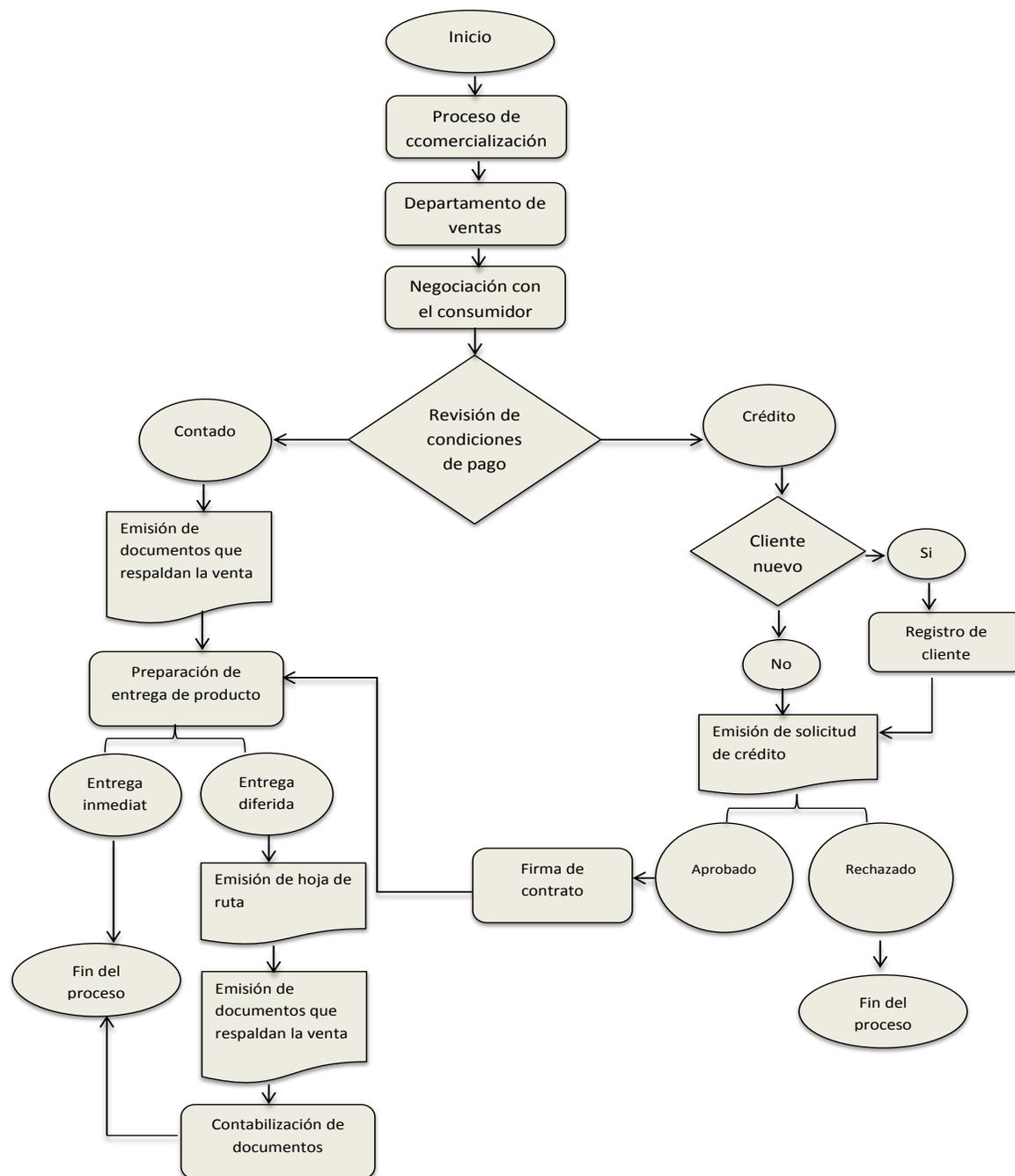
de la defensoría, que es el ente encargado de verificar su adecuado cumplimiento y de esa forma mejorar la imagen corporativa frente a sus clientes y competidores.

La contabilidad para este tipo de empresas está basada en la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera para las Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para PYMES), debido a que no cotizan en la bolsa y es la normativa vigente en el país.

2.6.1. Proceso de comercialización de electrodomésticos y muebles

Las empresas de este rubro, realizan una serie de pasos estratégicos encaminados a proporcionar sus productos a los consumidores, para llevar a cabo esta relación en un ambiente armonioso, las entidades deben considerar en los procesos y políticas, algunas especificaciones que van desde los requisitos básicos para la adquisición de los bienes, presentación de documentos para la identificación del cliente, verificación de datos proporcionados o de los fiadores cuando aplique, la definición y negociación de las condiciones de pago, si es al contado o al crédito; documentos de respaldo de la compra-venta que se emitirán y se entregarán a los clientes, hasta la definición de garantías y los casos o condiciones en las que se hará efectivo el reclamo, tal como se muestra en la figura 3.

Figura N° 3 Esquema del proceso de comercialización de las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles



Elaboración: Equipo de investigación E89

2.6.2. Obligaciones de las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles según la Ley de Protección al Consumidor

Este tipo de empresas son considerados proveedores importantes en el mercado salvadoreño, pues hoy en día todas las personas en algún momento necesitan de uno o varios de los productos que ellas ofrecen.

En el país existen muchas sociedades dedicadas a este rubro, debido a esto y a la gran demanda que por la naturaleza de sus actividades poseen, deben esforzarse para ofrecer la mejor calidad, no solo en productos o servicios, sino también en la atención al cliente y en la veracidad de la información al momento de ofertarlos, para ello deben tener procedimientos establecidos y actualizados basados en la Ley de Protección al Consumidor.

Entre las obligaciones que se establecen para este tipo de entidades, se pueden mencionar:

- a) Protección de los intereses económicos y sociales de los consumidores: en este apartado se encuentra; el cálculo de intereses, comisiones y recargos, entregas diferidas de los bienes, ofertar mercaderías vencida o alteradas, definición de cláusulas abusivas, entrega de finiquitos.
- b) Obligaciones de información: entre ellas están, la publicidad en los establecimientos comerciales, detalle completo de promociones, publicidad ilícita, falsa o engañosa; dar a conocer si el producto es usado o reconstruido.
- c) Las garantías y responsabilidades sobre bienes: se detallan las garantías legales de los bienes vendidos, la ejecución de las mismas, el alcance, la responsabilidad solidaria, así como la determinación de los responsables y el encargado del correcto uso.

- d) Los contratos: las empresas por medio de la persona que realice la venta, deben explicar todas las cláusulas que se detallen en los contratos, el alcance, las condiciones y los plazos para las garantías, lugar y fecha de cada pago, el cálculo de los intereses y comisiones, entre otros.

Por tal razón es importante realizar evaluaciones en este tipo de empresas, para verificar que se esté cumpliendo con lo regulado en la Ley y así minimizar riesgos operacionales en los cuales podría incurrir y lograr maximizar los beneficios económicos de las diferentes entidades del sector comercio, creando una imagen confiable para sus clientes.

Los proveedores como entes regulados, están en la obligación de desarrollar procedimientos para el cumplimiento de la normativa y evitar cualquier práctica fuera de su contexto, de esa forma no serán sujetos de multas o sanciones y sobre todo respetarán los derechos de los consumidores.

2.7. Generalidades de la Defensoría del Consumidor

La Defensoría del Consumidor nace en el año de 1992, es el ente regulador y encargado de velar por el cumplimiento de la Ley, en un inicio solamente contaba con 6 atribuciones, posteriormente junto a las reformas que se hicieron, se le proporcionaron más para supervisar de forma eficiente el cumplimiento de los derechos de los consumidores por parte de los proveedores, esta institución orienta a los compradores sobre las condiciones del mercado y condiciona el trato que los vendedores deben tener con ellos, dentro de su estructura se encuentra el Consejo Consultivo y el Tribunal Sancionador, además cuenta con una Unidad de Vigilancia de Mercado y un Centro de Solución de Controversias; dentro de las principales funciones o facultades se puede mencionar:

- a) Promover la educación y formación de los consumidores en materia de consumo.
- b) Velar por el cumplimiento de las normas establecidas para mantener una relación de equilibrio entre vendedores y compradores.
- c) Promover a las autoridades competentes la formulación de normas para mejorar la reciprocidad de consumo.
- d) Realizar inspecciones y auditorías a las sociedades de bienes y servicios, entre otras.

Debido a las denuncias acerca de los diferentes abusos hacia los adquirentes de los productos, se ha tratado de proteger a los clientes a través de acciones reguladoras y establecer una analogía jurídica con valores y principios para sustentar el trato consumidor-proveedor.

Como parte de las atribuciones de la defensoría, en la tabla 2 “Inspecciones por sector 2005-2015”, se muestra que las entidades dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, han sufrido una reducción considerable de visitas y revisiones a comparación de otros años, lo que puede ocasionar reincidencia en los incumplimientos por parte de las empresas.

2.7.1. Proceso de revisión de la Defensoría del Consumidor

La Defensoría del Consumidor como ente regulador de la aplicación de la Ley, dentro de toda su estructura organizacional, cuenta con la Unidad de Vigilancia de Mercado, cuya función es supervisar el cumplimiento por parte de los proveedores a través de inspecciones y auditorías.

El proceso o etapas que utiliza dicha unidad para realizar una auditoría es el siguiente:

- a) En primer lugar, se selecciona la empresa que será auditada, en base al número de denuncias que los usuarios realizaron al Centro de Solución de Controversias, ya sea por teléfono al 910 o en la página web de la Defensoría del Consumidor.

Tabla N° 2 Inspecciones realizadas por la Defensoría de Consumidor 2005-2015

| Empresas | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | Total |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Farmacias y hospitales | 0 | 438 | 321 | 355 | 414 | 583 | 870 | 240 | 1843 | 690 | 862 | 6616 |
| Restaurantes | 1 | 519 | 648 | 662 | 476 | 360 | 448 | 991 | 754 | 685 | 553 | 6097 |
| Tiendas | 0 | 712 | 291 | 310 | 240 | 40 | 240 | 749 | 357 | 451 | 237 | 3627 |
| Supermercados | 2 | 391 | 399 | 266 | 487 | 227 | 234 | 389 | 238 | 357 | 101 | 3091 |
| Almacén de ropa, zapatos y accesorios | 0 | 323 | 117 | 37 | 328 | 52 | 231 | 71 | 95 | 428 | 35 | 1717 |
| Cafeterías en centros educativos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 331 | 516 | 426 | 113 | 1386 |
| Tiendas de conveniencia | 0 | 111 | 136 | 208 | 111 | 83 | 70 | 200 | 158 | 183 | 113 | 1373 |
| Almacén de muebles y electrodomésticos | 0 | 246 | 193 | 88 | 63 | 59 | 19 | 230 | 91 | 124 | 12 | 1125 |
| Librería | 0 | 30 | 10 | 6 | 0 | 4 | 41 | 136 | 259 | 313 | 155 | 954 |
| Proveedores de granos | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 234 | 641 | 878 |
| Telecomunicaciones | 0 | 25 | 33 | 21 | 19 | 8 | 0 | 12 | 2 | 15 | 1 | 136 |
| Servicios financieros | 0 | 0 | 3 | 3 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 46 | 2 | 58 |
| Lotificadoras | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 49 | 15 | 0 | 68 |
| Venta de vehículos, repuestos y talleres | 0 | 9 | 17 | 2 | 6 | 1 | 5 | 6 | 5 | 8 | 6 | 65 |
| Otros proveedores de alimentos | 0 | 127 | 8 | 109 | 31 | 12 | 16 | 228 | 63 | 26 | 66 | 686 |
| Otros | 18 | 702 | 538 | 150 | 169 | 58 | 158 | 125 | 109 | 169 | 215 | 2411 |
| Total general | 21 | 3637 | 2714 | 2218 | 2346 | 1488 | 2333 | 3709 | 4540 | 4170 | 3112 | 30288 |

Nota: tomada de Defensoría del Consumidor 2015

- b) Una vez seleccionada la entidad, se envía personal de la defensoría a través de la unidad de inspección, previa capacitación, a realizar una revisión sobre el incumplimiento denunciado por los consumidores.
- c) La información generada de la inspección, es analizada por la Unidad de Vigilancia de Mercado, si ésta determina que efectivamente hay incumplimiento, se procede a evaluar por medio de una auditoría a todo el grupo, si la empresa tuviere más de una sucursal.
- d) La revisión se realiza dependiendo del tamaño y tipo de sociedad, por medio de la defensoría o por una firma independiente, si es por esta última se deberá realizar el

proceso de licitación con términos de referencia; es decir con los objetivos, el alcance, el detalle de todas las actividades que se requieren, el perfil de los profesionales y la base legal a revisar.

- e) Una vez seleccionada la firma de auditoría o auditor experto, se realiza el trabajo desde la planeación hasta presentar el informe con pruebas específicas, éste es enviado al Tribunal Sancionatorio de la misma institución, quien es el encargado de determinar las multas y sanciones.

2.7.2. Revisiones en empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles

La auditoría forma parte esencial en cuanto a la evaluación de debilidades dentro de las empresas, por medio de esta investigación se pretende establecer parámetros o lineamientos que sirvan como herramienta para la revisión de la aplicabilidad de la Ley, identificar amenazas y a través del conocimiento de la entidad, darles respuesta y minimizar el impacto negativo en los resultados.

Entre los años 2010 y 2012, la Defensoría del Consumidor efectuó auditorías a 3 grupos empresariales: OMNISPORT, UNICOSERVI (La Curacao, Almacenes Tropigas, Radio shack y Loco Luis) y Grupo Monge (Prado y El Gallo Más Gallo), con el objetivo de identificar posibles prácticas de cobros indebidos de intereses. La cartera auditada fue de 275,877 créditos, habiéndose constatado infracciones a la Ley, producto de estas auditorías se realizó el proceso de devoluciones por un monto de \$1,699,540.75, beneficiando a más de 96,700 consumidores. (Defensoría del Consumidor, 2015, pág. s/n).

La defensoría realizó estas auditorías como respuesta a las denuncias recibidas de los consumidores, las revisiones se hicieron en todas las sucursales de los grupos antes detallados. Por este tipo de situaciones es importante que las empresas dedicadas a la venta de electrométricos y muebles cuenten con procedimientos bien definidos y evaluados por sus administradores y auditores en cuanto a la adecuada aplicación de la Ley.

2.8. Rol del contador público respecto a la Ley de Protección al Consumidor

El contador público juega un papel muy importante en las actividades económicas que realizan a diario las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, debido a que es el responsable de registrar todas las transacciones monetarias de las mismas, puede brindar asesoramiento para el uso efectivo de las normas contables y leyes que les aplican, así como ofrecer sus servicios para realizar auditorías de cumplimiento.

En la investigación se ha encontrado información referente a la protección de los derechos del consumidor y la efectividad de los procesos sancionatorios de la defensoría por medio del Tribunal Sancionatorio, pero no se ha abordado temas sobre los procedimientos que deben utilizar los auditores independientes para detectar posibles debilidades operacionales, a consecuencia de la falta de aplicación de la normativa, la cual le corresponde a los proveedores.

2.9. Marco legal

Tabla N° 3 *Base legal aplicable a las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos*

| Ley aplicable | Descripción |
|----------------------|--|
| Código de Comercio | <p>Las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles operan de acuerdo a las regulaciones del código de comercio, debido a que en éste se detallan cuáles son los actos de comercio, las cosas mercantiles, así como los aspectos formales que deben seguir para su funcionamiento en el territorio nacional, las sociedades que figuran dentro del giro antes mencionado están constituidas bajo la razón social de “Sociedad Anónima de Capital Variable”, ya que así se establece en el art. 191, además porque pueden incrementar o disminuir su capital, ya sea por aportaciones o admisión de nuevos socios o por retiro parcial o total de los mismos. (Art. 3, 5, 191, 306)</p> <p>De la misma manera las sociedades en estudio, cuentan con un fondo en concepto de reserva legal el cual corresponde al siete por ciento de las utilidades netas, las dos terceras partes la mantienen disponibles para invertirse en valores mercantiles de fácil realización y la otra parte la tienen disponible para invertirla de acuerdo a la finalidad de las mismas. (Art. 123, 124)</p> <p>Además este tipo de empresas tienen obligación de presentar cada año el balance general, estado de resultados y estado de cambios en el patrimonio en un plazo no mayor a tres meses, para que posteriormente sean entregados al auditor externo quien elabora el dictamen sobre los mismos, una vez aprobados por la junta general de accionistas y certificados por los auditores, los depositan en el Centro Nacional de Registro para que tengan validez ante terceros, en esta misma institución dichas sociedades tienen que renovar anualmente su matrícula de comercio y establecimiento de forma obligatoria para poder operar en el mercado y no ser acreedoras de una sanción. (Art. 283, 284, 286, 420)</p> <p>Los auditores externos que vigilan a estas entidades son nombrados por la junta general de accionistas, este debe poseer independencia con la empresa, su cargo es incompatible con el del administrador, así mismo dentro de sus facultades y obligaciones tiene la revisión de los libros de las sociedades que se mencionan en el art. 40, comprobar la existencia física de los inventarios, revisar los balances de comprobación mensuales, en general verificar en cualquier tiempo las operaciones de la sociedad. (Art. 40, 289, 290, 291)</p> |
| Código Tributario | <p>La administración tributaria rige sus actuaciones en cumplimiento de los ocho principios fundamentales como lo son el principio de justicia, el de igualdad que para el caso de las empresas en estudio les da el derecho de ser tratadas de la misma manera que las demás que se dedican al mismo giro, de igual forma son aplicables a dichas entidades los principios de legalidad, celeridad, proporcionalidad, economía, eficacia y verdad material; así también se detallan los derechos que tienen los administrados y el ordenamiento tributario. (Art. 3-5)</p> <p>Este código es aplicable para todas las empresas que realicen sus actividades dentro del territorio nacional, por tal motivo también abarca a las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, debido a que se detallan o especifican todos los términos como los que se describen a continuación:</p> |

| Ley aplicable | Descripción |
|-------------------|--|
| Código Tributario | <p>Los tributos para las sociedades en estudio, significan las obligaciones que el Estado impone para recaudar fondos y así cumplir sus fines, estos se dividen en tres clases las cuales son: impuestos, tasas y contribuciones especiales, dentro de los impuestos las empresas están obligadas a pagar el 13% de Impuesto al Valor Agregado y 25 o 30% de renta sobre sus ingresos anuales, de igual manera pagan tasas municipales por aseo, pavimentación, alumbrado eléctrico y fiestas patronales, como parte de las contribuciones especiales pagan por ejemplo el cinco por ciento sobre el valor gravado del pago de comunicaciones. (Art. 11-15).</p> <p>Así mismo define al hecho generador, como el presupuesto establecido por la ley y que su realización origina la obligación tributaria, además establece que la base imponible es la cuantificación económica del hecho generador; también se detallan los modos de extinción de las obligaciones tributarias, los cuales pueden ser: por pago, compensación, confusión y prescripción, de igual forma se establecen los medios por los cuales los contribuyentes deben pagar sus obligaciones tributarias, es de suma importancia que los administradores de las empresas en estudio conozcan y sepan aplicar los términos mencionados, debido a que su aplicación es de vital importancia en las operaciones diarias de las mismas, así como también para cumplir con sus compromisos ante la administración tributaria. (Art. 58, 60, 62, 68, 70, 77, 81, 82)</p> <p>Tienen obligación de presentar declaraciones tributarias las sociedades en estudio, de acuerdo a los plazos y términos que son establecidos en las respectivas leyes, así también se establecen los formularios a utilizar para la elaboración de las mismas, el contenido como: la razón social de la empresa, la dirección, teléfono, número de identificación tributaria, giro, entre otros datos; además los casos en los que se puede modificar una declaración ya presentada ante la administración correspondiente. (Art. 91, 92, 95, 101-105)</p> <p>Todas las empresas como contribuyentes están obligadas a emitir y entregar a otros que tienen la misma calidad un comprobante por cada operación que realicen, para el caso de las entidades dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles estos pueden ser: comprobante de crédito fiscal, factura de consumidor final, tiquetes de maquina registradoras, notas de remisión para el envío de productos entre sucursales, notas de débito y crédito las cuales son utilizadas cuando surgen ajustes o diferencias posterior a la emisión de la entrega de los créditos fiscales, en ellas se hará referencia al documento que están modificando. (Art. 107, 109, 110).</p> <p>Los requisitos formales de los documentos: Para los comprobantes de crédito fiscal se tienen en talonarios que deben estar pre numerados en forma correlativa y se imprimirán en triplicados, siendo el original y duplicado para el cliente quien deberá ser contribuyente, el triplicado es para archivo de la empresa emisora, el que presentará para una posible fiscalización, dentro de la información que debe contener el documento están: nombre, número de registro de contribuyente, fecha, giro, descripción de los productos vendidos, precio unitario y total, si la cantidad es superior a \$11,428.57 en el documento original deberán hacerse constar los nombres y firmas de la persona que entrega y de la persona que recibe; para el caso de las facturas de consumidor final se cumplen los datos de información general del cliente establecidos anteriormente, se emiten en duplicados y cuando las ventas son iguales o superiores a \$200.00 se escriben en original y copia los datos generales del cliente, los contribuyentes tienen que solicitar la autorización de correlativos para la emisión de documentos legales. (Art. 114 Lit. a, b, 115, 115-A)</p> |

| Ley aplicable | Descripción |
|---|---|
| | <p>Para las empresas cuya finalidad sea la transferencia de bienes muebles corporales como lo son las sociedades en estudio, tienen la obligación de llevar registros de control de inventarios, que refleje el movimiento real de las entradas y salidas de las mercaderías, el valor y descripción de los mismos, de igual forma están obligadas a realizar tomas de inventarios físicos al inicio del negocio y al final del ejercicio impositivo, durante los dos primeros meses de cada año los contribuyentes con ingresos iguales o superiores a 2,753 salarios mínimos presentarán ante la administración tributaria el formulario 983. (Art. 142)</p> |
| | <p>El control de los inventarios que tienen las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles debe contener, un encabezado con el nombre de la entidad, el período que abarca, NIT y NRC, correlativo de la operación, fecha, número de comprobante de crédito fiscal, nota de crédito, débito o factura de consumidor final, nombre del proveedor, descripción del producto, número de unidades que entran y salen, saldo de las unidades, importe monetario de las unidades que entran y salen, saldo de las unidades existentes al costo, los métodos de valuación de inventarios más utilizados en las empresas en estudio son: costo promedio y primeras entradas primeras salidas. (Art. 142-A, 143)</p> |
| | <p>El pago o anticipo a cuenta del impuesto sobre la renta consiste en enteros obligatorios hechos por personas naturales o sociedades, dichos enteros se determinarán en periodos mensuales en una cuantía del 1.75% de los ingresos brutos obtenidos para el caso de las empresas en estudio por comercio y son declarados y cancelados en los primeros diez días hábiles de cada mes, el valor pagado en este concepto es compensado en la declaración anual del impuesto sobre la renta. (Art. 151-153)</p> |
| | <p>Cuando existen transacciones con grandes contribuyentes las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles que ostentan la categoría de medianos contribuyentes están obligados a detallar el uno por ciento de retención en las ventas cuyos ingresos gravados sean mayores o iguales a cien dólares, así también cuando se realizan compras de bienes destinados al activo realizable a grandes contribuyentes, estos cobran el uno por ciento sobre las compras gravadas mayores o iguales a cien dólares en concepto de percepción. (Art. 162, 163)</p> |
| <p>Ley de Impuesto sobre la Renta</p> | <p>Se considera como hecho generador la obtención de rentas durante el período de imposición por parte de las entidades en estudio, la renta obtenida se refiere a todos los productos o utilidades percibidos o devengados por las sociedades, se excluye del pago de renta el valor de los bienes que reciben las empresas en concepto de donaciones, la renta obtenida la determina sumando los productos o utilidades totales de las distintas fuentes de renta, el ejercicio de imposición para los contribuyentes será de doce meses. (Art. 1-3,12,13)</p> |
| | <p>Son deducibles del impuesto sobre la renta los gastos necesarios y propios, que hayan sido destinados exclusivamente a los fines de las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, las remuneraciones pagadas al personal, las indemnizaciones, pagos de arrendamientos, primas de seguros, la depreciación de los bienes cuyo uso es específicamente para la producción de ingresos, así como también la amortización de programas informáticos; son considerados como gastos no</p> |

| Ley aplicable | Descripción |
|--|--|
| Ley de Impuesto sobre la Renta | deducibles los gastos personales de los propietarios y su familia, las remuneraciones por servicios ajenos a la finalidad del negocio, los gastos de viajes y viáticos no comprobados que sirvieron para la generación de renta. (Art. 29, 29-A, 30, 30-A) |
| | <p>Es también deducible para este tipo de empresas la reserva legal que se constituya sobre las utilidades netas de cada ejercicio, el saldo de las cuentas incobrables siempre y cuando la deuda provenga de operaciones propias del negocio, que en su oportunidad se hayan computado como ingresos gravables y que se encuentre contabilizado o anotado en registros especiales según sea el caso. La base imponible vigente para las personas jurídicas que hayan tenido ingresos gravados menores o iguales a \$150,000 es del 25% y para las que su renta imponible sea superior a la cantidad antes mencionada calcularán sobre la tasa del 30%, el impuesto calculado es declarado por medio de una declaración jurada dentro del plazo de cuatro meses siguientes al vencimiento del período de imposición. (Art. 31, 41, 48, 51)</p> |
| Ley de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios | <p>El hecho generador del impuesto se constituye en la transferencia de dominio a título oneroso de bienes muebles corporales y cuando se emite el documento que da constancia de la operación, de igual forma en la prestación de servicios se da cuando una parte se obliga a prestarlo y la otra se obliga a pagar como contraprestación una remuneración, los administradores de las empresas comerciales deben conocer cada uno de los conceptos antes mencionados, debido a que de ello depende la adecuada aplicación de la referida ley en las operaciones que realizan a diario dichas entidades. (Art. 4, 8, 11, 12, 16)</p> <p>La tasa vigente para el cálculo del impuesto, es del 13% aplicable sobre la base imponible, la aplicación de dicha tasa sobre los hechos generadores determina el impuesto causado por cada operación el que se denomina como “Debito Fiscal”, para los adquirentes de los productos dicho impuesto es conocido como “Crédito Fiscal”, las empresas en estudio, deducen del monto total del impuesto por las ventas, el impuesto calculado por las compras al final de cada mes para calcular el impuesto a pagar, no son deducibles del crédito fiscal para las empresas comerciales la adquisición de víveres o alimentos, la utilización de cualquier servicio en hoteles, la compra de prendas de vestir, bebidas alcohólicas, entre otras previamente detalladas. (Art. 54, 55, 57, 64, 65-A)</p> |
| Ley de Protección al Consumidor | <p>La Ley de Protección al Consumidor tiene por objeto establecer un equilibrio en la relación jurídica de consumidor-proveedor. Los sujetos al cumplimiento de la Ley son los consumidores, proveedores y el Estado. Se establecen las obligaciones generales aplicables a los proveedores y las diferentes sanciones por el incumplimiento de las mismas. Las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles que vendan artículos a plazo están sujetas a la emisión de un contrato y las formalidades que para el mismo tienen establecidos, como por ejemplo las garantías de los bienes, precio del bien, plazos de pago, lugar para realizar los pagos entre otras. (Art. 1, 2, 7, 12-B)</p> |

Fuente: Elaboración grupo de investigación E89 tomada de las respectivas leyes

2.10. Marco técnico

Tabla N° 4 Base técnica aplicable a la contabilidad de las casas comerciales

| NIIF para PYMES | Descripción |
|-----------------|---|
| Sección 1 | Las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles en las cuales está basada la investigación, cumplen con las características para aplicar las NIIF para las PYMES, ya que no tienen obligación pública de rendir cuentas y publican sus estados financieros con propósito de información general. (Párrafo 1.2) |
| Sección 10 | Para dar cumplimiento a esta normativa y poder detectar con mayor facilidad los posibles errores que se den en las diferentes áreas, las entidades establecen políticas que se implementan uniformemente en transacciones similares. Las más importantes a considerar son sobre la cobertura de garantías, créditos y plazo de los mismos, lineamientos para el manejo de inventarios, cuentas por cobrar, provisiones, entre otras clasificaciones que son necesarias en el desarrollo de las actividades y para la presentación de los estados financieros. |
| Sección 13 | Según lo establecido en el párrafo 13.1, se deben establecer principios para el reconocimiento y medición de los inventarios, posteriormente al finalizar el período sobre el que se informa se deberá evaluar si existe un deterioro en los activos, es decir, que el importe en libros no es totalmente recuperable (Párrafo 13.19). |
| | Cuando se venden electrodomésticos, muebles o bienes complementarios reconocidos inicialmente como inventarios; se deberá reconocer el importe en libro como costo en el período en que se reconocen los ingresos (Párrafo 13.20) |
| Sección 21 | Se deberá realizar una provisión en el caso que exista la probabilidad que la entidad adquiera una obligación impuesta por el tribunal proveniente de demandas realizadas por consumidores. Si la entidad hace efectiva la provisión, se deberá liquidar de esta cuenta únicamente el importe para lo que fue originalmente registrada. (Párrafo 21.4) |
| Sección 23 | La medición de los ingresos de actividades ordinarias debe realizarse al valor razonable de la contraprestación recibida, en el caso de las ventas al crédito el valor razonable lo integra el valor presente. Los intereses se reconocen como ingresos de actividades ordinarias utilizando el método de interés efectivo (Párrafo 11.15 al 11.20) |
| Sección 27 | Si a la fecha sobre la que se informa se determina deterioro del valor de los inventarios, se deberá reducir el valor en libros y dicha disminución se reconoce en resultados. |
| | Se deberá evaluar los inventarios, si posterior al reconocimiento del deterioro del valor, las circunstancias que lo originaron han cambiado y exista una clara evidencia de incremento del valor de los activos. En este caso se deberá revertir hasta un valor igual o inferior al registrado como deterioro del valor. (Párrafo 27.4) |

Tabla N° 5 Normativa aplicable a la Auditoría de cumplimiento

| Normas Internacionales de Auditoría. | Detalle |
|---|--|
| 210 | El auditor debe establecer un acuerdo en cuanto a los términos del encargo de auditoría, se tiene que deducir las responsabilidades del cliente y del encargado de ejecutar el trabajo. |
| 250 | El auditor en la planificación, ejecución de la auditoría y en la comunicación de resultados debe reconocer que el incumplimiento de las leyes puede afectar los estados financieros de las empresas. |
| 300 | Al evaluar la estructura legal se debe establecer procedimientos para evaluar el incumplimiento y determinar el impacto que podría ocasionar tales efectos. Planificación de auditoría El auditor debe planificar el trabajo que realizará en la empresa, de acuerdo al encargo realizado, debe obtener un apropiado conocimiento de la entidad que le permita conocer las prácticas y transacciones de las mismas. |
| 315 | Los auditores deben aplicar su juicio profesional para la identificación y valoración de los riesgos, por medio del estudio y evaluación del control interno de la empresa, para diseñar procedimientos que permitan analizar las áreas críticas. |
| 500 | En la auditoría se debe obtener evidencia o elementos para sustentar de forma razonable las conclusiones en las que se basara la opinión. |
| 800 | En base a lo acordado con el cliente en cuanto al alcance de la auditoría, el auditor luego de ejecutar su trabajo debe emitir un informe, la estructura es similar a la establecida en la NIA 700, pero para este tipo de encargo se toma de base la NIA 800 ya que se trata de una ley en específico, el cual consta de los requerimientos que establecen las siguientes NIAS: NIA 210 El auditor debe determinar la aceptabilidad de la información obteniendo suficiente conocimiento de la entidad. NIA 200 El auditor debe cumplir con los requerimientos de ética aplicable en relación al encargo de auditoría y de las NIAS aplicables a la auditoría. NIA 315 El auditor debe tener conocimiento de la aplicación de políticas de la empresa y formarse una opinión sobre el encargo. |

Fuente: Elaboración grupo de investigación E89 según las respectivas NIAS

Tabla N° 6 Base técnica aplicable al control interno

| Componente de COSO ERM | Descripción |
|-------------------------------------|--|
| Ambiente de control | En cada entidad se establece la filosofía de gestión de riesgos a nivel corporativo, es decir la conciencia del personal para la percepción y el tratamiento de los riesgos. El elemento esencial para crear un buen ambiente de control es el recurso humano, para ello se debe definir perfiles de cada puesto de trabajo, realizar un adecuado proceso de selección e inducción a través de capacitaciones al personal y propiciar un ambiente de armonía para realizar las actividades designadas. |
| Establecimiento de objetivos | Se debe establecer objetivos enmarcados a cumplir la misión y visión trazada por la entidad. Las empresas deben definir líneas de reporte y realizar acciones encaminadas a atraer y retener al personal competente de acuerdo a los objetivos que la misma posea. |
| Identificación de eventos | Las empresas deben ser capaces de identificar potenciales eventos que afectan el logro de los objetivos establecidos. Una forma de poder identificarlos es por medio de un check list, en este caso se enumeran actividades que están reguladas en la Ley de Protección al Consumidor y de esta manera a través de un análisis se confronta si los controles implementados para dar cumplimiento a las regulaciones establecidas en la Ley son efectivos, necesitan ser mejorados o si no se establecen algún tipo de procedimiento. |
| Evaluación de riesgos | Las entidades deben medir el nivel de riesgos de los eventos identificados, dependiendo de cómo estos afecten al cumplimiento de los objetivos. Los riesgos se determinan a través de la probabilidad e impacto, para mayor comprensión, los potenciales riesgos se pueden categorizar o calificar en una matriz, para identificar el tipo de impacto que tendría un determinado incumplimiento de la Ley en las actividades que cotidianamente realizan las empresas. |
| Respuesta al riesgo | La dirección debe determinar cómo responder a los eventos dependiendo de la tolerancia al riesgo que esta posea (evitar, reducir o aceptar). Las actividades a realizar deben ir encaminadas a dar cumplimiento a lo establecido en la Ley. Se debe evaluar los costos y beneficios en los que se incurre para establecer o mejorar las actividades implementadas en las empresas. |
| Actividades de control | Se establecen políticas o procedimientos encaminados a la disminución o prevención de eventos que pueden afectar el logro de objetivos. Una de ellas podría ser la implementación de revisiones periódicas a los controles establecidos por medio de una auditoría, o capacitaciones constantes al personal para mantener informados de una manera eficiente al personal sobre las regulaciones establecidas y de esta forma no ser objetos de sanciones por el ente competente. |
| Información y comunicación | Se establecen mecanismos de comunicación para los diferentes niveles y áreas, los canales deben ser eficientes para facilitar la toma de decisiones en base a los resultados obtenidos de las actividades implementadas para las repuestas definidas a los riesgos. |
| Monitoreo | Las actividades, políticas o procedimientos implementados para dar respuesta a los riesgos deben ser supervisadas para permitir realizar cambios de forma oportuna y mejorar los procesos, esto se puede lograr a través de cuestionarios, entrevistas o autoevaluaciones desarrolladas por cada área de trabajo. |

Fuente: Elaboración grupo de investigación E89 según componentes de COSO ERM

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En el desarrollo de este capítulo se describen los métodos y técnicas que se tomaron de base para llevar a cabo la recolección y procesamiento de la información, las variables y sus respectivos indicadores al igual que la población y la muestra para respaldar la investigación.

3.1. Enfoque y tipo de investigación

La investigación se realizó bajo el enfoque del método hipotético deductivo, el cual por medio de la observación y análisis de los datos que fueron recolectados, permitió describir la problemática que presentan los auditores al momento de ofertar y realizar una auditoría de cumplimiento enfocada a evaluar los procedimientos implementados por las empresas para dar cumplimiento a las regulaciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor.

Para tal efecto, el estudio se realizó en dos etapas: en la primera fase se fijaron las bases teóricas que se relacionan con el problema, es decir; se realizó el análisis de las leyes, reglamentos y normativas vinculadas. La segunda etapa fue ejecutada por medio de un cuestionario dirigido a los auditores y las entidades dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, ambos del municipio de San Salvador, en las cuales se logró identificar los elementos necesarios para poder desarrollar la propuesta del trabajo.

3.2. Delimitación espacial y temporal

Se toma como punto de partida el año 2015, debido a que en ese período la Defensoría, reporta en la página oficial, los proveedores más denunciados y en esta categoría están algunas empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles. Aunque las denuncias disminuyeron del año 2013 al 2015, se mantiene un rango alto y permanece dentro del top 10 de

los proveedores más demandados por parte de los clientes, lo que demuestra la falta de evaluación a los procedimientos para la adecuada aplicación de la Ley.

3.3. Sujeto y objeto de estudio

3.3.1. Unidades de análisis

Para conocer la participación y conocimiento que el auditor tiene en la ejecución de auditorías de cumplimiento, se tomó como unidades de análisis a los profesionales en la rama de auditoría ubicados en el municipio de San Salvador.

3.3.2. Universo

Está conformado por 124 profesionales de auditoría del municipio de San Salvador, de acuerdo al directorio económico de empresas 2015, de la DIGESTYC. (Anexo 1).

3.3.3. Muestra

La muestra se obtuvo a través de la fórmula estadística para poblaciones finitas que se presenta a continuación:

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q \cdot Z^2}{(N - 1) e^2 + P \cdot Q \cdot Z^2}$$

Se tomaron en cuenta los siguientes datos:

Error muestral: 5%, ya que solamente se está tomando una parte y se puede perder representatividad del universo en estudio.

Nivel de confianza: 95%

Porcentaje de fracaso: 5%

Aplicación de la fórmula, donde:

n= tamaño de la muestra

N= población

Z= Coeficiente de confianza

e= margen de error P = probabilidad de éxito Q= probabilidad de fracaso

Desarrollo:

n=? N= 124 Z= 1.96 (Anderson, 2008, p.267)

e= 0.05 P= 0.95 Q= 0.05

Sustituyendo los valores antes descritos en la fórmula, se obtiene el siguiente tamaño de la muestra:

$$n = \frac{(124)(0.95)(0.05)(1.96)^2}{(124 - 1)(0.05)^2 + (0.95)(0.05)(1.96)^2}$$

$$n = \frac{(124)(0.95)(0.05)(3.84)}{(123)(0.0049) + (0.95)(0.05)(3.84)}$$

$$n = \frac{22.6270}{0.6027 + 0.1825}$$

$$n = \frac{22.6270}{0.7852}$$

$$n = 28.52$$

El tamaño de la muestra tomado de base para el estudio de la problemática, fue de 29 profesionales en contaduría pública ejerciendo su trabajo como auditores en el municipio de San Salvador. La elección se hizo por medio del método sistemático, a través de la siguiente formula:

$$K = \frac{N}{n}$$

$$K = \frac{124}{29}$$

$$K = 4.28$$

Del listado proporcionado por la DIGESTYC, se seleccionó cada cuatro elementos para conformar la muestra. (Anexo2).

Para efectos del estudio y conocer la necesidad que tienen las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles de solicitar servicios de auditorías de cumplimiento, se tomaron en cuenta las 32 empresas que conforman el universo en este rubro, debido a que es inferior a los 40 elementos que han sido establecidos como parámetro según la guía proporcionada por la Escuela de Contaduría Pública, para el desarrollo del trabajo de investigación, la información de dichas entidades fue consultada en la DIGESTYC. (Anexo 3).

3.3.4. Variables e indicadores

Las variables identificadas para validar la hipótesis y los indicadores para medirlos se detallan a continuación:

Variable independiente: Manual para evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor.

Indicadores de la variable independiente

- a) Conocimiento y determinación de la normativa aplicable.
 - ✓ Ley de Protección al consumidor
 - ✓ Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor
 - ✓ Criterios jurisprudenciales
- b) Existencia y disponibilidad de material bibliográfico.
 - ✓ Manuales
 - ✓ Guías

Variable dependiente: desarrollo de conocimientos para ejecutar el proceso de una auditoría de cumplimiento.

Indicadores de la variable dependiente

- a) Aplicación adecuada de normativa vigente.
 - ✓ Capacitaciones
- b) Calidad de los procedimientos
 - ✓ Manuales
 - ✓ Habilidades

3.4. Técnicas e instrumentos

3.4.1. Técnicas

Con el fin de indagar acerca del conocimiento que los auditores poseen sobre las regulaciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor y la ejecución de auditorías de cumplimiento enfocadas a evaluarla, se utilizó la técnica de la encuesta.

3.4.2. Instrumentos

El instrumento utilizado para ejecutar la técnica de la encuesta fue el cuestionario, que es el formato que contiene las interrogantes para obtener información de las variables identificadas, (Odiseo, 2006, s/n); en él, se elaboraron preguntas cerradas de respuesta múltiple con el propósito de tener mayor acercamiento a la problemática y extraer datos que la respalden.

3.5. Procesamiento y análisis de la información

Posterior a la ejecución de los instrumentos de investigación, se procedió a la tabulación de datos, los cuales se procesaron en el programa de Microsoft Excel, luego se elaboró la respectiva representación gráfica de las respuestas obtenidas en términos relativos y absolutos y la interpretación de resultados.

3.7. Presentación de los resultados

3.7.1. Tabulación y análisis de los datos

Después de realizar la tabulación de datos de las respuestas múltiples obtenidas y presentarlas en sus respectivos gráficos, se procedió a su interpretación, detallando el análisis con base a las selecciones más representativas, ya sea la de mayor frecuencia o la que posee menos porcentaje, que ayuden a la conclusión de su respectiva interrogante, presentándolo de acuerdo a la siguiente estructura:

- a) Objetivo de la pregunta.
- b) Interrogante establecida en el instrumento para la obtención de información.
- c) Cuadro resumen de los resultados obtenidos por medio de la encuesta.
- d) Inclusión de gráficos de barra o de pastel para la comprensión de los valores seccionados en los mismos.
- e) Interpretación de los valores representado en las gráficas.

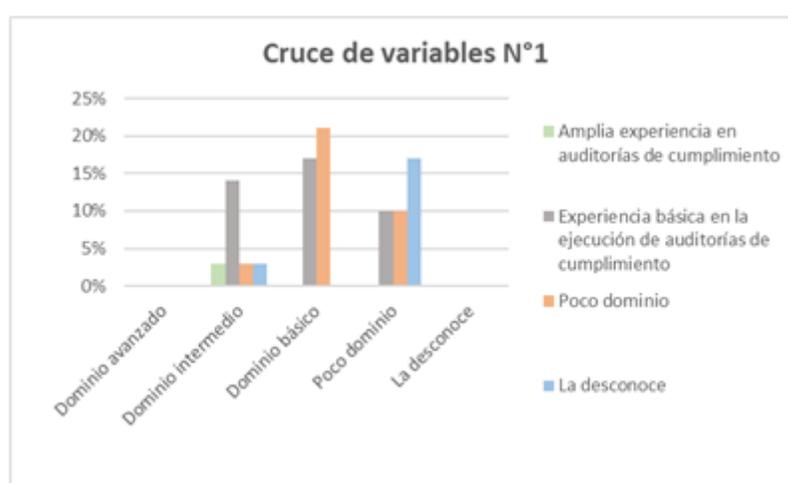
(Anexo 5 y 7).

3.7.2. Cruce de variables

a) Cruce de variables 1

| | |
|---|---|
| <p>Pregunta 1 ¿Cuánto dominio considera que posee sobre los temas que aborda la Ley de Protección al Consumidor?</p> | <p>Pregunta 6 ¿Qué nivel de experiencia posee sobre la ejecución de una auditoría de cumplimiento a la Ley de Protección Consumidor?</p> |
|---|---|

| | Amplia experiencia en auditorías de cumplimiento | Experiencia básica en la ejecución de auditorías de cumplimiento | Poco dominio | La desconoce | Total |
|--------------------|---|---|---------------------|---------------------|--------------|
| Dominio avanzado | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Dominio intermedio | 3% | 14% | 3% | 3% | 24% |
| Dominio básico | 0% | 17% | 21% | 0% | 38% |
| Poco dominio | 0% | 10% | 10% | 17% | 38% |
| La desconoce | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Total | 3% | 41% | 34% | 21% | 100% |

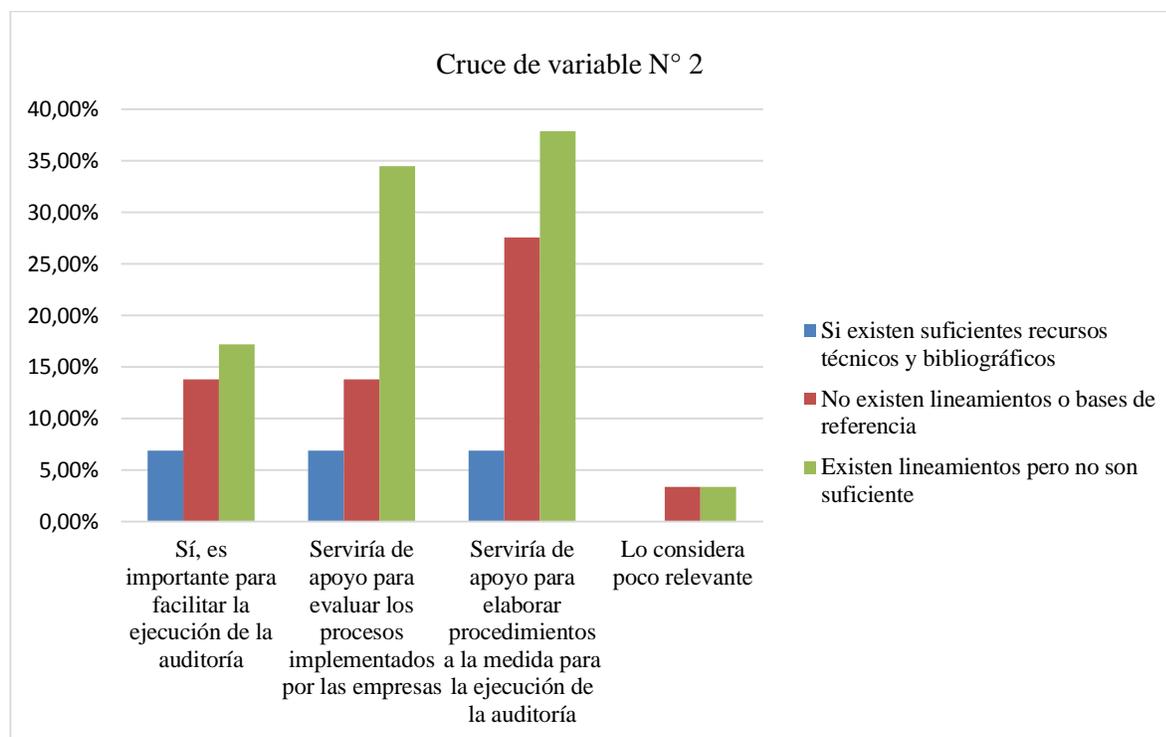


Con base a los resultados obtenidos en el cruce de variables de la interrogante 1, referente al conocimiento que los auditores tienen sobre la Ley, el 21% de los encuestados manifiesta tener poco dominio de los temas que aborda la normativa, al igual que el proceso que conlleva realizar una evaluación a la aplicación de la misma, el 17% afirma tener un conocimiento general y no poseer experiencia o haber ofertado una auditoría de cumplimiento, lo que dificulta diversificar su trabajo en esta área. Solo una persona confirmó su experiencia en auditorías de cumplimiento pero que no están enfocadas a la normativa en estudio y que su dominio sobre ésta es intermedio.

b) Cruce de variables 2

| | |
|--|---|
| Pregunta 8 Como profesional de la contaduría pública, ¿considera que existen suficientes recursos técnicos y bibliográficos para realizar una auditoría a la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor? | Pregunta 11 ¿Considera de utilidad la elaboración de un manual de procedimientos que contribuya a la ejecución de una auditoría enfocada a evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor? |
|--|---|

| | Sí, es importante para facilitar la ejecución de la auditoría | Serviría de apoyo para evaluar los procesos implementados por las empresas | Serviría de apoyo para elaborar procedimientos a la medida para la ejecución de la auditoría | Lo considera poco relevante | Total |
|--|---|--|--|-----------------------------|---------|
| Si existen suficientes recursos técnicos y bibliográficos | 6.90% | 6.90% | 6.90% | 0.00% | 13.80% |
| No existen lineamientos o bases de referencia | 13.80% | 13.80% | 27.60% | 3.40% | 31.00% |
| Existen lineamientos pero no son suficiente | 17.20% | 34.50% | 37.90% | 3.40% | 62.10% |
| Total | 34.50% | 55.20% | 69.00% | 3.40% | 100.00% |



Según resultados del cruce de variables de la interrogante 8 con la número 11, se determina que actualmente existen recursos técnicos y bibliográficos pero no son suficientes para llevar a cabo una auditoría enfocada a evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor, el 27% manifiesta que los lineamientos o base de referencias existentes, se encuentran de forma general, pues no están adaptados a las características o necesidades del sector comercial, un 34.5% considera que la elaboración de un manual para evaluar dicha normativa, facilitará elaborar procedimientos para el desarrollo del encargo y poder emitir una conclusión sobre el cumplimiento de las regulaciones establecidas en la Ley.

3.7.3. Diagnóstico

Las principales causas y efectos de la problemática para los 29 auditores tomados como muestra, se detallan a través de los resultados obtenidos del cuestionario y son presentados de la siguiente manera:

3.7.3.1. Identificación del problema

Para identificar la problemática es indispensable determinar el conocimiento que los profesionales en auditoría poseen sobre los temas relacionados y regulados en la Ley de Protección al Consumidor para las empresas dedicadas a la venta de electrométricos y muebles. Con las encuestas, se evidenció en base a los resultados obtenidos de la investigación lo siguiente:

- a) Se comprobó que el 76% de auditores posee un dominio básico, o poco manejo de los temas que aborda la Ley, lo que genera problemas para poder realizar una auditoría de cumplimiento.
- b) El 96% manifiesta tener desconocimiento o poca experiencia sobre la ejecución de auditorías de cumplimiento, se les dificulta ofertar este tipo de encargo debido a que no saben los aspectos a evaluar.
- c) El 93% consideran que existen lineamientos o recursos técnicos y bibliográficos, pero no son suficientes para poder realizar una auditoría de cumplimiento a la Ley, lo cual les serviría como insumo para ofertar y realizar este tipo de trabajo.

3.7.3.2. Existencia de la problemática

Por medio de la investigación realizada se pudo evidenciar lo siguiente:

Por la naturaleza de las entidades a las cuales se pretende ofertar este tipo de encargo, el auditor debe realizar evaluaciones a áreas y actividades que en su mayoría no son cuantitativas si no cualitativas y que generalmente no se consideran en otros tipos de auditorías, por ejemplo la atención al cliente, donde se debe evaluar la efectividad y calidad de los procedimientos que se implementan para dar información oportuna y veraz a los consumidores dentro de las instalaciones y medios publicitarios utilizados , la revisión y análisis de las cláusulas que se consignan en los documentos probatorios de la relación jurídica entre empresa-usuario como los contratos, verificando que estén acorde a lo que establece la Ley, entre otras. Las razones anteriores muestran que el consumidor es la razón de ser de cada institución, por lo que el auditor requiere de procedimientos específicos de control para identificar factores de riesgos, evaluarlos, documentarlos y emitir una conclusión sobre el cumplimiento o incumplimiento a las regulaciones establecidas en la Ley.

3.7.3.3. Necesidad de una propuesta de solución

Según las respuestas obtenidas, los auditores consideran de gran importancia la elaboración de un manual para evaluar la aplicación de la Ley, pues les servirá de apoyo para ofertar, elaborar procedimientos a la medida y facilitar la ejecución de una auditoría de cumplimiento en las empresas que se encuentran bajo el marco jurídico de la normativa en estudio, incursionando en nuevas áreas y expandiendo sus servicios al realizar este tipos de encargos y no limitarse a las tradicionales como la financiera y fiscal.

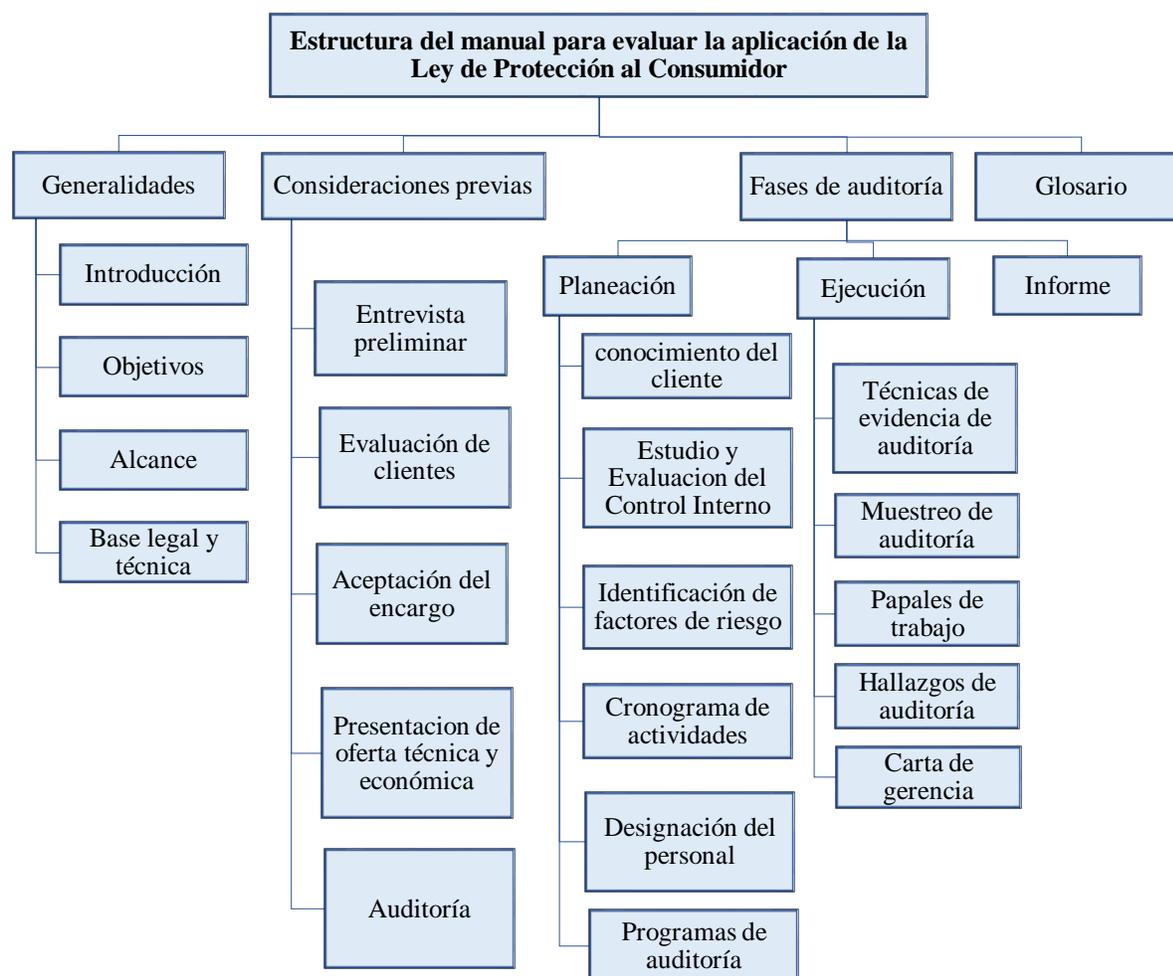
CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE MANUAL PARA EVALUAR LA APLICACIÓN DE LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS Y MUEBLES

4.1. Generalidades de la propuesta

Los profesionales de la contaduría pública ejerciendo como auditores no cuentan con un instrumento técnico que sirva de referencia y apoyo al momento de realizar una auditoría de cumplimiento enfocada a evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles.

Para contribuir al desarrollo del encargo, se ha creado un manual que facilite la ejecución de su trabajo y le permita realizarlo de manera efectiva, estableciendo elementos básicos para evaluar los procesos y operaciones adoptados por las entidades, verificando que estén acorde a las regulaciones de la Ley. Para una mejor comprensión del tema se toma de base la empresa denominada de forma ficticia “Muebles y más, S.A. de C.V.”, cuyo giro es la venta de electrodomésticos y muebles, la cual ha solicitado los servicios de la firma de auditoría “González, auditores y consultores”.

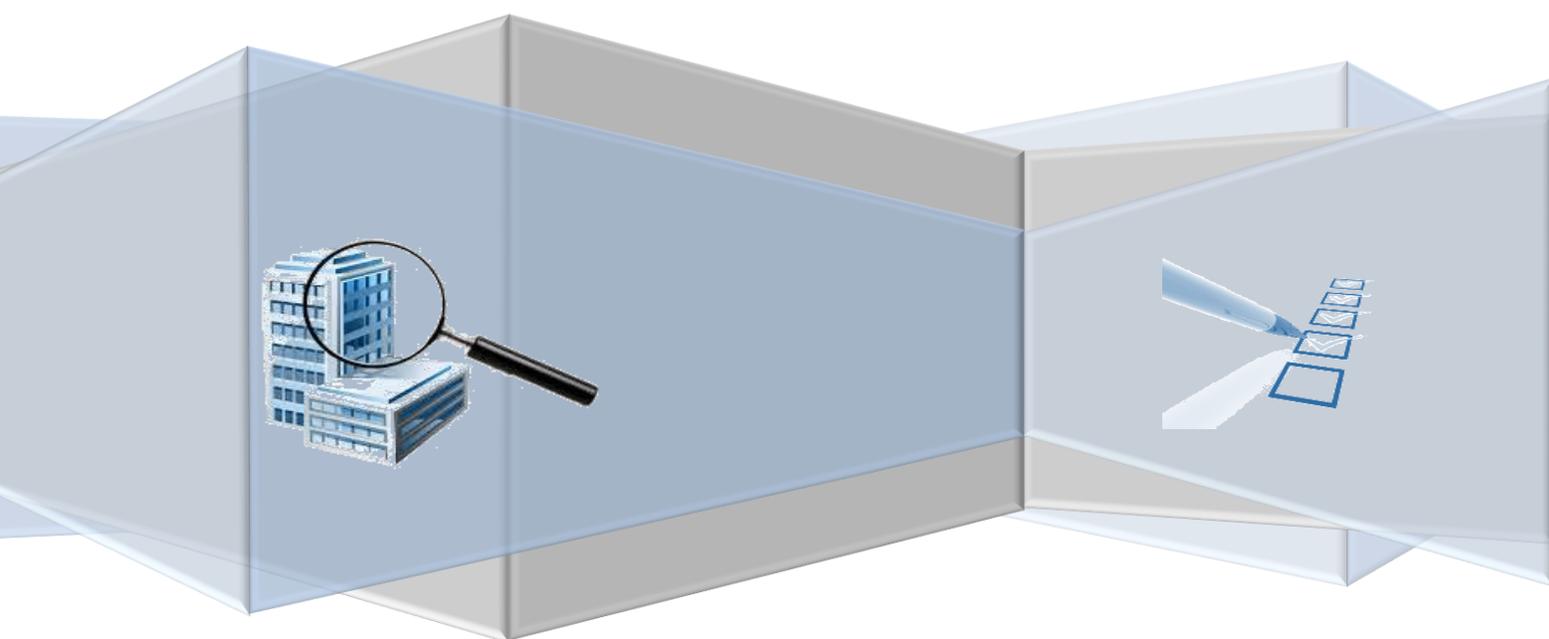
4.2. Estructura del plan de solución



4.3. Beneficios del manual para evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor

- a) Contribuye al auditor para diversificar su trabajo en otras áreas, como lo es la auditoría de cumplimiento para evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor.
- b) Sirve como fuente externa de consulta para el desarrollo de cada una de las etapas de la auditoría.
- c) Proporciona procedimientos específicos dirigidos a evaluar el cumplimiento de la Ley.

4.4. “Manual para evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles en el municipio de San Salvador”



2018

Elaborado por: Grupo E-89

ÍNDICE

| Contenido | No. Pág. |
|--|-----------------|
| Introducción | 66 |
| Objetivos del manual | 67 |
| Alcance, base legal y técnica | 68 |
| A.1. CONSIDERACIONES PREVIAS A LAS FASES DE AUDITORÍA | 69 |
| A.1.1. Entrevista preliminar | 69 |
| A.1.2. Evaluación de clientes | 69 |
| A.1.3. Aceptación del encargo de la auditoría | 69 |
| A.1.4. Presentación de la oferta técnica y económica | 69 |
| A.1.5. Carta compromiso de auditoría | 70 |
| A.2. FASES DE AUDITORÍA | 73 |
| A.2.1. FASE DE PLANEACIÓN | 73 |
| A.2.1.1. Conocimiento del cliente | 74 |
| A.2.1.2. Estudio de control interno | 74 |
| A.2.1.2.1. Método descriptivo | 74 |
| A.2.1.2.2. Método gráfico | 76 |
| A.2.1.2.3. Cuestionario de control interno | 78 |
| A.2.1.3. Evaluación de control interno | 85 |
| A.2.1.3.1. Evaluación de riesgos | 85 |
| A.2.1.3.2. Identificación de factores de incumplimiento | 87 |
| A.2.1.3.3. Criterios para determinar la probabilidad | 92 |

| | |
|--|------------|
| | 63 |
| A.2.1.3.4. Criterios para determinar el impacto | 93 |
| A.2.1.3.5. Matriz de riesgos según la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor | 95 |
| A.2.1.4. Programas de auditoría | 97 |
| A.2.1.4.1. Objetivos de los programas de auditoría | 97 |
| A.2.1.4.2. Propósito de los programas | 97 |
| A.2.1.4.3. Estructura de los programas | 98 |
| A.2.1.4.4. Responsabilidad y revisión de los programas de auditoría | 98 |
| A.2.1.4.5. Modelos sugeridos de programas de auditoría | 99 |
| A.2.2. FASE DE EJECUCIÓN | 109 |
| A.2.2.1. Evidencia de auditoría | 110 |
| A.2.2.2. Pruebas de auditoría | 111 |
| A.2.2.3. Muestra en la auditoría | 112 |
| A.2.2.3.1. Tipos de muestreo | 112 |
| A.2.2.4. Papeles de trabajo | 114 |
| A.2.2.4.1. Objetivo | 114 |
| A.2.2.4.2. Requisitos de los papales de trabajo | 115 |
| A.2.2.4.3. Contenido | 115 |
| A.2.2.4.4. Estructura | 116 |
| A.2.2.4.5. Cédula de marcas | 119 |
| A.2.2.4.6. Conservación de los papeles de trabajo | 137 |
| A.2.2.5. Hallazgos de auditoría | 137 |
| A.2.3. INFORME DE AUDITORÍA | 139 |
| A.3. GLOSARIO | 142 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| CONTENIDO | PÁG. No. |
|---|-----------------|
| Figura A Elementos de la oferta técnica | 70 |
| Figura B Estructura de la fase de planeación | 73 |
| Figura C Ejemplo de método descriptivo | 75 |
| Figura D Flujograma de gestión de cobros | 77 |
| Figura E Estructura del cuestionario de control interno | 78 |
| Figura F Estructura de los programas de auditoría | 98 |
| Figura G Estructura de la fase de ejecución | 109 |
| Figura H Objetivos de los papeles de trabajo | 114 |

ÍNDICE DE TABLAS

| CONTENIDO | PÁG. No. |
|--|-----------------|
| Tabla A Carta compromiso | 71 |
| Tabla B Conocimiento del cliente | 74 |
| Tabla C Descripción de factores de cumplimiento | 88 |
| Tabla D Evaluación de factores de cumplimiento | 89 |
| Tabla E Criterios para determinar la probabilidad | 92 |
| Tabla F Criterios para determinar el impacto | 93 |
| Tabla G Tipos de evidencia de auditoría | 110 |
| Tabla H Ejemplos de tipos de evidencias de auditoría | 111 |
| Tabla I Tipos de pruebas de auditoría | 112 |

| | |
|--|-----|
| Tabla J Muestreo de auditoría | 113 |
| Tabla K Requisitos de los papeles de trabajo | 115 |
| Tabla L Estructura de los papeles de trabajo | 116 |
| Tabla M Ejemplo de cédula de marcas | 120 |
| Tabla N Estructura de hallazgos de auditoría | 137 |

Introducción

El presente documento contiene procedimientos para realizar una auditoría de cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor, para poder evaluar su aplicación en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, tomando en cuenta sus fases; además se muestra de manera práctica, clara y específica una guía para el desarrollo de las actividades que debe ejecutar el auditor; con el propósito de promover un buen desempeño en las entidades que sea contratado, para que pueda determinar si los lineamientos aplicados, están acorde a las regulaciones establecidas en la Ley.

En el manual se abordan temas relacionados a las actividades preliminares que se toman en cuenta para evaluar a los clientes potenciales, la planeación del encargo, donde se detalla el estudio y evaluación del control interno, áreas críticas, factores de riesgo; luego la ejecución y la presentación del informe.

Objetivos del manual

- ✓ Proporcionar a los auditores una herramienta útil que describa las fases de la auditoría, para el adecuado desempeño de sus funciones, al momento de realizar una evaluación a la Ley de Protección al Consumidor, en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles.
- ✓ Presentar lineamientos en cada una de las fases: de planeación, de ejecución e informe; para la elaboración de una auditoría de cumplimiento.
- ✓ Elaborar programas que contengan procedimientos que faciliten la realización de una auditoría de cumplimiento, a la Ley de Protección al Consumidor.

Alcance, base legal y técnica

Alcance

El manual está diseñado para proporcionar al auditor externo, un conjunto de lineamientos o pasos, que debe tomar en cuenta para facilitar la ejecución de una auditoría de cumplimiento, enfocada a evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor, en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, en él, se detallan formatos y procedimientos que deberá incluir durante el desarrollo del encargo.

Base legal y técnica

La elaboración de políticas y procedimientos encaminados al cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor, es responsabilidad de cada empresa, por tal motivo, existe la necesidad de evaluar la ejecución de los mismos; para respaldar el desarrollo del contenido abordado en este manual, se han utilizado como referencia las Normas Internacionales de Auditoría.

A.1. CONSIDERACIONES PREVIAS A LAS FASES DE AUDITORÍA

A.1.1. Entrevista preliminar

Cuando el cliente solicita por escrito la realización de una auditoría, el profesional debe contactarlo y solicitar información que le permitirá determinar su independencia y puntos clave, para aceptar el encargo.

A.1.2. Evaluación de clientes

Previo a la aceptación de realizar una auditoría, se debe evaluar aspectos generales de la empresa y las operaciones de la misma, para asegurar que se ha considerado todos los eventos que pueden afectar al momento de planear o ejecutar el encargo y así poder reducir riesgos. Para llevar a cabo esta evaluación, el auditor puede auxiliarse de cuestionarios de aprobación ya sea para clientes nuevos o recurrentes. (Anexo 8).

A.1.3. Aceptación del encargo de la auditoría

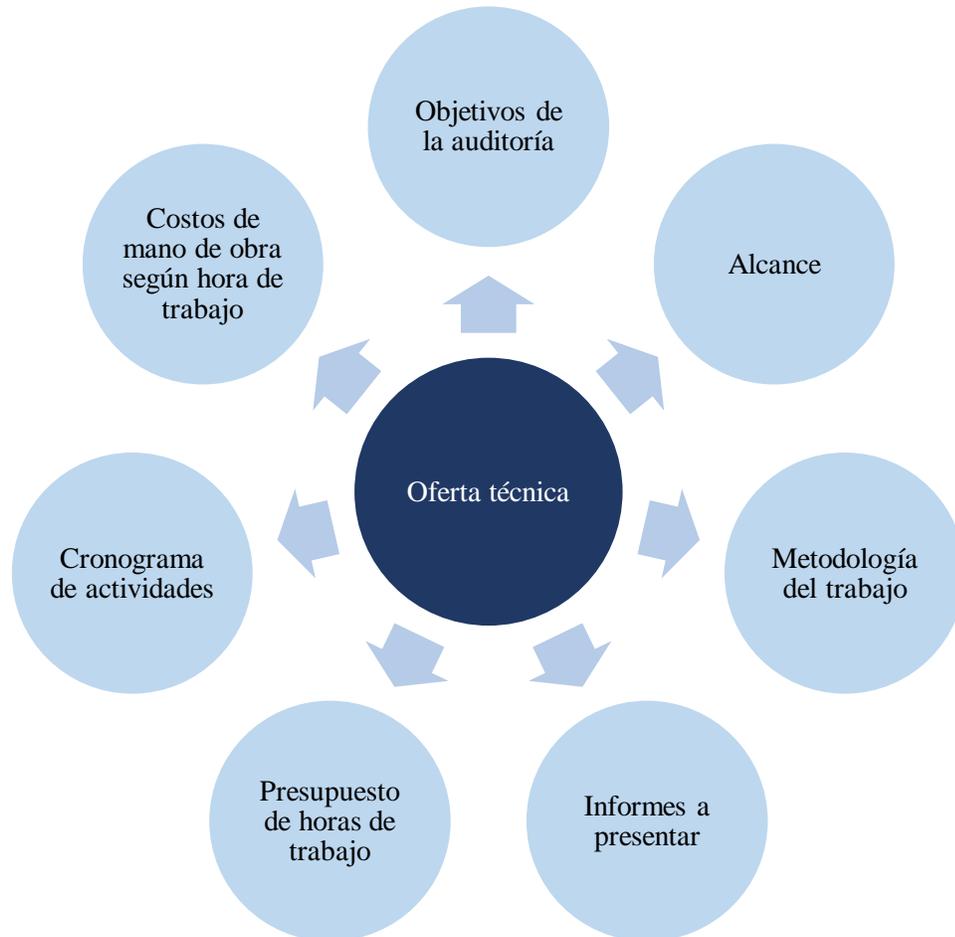
Posterior a la realización de la evaluación de los posibles clientes y comprobar por medio de un estudio previo, que no existen factores que pongan en riesgo el trabajo, el profesional entregará a la entidad la oferta de servicios, según el siguiente ejemplo: (Anexo 9).

A.1.4. Presentación de la oferta técnica y económica

Luego de que el auditor obtiene una comprensión de toda la labor a realizar, cuenta con una estimación del tiempo que le llevará a cabo la ejecución de la auditoría, el personal que utilizará y la responsabilidad que está adquiriendo; el profesional puede elaborar y presentar la oferta técnica y económica. (Anexo 10).

Los elementos que debe contener la oferta técnica y económica son:

Figura A *Elementos de la oferta técnica*



Elaboración: grupo de investigación E89

A.1.5. Carta compromiso de auditoría

El auditor formaliza el convenio con el cliente por medio de una carta compromiso, en donde se incluye como mínimo lo siguiente:

Tabla A Carta compromiso

| Estructura | Requisitos | Generalidades | Ejemplo |
|------------|-------------------------------------|--|---|
| Encabezado | Membrete | Identificación y generalidades de la firma de auditoría. | González, auditores y consultores Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador. Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv |
| | Destinatario | Nombre de la persona a quien va dirigida la carta compromiso y puesto que desempeña. | Junta General de Accionista |
| Cuerpo | Aceptación del encargo de auditoría | Se confirma la aceptación del encargo de la auditoría y los objetivos que se pretenden cumplir con la ejecución de la misma. | De acuerdo con su solicitud que realicemos una evaluación a la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor, por medio de la presente, tenemos el agrado de confirmar nuestra aceptación y nuestro entendimiento de este compromiso. La auditoría será realizada con el objetivo de expresar una conclusión sobre el cumplimiento o no de la normativa. |
| | Alcance de la auditoría | Se establece el alcance de la auditoría, incluyendo normativa aplicable. | Efectuaremos la auditoría de acuerdo con Normas Internacionales de Auditoría generalmente aceptadas, las cuales requieren que se planee y desarrolle la auditoría para obtener evidencia que permita determinar sobre el cumplimiento a lo regulado en la Ley. Una auditoría incluye el examen, sobre una base de pruebas. |
| | Responsabilidad de la empresa | Se debe aclarar que la responsabilidad de los procedimientos implementados o registros efectuados son exclusivamente de la firma auditada. | Nos permitimos recordarles que la responsabilidad de los adecuados procedimientos de control interno, la selección y aplicación de políticas son de la empresa Muebles y más, S.A. de C.V. |

| Estructura | Requisitos | Generalidades | Ejemplo |
|------------|--------------------------------|---|--|
| Cuerpo | Riesgo de auditoría | Se expone que existe riesgo inevitable de presentaciones erróneas, que pueden permanecer sin ser descubiertas a lo largo de la auditoría. | En virtud de la naturaleza comprobatoria y de otras limitaciones inherentes de una auditoría, junto con las de cualquier sistema de control interno, hay un riesgo inevitable de que puedan permanecer sin ser detectadas. |
| | Comunicación de los resultados | Se detalla la forma en que se presentaran los resultados del trabajo de auditoría. | Además del informe, se espera proporcionarles una carta por separado, referente a cualesquiera debilidades sustanciales en los sistemas de control interno que llamen la atención. |
| | Requerimientos de información | Acceso a la información relacionada con el trabajo de auditoría, solicitada por medio del personal clave. | Se espera la cooperación total del personal y se confía en que ellos, pondrán a disposición de la firma de auditoría, la información que se requiera en relación con el encargo. |
| Firmas | firmas de contratantes | Se deberá incluir el nombre firma y sello de los representantes de cada una de las entidades | |

Ejemplo de carta compromiso. (Anexo 11).

A.2. FASES DE AUDITORÍA

A.2.1. FASE DE PLANEACIÓN

Figura B Estructura de la fase de planeación



Elaboración: grupo de investigación E89

A.2.1.1. Conocimiento del cliente

Para obtener mayor conocimiento de la empresa y su entorno, se deberá solicitar por lo menos la siguiente información:

Tabla B *Conocimiento del cliente*

| Información solicitada | Descripción |
|--|---|
| Datos generales de la sociedad | En esta sección se debe recopilar información básica y propia de cada empresa, como la razón social, número de identificación tributaria, número de registro de contribuyente, dirección, fecha de constitución, misión y visión. Además, se debe conocer el giro y productos que comercializa. En el ejemplo 1 se desarrolla cada uno de los ítems mencionados. |
| Accionistas y personal clave del encargo | Está conformado por los datos generales de los accionistas y cargo dentro de la entidad. Detallado en el cuestionario de evaluación de nuevos clientes. |
| Organigrama de la empresa | Se debe solicitar el organigrama, para identificar la dependencia y responsable de cada puesto. Conocer la estructura es muy importante ya que permite determinar si se cuentan con áreas o personal capacitado y dar solución a los conflictos que se puedan dar, especialmente entre consumidor y proveedor. (se anexa el ejemplo del organigrama de la empresa en Ejemplo 2) |
| Políticas y controles internos de la entidad | Para el estudio y análisis de los mismos, se debe requerir a la administración, las políticas y procedimientos que posee; para evaluar si están orientadas a dar cumplimiento a lo regulado en la Ley. (Ejemplo 3) |
| Principales clientes y proveedores | El auditor debe indagar sobre los clientes y proveedores potenciales que tiene la entidad, determinando si estos son nacionales o extranjeros; para poder determinar sobre el tipo de información que se solicitará al momento de efectuar la compra venta de los productos y conocer las regulaciones aplicables según sea el caso. (Ejemplo 4) |

Elaboración: grupo de investigación E89

Ejemplo de información solicitada para conocimiento del cliente (Anexo 12)

A.2.1.2. Estudio de control interno

Para medir el grado de fiabilidad del control interno de la empresa, el auditor puede auxiliarse de tres métodos, los cuales se detallan a continuación.

A.2.1.2.1. Método descriptivo

Este método es conveniente utilizarlo para evaluar procesos o aspectos que no se cuenta con un respaldo de forma física; por ejemplo, se quiere indagar sobre la aplicación de la política de devoluciones de productos efectuada por los empleados.

En la empresa Muebles y más, el personal asignado de gestionar las devoluciones e informar al consumidor si aplica o no, es el mismo que se encuentra en la sala de venta (vendedor). En este caso se solicita una entrevista con cualquiera de los que realiza esta actividad, ya con los datos proporcionados se elabora la narrativa que puede ser de la siguiente forma:

Figura C Ejemplo de método descriptivo

|  González, auditores y consultores, S.A. de C.V. | | | |
|--|-------|------------|--------------|
| Ciente: Muebles y más, S.A. de C.V. | | Hecho por | Revisado por |
| Narrativa de devoluciones de productos | FECHA | 02/05/17 | 05/05/17 |
| Auditoría de cumplimiento | FIRMA | AEC | JRV |

| | | |
|--|--|---|
| San Salvador, 02 de mayo de 2017 | | |
| Narrativa del proceso de devoluciones de productos | | |
| <p>El presente día, se realiza la entrevista con el Sr. Armando Cortez, para conocer sobre el proceso que se lleva a cabo al momento de hacer efectiva la devolución del producto, quien manifiesta lo siguiente:</p> <p>El vendedor solicita al consumidor el comprobante de pago, se indaga sobre la causa por la que se desea realizar la devolución, en el caso que sea error de la empresa por entregar productos que no sea con las características o calidad especificadas al momento de la venta, se verifica que el artículo este en buenas condiciones y se acepta la devolución; para lo cual se entrega el comprobante para su respectiva anulación y re facturación con el detalle de lo realmente afectado de inventario. Se le proporciona al cliente el nuevo producto y documentos de respaldo por la compra efectuada.</p> <p>En el caso que el consumidor se presente posterior a los treinta días de entregado el producto o éste se encuentre con alteraciones o desperfectos por mal uso, la devolución no se hace efectiva.</p> | | |
| <table style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">  Lic. Ángel Chávez Asistente de auditoría </td> <td style="text-align: center;">  Armando Cortez Dpto. de ventas </td> </tr> </table> |  Lic. Ángel Chávez Asistente de auditoría |  Armando Cortez Dpto. de ventas |
|  Lic. Ángel Chávez Asistente de auditoría |  Armando Cortez Dpto. de ventas | |

A.2.1.2.2. Método gráfico

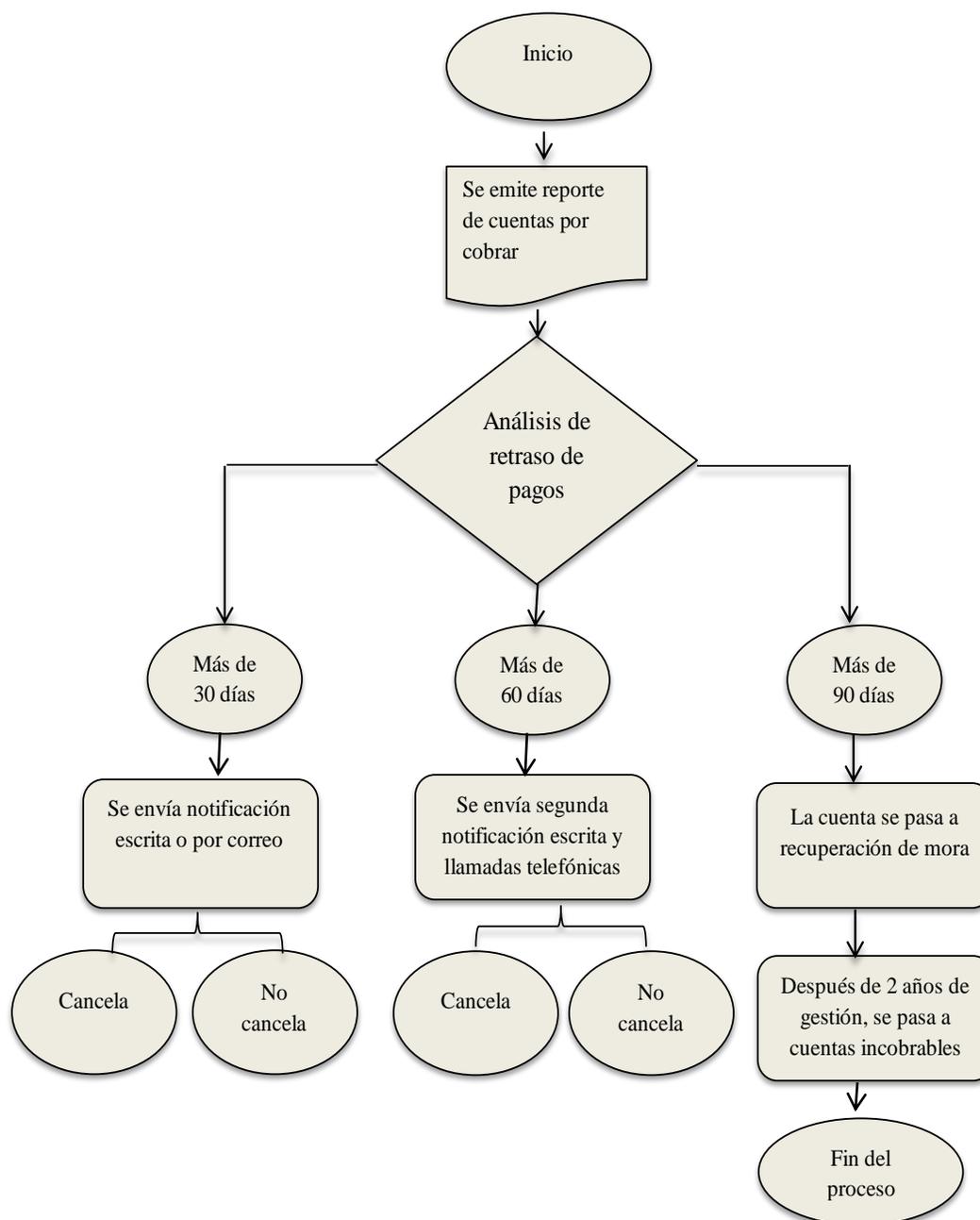
Este método puede ser utilizado para evaluar procesos que cuentan con varias etapas, pues su estructura hace que la comprensión sea más fácil.

Criterios para la elaboración de flujogramas para evaluar la Ley de Protección al Consumidor:

- a) Se debe indicar el área, departamento o proceso que se desea graficar.
- b) Se deben identificar cada una de las personas que intervienen en el proceso.
- c) Debe establecer claramente el punto de partida y final del flujograma.
- d) Para la elaboración del esquema, es importante tomar en cuenta el orden secuencial de los procedimientos.
- e) En los flujogramas se presentan solo las actividades que realmente se están ejecutando, no se consideran las planeadas o previstas.
- f) Se debe evitar sobre carga de información.

Como ejemplo se presenta un flujograma de gestión de cobros para evaluar la morosidad y seguimiento brindado a la cartera de clientes.

Figura D *Flujograma de gestión de cobros*



Elaboración: grupo de investigación E89

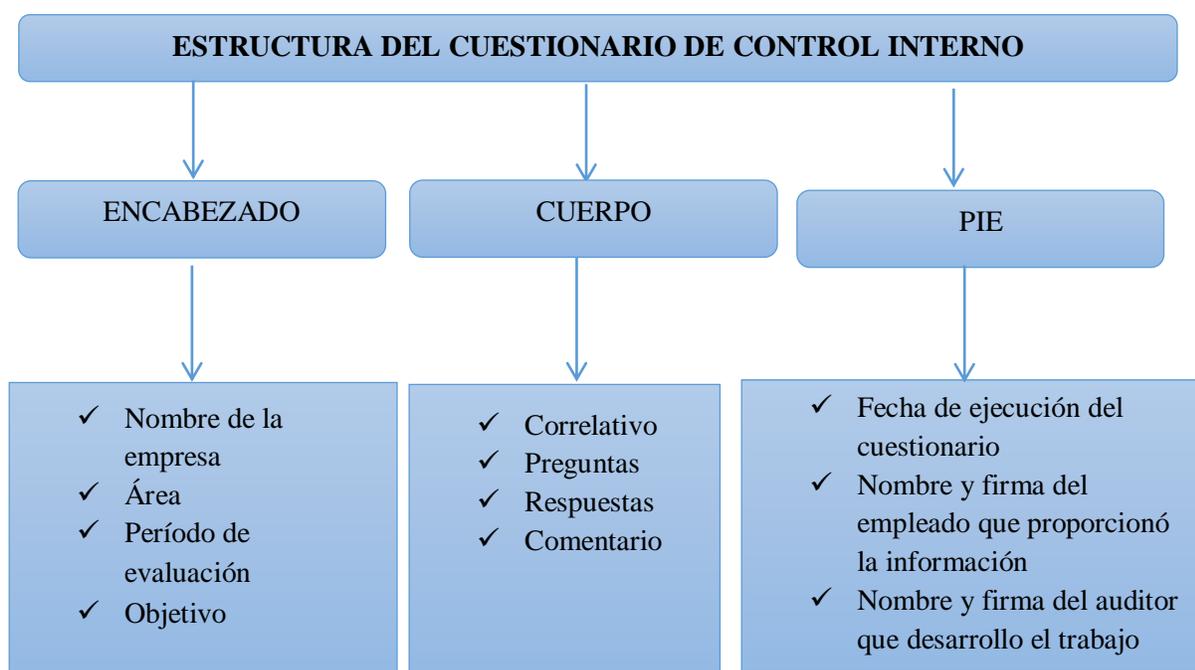
Nota: para iniciar con la gestión de cobros se toma como punto de partida todas las cuentas que poseen más de treinta días sin tener abonos, ya que es el tiempo que se le otorga al cliente para realizar el primer pago.

A.2.1.2.3. Cuestionario de control interno

Esta herramienta sirve al auditor para evaluar la situación actual del control interno de la empresa, debe ser contestado por el personal responsable de las distintas áreas en estudio, con la finalidad de obtener parámetros en los cuales debe darse más énfasis en la auditoría.

El cuestionario de control interno, deberá contener preguntas cerradas y su formato dependerá del criterio del auditor, así como también del tipo de empresa, entre otros factores; pero debe detallarse como mínimo la siguiente información.

Figura E Estructura del cuestionario de control interno



Elaboración: grupo de investigación E89

A continuación, se detallan modelos de cuestionarios para evaluar el control interno en la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor de las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, las interrogantes están basadas en COSO ERM y clasificadas en cada uno de sus componentes.

|  González, auditores y consultores, S.A. de C.V. | | | | |
|--|---|----|----|------------|
| Período de evaluación:2017 | | | | |
| Área: | Control interno | | | |
| Objetivo: | Conocer si los procesos realizados por la empresa están de acuerdo a lo que regula la Ley de Protección al Consumidor. | | | |
| Componente I: Ambiente de control | | | | |
| Nº | Pregunta | Si | No | Comentario |
| 1 | ¿Se cuenta con un reglamento para la contratación del personal, donde se establezcan los requisitos y aptitudes mínimas que se requieren para cada puesto de trabajo? | | X | |
| 2 | ¿Se cuenta con un manual de funciones y descripción de puesto y los mismos se dan a conocer a los empleados? | X | | |
| 3 | ¿Se imparte capacitación a los vendedores sobre las características de los productos ofrecidos a los consumidores? (art.4 lit. c) | | X | |
| 4 | ¿Se capacita al personal para atender con igualdad de condiciones a los clientes? (Art. 18 lit. e) | X | | |
| 5 | ¿Se evalúa al personal para asegurarse que conozcan y sepan cómo aplicar las regulaciones establecidas en la Ley? | | X | |
| 6 | ¿Se evalúa al personal para determinar que cumple con las responsabilidades de su área de trabajo? | X | | |
| 7 | ¿Se cuenta con personal apropiado para dar respuesta ante las inconformidades de los consumidores y solucionar cualquier conflicto de forma oportuna? | X | | |
| 8 | ¿La empresa cuenta con personal especializado para realizar una evaluación técnica a los productos en concepto de devolución por garantía? | X | | |
| 9 | ¿Se informa a todos los clientes cuando el producto cuenta con garantía? (art. 33) | X | | |
| 10 | ¿Existe un encargado de la custodia de los formularios o certificados de garantías? | X | | |

| Componente II: Establecimiento de objetivos | | | | |
|--|---|----|----|------------|
| N° | Pregunta | Si | No | Comentario |
| 11 | ¿La empresa cuenta con una misión y visión? | X | | |
| 12 | ¿Existe algún mecanismo, como por ejemplo; un buzón de sugerencia para que el cliente haga saber las inconformidades que se presenten durante el proceso de contratación o compra de un determinado bien? | | X | |
| 13 | ¿Se desarrollan programas para la mejora de las capacidades y aptitudes de los empleados en el área de su competencia? | | X | |
| 14 | ¿Se realizan evaluaciones periódicas del desempeño del personal en cada una de sus áreas, para medir el funcionamiento del control interno? | X | | |
| 15 | ¿Se establecen procedimientos para garantizar que la publicidad utilizada por el establecimiento es completa, oportuna y veraz de acuerdo a los requisitos establecidos en la Ley? (art. 30 y 31) | X | | |
| Componente III: Identificación de eventos | | | | |
| N° | Pregunta | Si | No | Comentario |
| 16 | ¿La jefatura de créditos y cobros autoriza la venta a plazos? | X | | |
| 17 | ¿La jefatura de créditos y cobros autoriza la venta a plazos a empleados de la empresa? | X | | |
| 18 | ¿Existen políticas de emisión de contratos? | X | | |
| 19 | ¿Se le explican cada una de las cláusulas que contiene el contrato al consumidor? | X | | |
| 20 | ¿Existen contratos de adhesión? (art. 22) | | X | |
| 21 | ¿En los contratos se establecen renunciaciones a los derechos que la Ley reconoce? | X | | |
| 22 | ¿Se establece en el contrato el precio, tarifas, tasas, intereses, pago por mora, costo o pago adicional? (Art. 12 B) | X | | |
| 23 | ¿Se establece en el documento, el cálculo de intereses sobre los saldos diarios pendientes de cancelar? (art. 12) | X | | |
| 24 | ¿Se establecen políticas para el cobro de comisiones y recargos de la contra prestación? (art. 12A) | X | | |
| 25 | ¿Existe plazo máximo de pago de deudas? | X | | |
| 26 | ¿Los pagos efectuados por los clientes se hacen directamente con los cajeros? | X | | |

| N° | Pregunta | Si | No | Comentario |
|----|---|----|----|------------|
| 26 | ¿Los pagos efectuados por los clientes se hacen a cualquier empleado? | | X | |
| 27 | ¿La empresa realiza descuentos por pronto pago? | X | | |
| 28 | ¿Tienen procedimiento de descuento por pronto pago? | X | | |
| 29 | ¿Las personas autorizadas para aprobar las notas de crédito son independientes al departamento de ventas, créditos y cajeros? | X | | |
| 30 | ¿Las notas de crédito por devoluciones y rebajas son aprobadas por empleados que no tienen injerencia en los pagos y contabilización de los mismos? | X | | |
| 31 | ¿La empresa advierte a los clientes con publicar su foto si no cumple con los pagos establecidos? | | X | |
| 32 | ¿Existen políticas para la entrega de garantías? | X | | |
| 33 | ¿La empresa cubre alguna garantía directamente asumiendo los gastos? | | X | |
| 34 | ¿Se les especifica a los clientes las condiciones de las garantías y los pasos a realizar para hacer efectiva la misma? | X | | |
| 35 | ¿Todos los productos que se encuentran en la sala de venta contienen su respectiva etiqueta? (art. 29) | X | | |
| 36 | ¿Los anuncios publicitarios presentados por la empresa contienen toda la información de los productos que es importante que el consumidor conozca? (art. 29-31) | X | | |
| 37 | ¿Se realiza una verificación de la calidad de los productos con antigüedad mayor a un año? | X | | |
| 38 | ¿Se les da a conocer a los clientes todas las características de los productos vendidos? (art.154) | X | | |
| 39 | ¿Al momento de presentar ofertas, se da a conocer el período que estará vigente la promoción? (art. 45) | X | | |
| 40 | ¿Se condiciona la información adicional que se proporciona a los usuarios cuando se realiza publicidad por cualquier medio? | | X | |

| Componente IV: Evaluación de riesgos | | | | |
|--------------------------------------|--|----|----|------------|
| Nº | Pregunta | Si | No | Comentario |
| 41 | ¿Se hacen evaluaciones a los vendedores sobre el conocimiento que tienen de las características de los productos? | | X | |
| 42 | ¿Existen procedimientos establecidos para el otorgamiento de créditos? | X | | |
| 43 | ¿Los contratos contienen referencias a textos o documentos, que no se le proporciona al consumidor al momento de la celebración del mismo? (art. 22 lit. d) | | X | |
| 44 | ¿Se menciona en los contratos los documentos de obligación que suscriben en relación al contrato como letras de cambio o pagarés? (art. 22 lit. i) | X | | |
| 45 | ¿Se establece en los contratos las especificaciones sobre el bien o servicio? (art. 25) | X | | |
| 46 | ¿Se condicionan ventas de bienes complementarios? (art. 18 lit. a) | | X | |
| 47 | ¿Se detalla en el contrato la fecha de corte y límite de pago? (art. 12-B lit. g) | X | | |
| 48 | ¿Existen cláusulas de terminación del contrato? (art. 13) | X | | |
| 49 | ¿Existen cláusulas penales? (art. 96) | X | | |
| 50 | ¿La empresa cobra un costo adicional por realizar una garantía a los consumidores? | | X | |
| 51 | ¿Se emite algún tipo de formulario o constancia al momento de confirmar por medio de la evaluación técnica que si aplica la garantía de un producto? (art. 33) | X | | |
| 52 | ¿Qué información contiene la etiqueta de cada producto? (art.29) | | | |
| | a) Precio de contado | X | | |
| | b) Precio de crédito | X | | |
| | c) Tasa de interés a cancelar | | X | |
| | d) Período de pagos de las cuotas | X | | |

| Componente V: Respuesta al riesgo | | | | |
|--|---|----|----|------------------------|
| Nº | Pregunta | Si | No | Comentario |
| 53 | ¿La empresa cuenta con un departamento de atención al cliente? (art. 19 lit. k) | X | | |
| 54 | ¿Se proporcionan a los consumidores los formularios de los contratos, con el fin que pueda conocerlos antes de suscribirlos? (art.22) | | X | |
| 55 | ¿Se detallan en los contratos las garantías, especificando condiciones, forma y plazos? (art.12 lit. i) | X | | |
| 56 | ¿Los pagos contra entrega son facturadas al crédito y revertida su cuenta por cobrar con la remesa? | X | | |
| 57 | ¿Con que frecuencia se realiza la revisión de las etiquetas colocadas a los productos? | | | Dos veces a la semana. |
| 58 | ¿Se realiza la revisión del estado o calidad de los productos disponibles para la venta? (art. 33 párrafo 4) | X | | |
| 59 | ¿Se realiza un análisis de los productos que más han sido sujetos a devolución en el último mes? | X | | |
| Componente VI: Actividades de control | | | | |
| Nº | Pregunta | Si | No | Comentario |
| 60 | ¿Los productos electrónicos que atentan contra la seguridad física de los consumidores, según notificación de la DPC son retirados de manera inmediata? (art. 7 lit. e) | X | | |
| 61 | ¿Existe clasificación de clientes a nivel interno? (art. 18 lit. e) | X | | |
| 62 | ¿Se establece el tratamiento que se le da, en el caso que la fecha de vencimiento de pago sea en día no hábil o festivo? (art. 12 B lit. g y art. 18 lit. l) | X | | |
| 63 | ¿Se verifica que en el contenido de los contratos se establecen las cláusulas según lo establecido en la Ley? | X | | |
| 64 | ¿Se cuenta con una política definida para entregar una garantía desde su revisión hasta la realización de la misma? | X | | |
| 65 | ¿Se tiene definido el número de días en los que se le dará solución a una garantía? | X | | |
| 66 | ¿Se establecen las formas en que se informará sobre las especificaciones generales de los productos cuando se utiliza la frase “restricciones aplican”? | X | | |
| 67 | ¿La empresa realiza evaluaciones a la calidad de los productos? | X | | |
| 68 | ¿Se realiza toma de inventario para determinar que las existencias físicas coincidan con las del sistema? | X | | |
| 69 | Al realizar ventas, ¿se revisan que los documentos coincidan con los productos a entregar? | X | | |

| Componente VII: Información y comunicación | | | | |
|---|--|----|----|------------|
| Nº | Pregunta | Si | No | Comentario |
| 70 | ¿Se emite documento de respaldo por la venta de productos como factura de consumidor final o tiquete? | X | | |
| 71 | ¿Se posee un formato de constancia de derecho de retracto cuando los consumidores lo solicitan? (art. 13-A lit. b, inciso ii) | X | | |
| 72 | ¿Se le especifican al cliente todas las funciones y condiciones de los productos? | X | | |
| 73 | ¿Existen cláusulas de autorización para compartir información crediticia? (art. 18 lit. g y art. 42 lit. d) | X | | |
| 74 | ¿Existen políticas establecidas para reportar a fuentes externas a los clientes morosos? (art. 18 lit. g) | | X | |
| 75 | ¿Existe un encargado o responsable de las constancias de garantías emitidos por los fabricantes? | X | | |
| 76 | ¿Las etiquetas son colocadas en lugares de fácil visibilidad para las personas que visitan los establecimientos? (art. 29) | X | | |
| 77 | ¿Se realiza una programación del personal para revisar la etiqueta al final del día? (art. 7 lit. d) | X | | |
| 78 | ¿Se brinda información oportuna acerca de los productos a vender? | X | | |
| 79 | Cuando se tienen conflicto con los consumidores, ¿se informa a la administración para tomar medidas necesarias para evitar inconvenientes similares con otros compradores? | X | | |
| 80 | ¿La información proporcionada en cada área de la empresa, es confiable para la toma de decisiones? | X | | |
| Componente VIII: Monitoreo | | | | |
| Nº | Pregunta | Si | No | Comentario |
| 81 | ¿Se entrega el finiquito a las personas que han terminado de pagar una venta al crédito? (art. 29-A) | X | | |
| 82 | ¿Se cuenta con un registro o base de datos de cada uno de los clientes que han realizado compras en la empresa? | X | | |
| 83 | ¿Se le proporciona al consumidor copia del contrato y sus anexos? (art.22) | X | | |
| 84 | ¿Los documentos poseen las firmas de los contratantes? (art. 12 lit. k) | X | | |
| 85 | ¿Se cuenta con bitácoras de gestión de cobros? | X | | |

| N° | Pregunta | Si | No | Comentario |
|----------------|--|-------------|----|------------|
| 86 | ¿Se realiza revisión documental de soporte de las cuentas por cobrar? | X | | |
| 87 | ¿La cartera de clientes es actualizada mensualmente? | X | | |
| 88 | ¿Se realiza provisión de cuentas incobrables? | X | | |
| 89 | ¿Se emite un comprobante para el reclamo de las garantías? (art. 33) | X | | |
| 90 | ¿Se cuenta con un reporte donde se controle las garantías entregadas y realizadas en el mes? | X | | |
| Fecha: | | | | |
| Entrevistado: | | Elaborado: | | |
| Entrevistador: | | Autorizado: | | |

A.2.1.3. Evaluación de control interno

A.2.1.3.1. Evaluación de riesgos

Para elaborar una matriz de riesgos el auditor debe tomar en cuenta algunos aspectos como:

1. Identificar las principales actividades de la entidad y los objetivos para determinar la respuesta de la empresa ante posibles incumplimientos de la Ley de Protección al Consumidor.
2. Determinar sucesos que pueden considerarse como riesgos y a consecuencia no permita a la empresa lograr los objetivos trazados.
3. Asignar niveles de probabilidad de ocurrencia e impacto a cada riesgo identificado, pudiendo ser estos medidos de forma cualitativa o cuantitativa.
4. Presentación de resultados en la matriz de riesgos.

Los dos aspectos importantes a tener en cuenta para la determinación de los riesgos son: la probabilidad y el impacto. El impacto asignado a cada riesgo identificado se realiza con base a las políticas establecidas por la empresa.

Para categorizar el nivel de probabilidad e impacto se debe establecer una base o escala, en donde se le puede colocar ponderaciones desde el 1 hasta el 10, en donde 10 es el nivel más alto tanto de probabilidad como de impacto.

| Categoría | Descripción | Nivel de riesgo |
|------------------|------------------------------|------------------------|
| 7- 10 | Alto impacto / probabilidad | Alto |
| 4 – 6 | Medio impacto / probabilidad | Medio |
| 1 – 3 | Bajo impacto / probabilidad | Bajo |

Para determinar los niveles o grados de riesgos de cada elemento identificado se presenta un modelo de categorías.

| Categoría | Descripción | Nivel de riesgo |
|-----------------------|---------------------------|------------------------|
| 60 en adelante | Daños altos a la entidad | Alto |
| 21-59 | Daños medios a la entidad | Medio |
| 1 – 20 | Daños leves a la entidad | Bajo |

Cada evento identificado que amenaza el logro de objetivos trazados por la empresa se clasifican de acuerdo a las categorías definidas para la probabilidad e impacto, el producto de ambas determina el nivel de riesgo.

Luego de colocar ponderaciones a la probabilidad de ocurrencia, el impacto que generan y definir el nivel de riesgo, los resultados se presentan en una matriz.

| | | | | | | | | | | | |
|----|--|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| | | 10 | 20 | 30 | 40 | 50 | 60 | 70 | 80 | 90 | 100 |
| 10 | | 10 | 20 | 30 | 40 | 50 | 60 | 70 | 80 | 90 | 100 |
| 9 | | 9 | 18 | 27 | 36 | 45 | 54 | 63 | 72 | 81 | 90 |
| 8 | | 8 | 16 | 24 | 32 | 40 | 48 | 56 | 64 | 72 | 80 |
| 7 | | 7 | 14 | 21 | 28 | 35 | 42 | 49 | 56 | 63 | 70 |
| 6 | | 6 | 12 | 18 | 24 | 30 | 36 | 42 | 48 | 54 | 60 |
| 5 | | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 |
| 4 | | 4 | 8 | 12 | 16 | 20 | 24 | 28 | 32 | 36 | 40 |
| 3 | | 3 | 6 | 9 | 12 | 15 | 18 | 21 | 24 | 27 | 30 |
| 2 | | 2 | 4 | 6 | 8 | 10 | 12 | 14 | 16 | 18 | 20 |
| 1 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

A.2.1.3.2. Identificación de factores de incumplimiento

Después de conocer la estructura y procedimientos de la entidad, se procede a determinar o identificar las debilidades en las que se puede incurrir, estableciendo los factores para elaborar un cuadro de análisis donde se aborda cada uno de ellos. Se explica el motivo por el que se pueden llegar a considerar una amenaza en el buen funcionamiento y la imagen corporativa de la entidad.

Tabla C Descripción de factores de cumplimiento

| Factores | Descripción |
|---------------------|---|
| Créditos y cobros | Para otorgar créditos se debe realizar un estudio adecuado para verificar la capacidad económica de cada cliente y determinar si tiene la capacidad de cumplir con la obligación, además se deben otorgar contratos que cumplen con los requisitos mínimos establecidos en la Ley donde se expliquen las cláusulas como intereses, comisiones y recargos. Si no se cumple con lo anterior esto puede ocasionar aumento en incobrabilidad de cuentas. |
| Atención al cliente | Se considera un factor vulnerable ya que es un departamento fundamental para la actividad económica de la empresa, pues si los clientes no están satisfechos con el producto adquirido acuden a esta área y para dar una respuesta oportuna considerando las regulaciones de la Ley en cuanto a las devoluciones, garantías o reparaciones, deben contar con procedimientos que especifiquen de manera clara la cobertura, validez o forma de hacer efectivos los reclamos, para evitar ser sujeto de demandas. |
| Ventas | Los consumidores tienen derecho a que se les proporcione información directa o por medios publicitarios, capaz de presentar las características reales de los productos ofrecidos y evitar engaños o confusiones que pueden llegar a considerarse como publicidad engañosa. |
| Facturación | Las empresas están en la obligación de entregar un documento probatorio de la venta, no solo para cumplir con aspectos tributarios sino también para respaldo para el cliente ante cualquier reclamo. |

Fuente: elaboración por grupo E-89

Tabla D Evaluación de factores de cumplimiento

| Factor | Eventos | Descripción del evento | Causa | Efecto |
|---------------------|--|---|--|--|
| Atención a clientes | Denuncias de clientes | Los consumidores pueden denunciar a los proveedores cuando estos realicen violaciones a sus derechos. | Cuando las empresas no cumplen con las regulaciones de la Ley, ni toman medidas preventivas para minimizar riesgos y corregir debilidades. | Estos proveedores pueden ser demandados por incumplimiento a la Ley, lo cual les ocasionará desembolsos por pago de multas o sanciones. |
| | Devolución de productos defectuosos | Los productos que tienen algún defecto de fábrica son devueltos a los proveedores. | Ofrecer productos que no cumplan con los estándares de calidad adecuados para el uso o consumo de los usuarios. | Las empresas pueden incurrir en costos adicionales para gestionar y hacer efectiva la devolución. |
| | Garantías | Todas las garantías cuentan con un plazo y especificaciones para hacer efectiva la garantía. | Las condiciones generales de las garantías no son explicadas a los consumidores y no se especifican en los contratos. | Podría ocasionar inconformidad y confusión para los consumidores en el momento que necesiten hacer efectiva una garantía. |
| | Reparaciones | Cuando se devuelve un producto, se hace una revisión técnica para determinar si aplica o no la reparación por garantía. | No contar con personal capacitado para realizar de manera eficiente las revisiones o evaluaciones técnicas para hacer efectiva la reparación por garantía. | Si las empresas no tienen debidamente capacitado al personal encargado de las evaluaciones, podría ocasionarle un riesgo reputacional y demandas ante la defensoría por incumplimiento de garantías. |
| Créditos y cobros | Información proporcionada por el cliente | Los clientes que realizan compras al crédito deben proporcionar información sobre sus ingresos y domicilio. | Cuando no se realiza de manera oportuna y eficiente la comprobación de la información proporcionada por los consumidores que realizan compras al crédito. | Las empresas pueden tener incrementos en las cuentas incobrables; debido a que algunos clientes proporcionan información falsa para no cumplir con su compromiso de pago. |

| Factor | Eventos | Descripción del evento | Causa | Efecto |
|-------------------|-------------------------------------|--|---|--|
| Créditos y cobros | Contratos | Son documentos de respaldo donde se detallan las cláusulas y obligaciones que se adquieren a un tiempo determinado. | Se debe detallar y explicar cada una de las cláusulas que contiene el contrato. | La modificación de una de las cláusulas sin ser discutidas por las partes interesadas, puede generar inconformidad en los consumidores, creando una mala imagen y en algunos casos demandas. |
| | Cláusulas abusivas | Son aquellas cláusulas que algunas empresas establecen en los contratos y que violan los derechos de los consumidores. | La falta de conocimientos de la Ley puede inducir a errores en la redacción de contratos y establecer cláusulas que limitan los derechos de los consumidores. | Podrían ser acreedoras de demandas y sanciones por parte de la Defensoría del Consumidor, lo cual afecta la imagen de la empresa y sus resultados. |
| | Calculo de intereses | Los intereses deben ser calculados sobre los saldos diarios pendientes de cancelar. | Cuando se cobra intereses a los consumidores de una manera incorrecta, de acuerdo a lo que establece la Ley. | Las empresas que cobran intereses sobre intereses pueden ser demandadas por los consumidores, por realizar prácticas inadecuadas. |
| | Derecho de retracto o desistimiento | Es considerado como una facultad que tienen los consumidores para poder anular un contrato. | La mayoría de empresas no mencionan sobre este derecho a los consumidores, sometiéndolos a la obligación de cumplir desde el primer día con el mismo. | Estas empresas pueden recibir una sanción Por incumplimiento a las regulaciones de la Ley, esto por no detallar claramente a los consumidores sobre sus derechos. |
| | Gestión de cobro | Consiste en el seguimiento que se realiza para cobrar a los clientes que tienen mora en sus pagos. | No se capacita al personal para realizar las actividades de cobro adecuadas ante los consumidores. | Los clientes pueden dejar de pagar las cuotas que adeudan, esto impactará en los ingresos de la entidad y si esta se realiza de manera inadecuada, los clientes pueden presentar demandas por gestiones de cobros indebidas. |

| Factor | Eventos | Descripción del evento | Causa | Efecto |
|-------------|---------------------------------|---|--|---|
| Facturación | Emisión y entrega de documentos | Se debe emitir y entregar un comprobante de la venta realizada. | La falta de emisión y entrega de créditos fiscales de facturas o ticket por cada venta. | Puede ocasionar no solo demandas por parte de los clientes por no tener un documento probatorio sino inspecciones por parte de las entidades fiscales. |
| Ventas | Publicidad engañosa | Las empresas realizan ofertas de sus productos por medio de la publicidad en los diferentes medios. | Si la publicidad de los productos no presenta información real acerca de los mismos, ni los términos y condiciones de las ofertas. | Ese tipo de actividades son consideradas como publicidad engañosa según la Ley, lo cual podría llevar a que las empresas reciban demandas, esto afectará su imagen corporativa. |
| | Etiquetado de precios | Todos los productos ofrecidos a los consumidores tienen que estar debidamente etiquetados con su nombre y precio. | La falta de este requisito se considera como una falta a los derechos de los consumidores según la Ley. | Si en una inspección de la Defensoría del Consumidor alguna empresa se encuentra con falta de etiquetado de los precios de los productos o el valor de la etiqueta no es el real al que se ha publicitado, la empresa puede ser sancionada. |

Fuente: elaboración por grupo E-89

A.2.1.3.3. Criterios para determinar la probabilidad

En base a lo que se establece en la Ley de Protección al Consumidor y las necesidades de las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, se consideran los siguientes elementos propensos a incumplimientos.

Tabla E *Criterios para determinar la probabilidad*

| Eventos | Alto (7-10) | Medio (4-6) | Bajo (1-3) |
|--|--|--|---|
| Reputación | La inconformidad de los clientes se ve reflejado en denuncias ante la Defensoría del Consumidor. | Los consumidores se ven inconformes con algunos de los bienes o servicios ofrecidos. | No presentan algún inconveniente o queja por el servicio y productos ofrecidos, los clientes recomiendan a la entidad. |
| Establecimiento y cumplimiento de políticas | Las empresas no establecen ningún tipo de políticas para dar cumplimiento a las regulaciones establecidas en la Ley. | Las empresas establecen políticas de forma general en las cuales están implícitas algunas regulaciones establecidas en la Ley. | Las empresas establecen políticas específicas para dar cumplimiento a las regulaciones establecidas en la Ley de cada uno de los elementos identificados. |
| Capacitación al personal | Los clientes quedan insatisfechos por la atención brindada, pues el personal no tiene suficiente conocimiento de los productos y no les brinda la información oportuna sobre los bienes. | La atención brindada es relativamente aceptable por los clientes, pues se les proporciona información básica de los productos. | El usuario se ve complacido por la atención brindada, pues el personal proporciona información oportuna y completa de los productos. |
| Legal | No se les brinda la documentación de respaldo de la compra venta. | | Se les proporciona copia de toda la información que respalda la compra-venta. |

Fuente: elaboración por grupo E-89

A.2.1.3.4. Criterios para determinar el impacto

Tabla F *Criterios para determinar el impacto*

| Eventos | Alto (7-10) | Medio (4-6) | Bajo (1-3) |
|--|---|--|--|
| Fidelización de clientes | Ofrecer productos de mala calidad. | Ofrecer productos de buena calidad pero no se da a conocer de forma completa la información referente al uso del producto. | Ofrecer productos de calidad e información completa sobre el uso de los mismos. |
| Devolución de productos defectuosos | Proporcionar productos sin antes verificar la calidad y validar que las características sean del producto solicitado. | Se revisa la calidad pero no se validan las características del producto entregado con el solicitado. | Se verifica la calidad, condiciones y características del producto antes de ser entregado al cliente. |
| Evaluación técnica para hacer efectiva una garantía | No se hace evaluación técnica a los productos devueltos en concepto de garantía. | Se hace una evaluación técnica solo a ciertos productos devueltos por garantía. | Se realiza una evaluación técnica a todos los productos que son devueltos en concepto de garantía para determinar si aplica o no. |
| Alcance de las garantías | No se explican a los consumidores sobre las condiciones, lugar y plazo para hacer efectiva una devolución por garantía. | Solo se mencionan algunas de las condiciones para poder hacer uso de las garantías. | A todos los consumidores se les detalla sobre las condiciones, el plazo y lugar para hacer efectiva la garantía. |
| Información proporcionada por el cliente | No se comprueba la información proporcionada por los clientes que desean adquirir productos al crédito. | Solo se comprueban las fuentes de ingresos del cliente pero no su domicilio. | Realizan una comprobación de todos los datos solicitados calidad crediticia, fuentes de ingreso, domicilio y referencias personales. |
| Gestión de cobro | No se da seguimiento de cobro a los clientes que tienen atraso en sus pagos, o se realizan gestiones de cobros indebidas. | Se hace gestión de cobro a los clientes que tienen retraso en el pago de más de dos cuotas. | Se realiza una gestión de cobro a todos los clientes que cuentan con retraso en pago desde una cuota. |

| Eventos | Alto (7-10) | Medio (4-6) | Bajo (1-3) |
|--|---|---|---|
| Cláusulas abusivas | Establecer cláusulas que se consideran como abusivas y tratar de hacer renunciar a los derechos que el consumidor posee de acuerdo a la Ley. | | No se establecen cláusulas que pretenden hacer renunciar a los derechos legítimos que les otorga la LPC. |
| Calculo de intereses | Los intereses se calculan sobre saldos totales y no sobre saldos diarios. | | Los intereses se calculan sobre los saldos diarios adeudados y no sobre el acumulado. |
| Derecho de retracto o desistimiento | La empresa cobra un interés adicional o más alto al legal establecido, cuando un cliente da por finalizado el contrato y no le devuelve lo anticipado por el mismo. | | La empresa da a conocer el derecho de retracto o desistimiento que el consumidor posee y el monto de interés que cobraría en caso este la hiciera efectiva. |
| Oferta de productos | Ofertar productos por medio de publicidad que no da la información completa de los bienes, induciendo al comprador en una confusión o engaño. | Atraer a los consumidores por medio de promociones que tengan restricciones y no se den a conocer al consumidor. | Realizar publicidad con un contenido completo sobre los productos, características y precios reales. |
| Etiquetado de precios | Omitir la colocación de viñetas y sea el vendedor quien proporcione la información referente al producto. | Colocar viñetas o etiquetas con información incompleta sobre el precio de contado, de crédito, cuotas a cancelar, período, y especificaciones de los bienes | Colocar viñetas o etiquetas con información completa como el precio de contado, de crédito, cuotas a cancelar y período, además de las especificaciones de los bienes |
| Multas sanciones | La denuncia por incumplimiento le representa a la empresa incurrir en multas muy graves. | Las denuncias por incumplimiento le representan a la empresa incurrir en multas graves. | Las denuncias por incumplimiento le representan a la empresa incurrir en multas leves. |

A.2.1.3.5. Matriz de riesgos según la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor

Como parte del proceso de auditoría, el profesional en contaduría debe hacer un análisis de aquellas áreas que pudieran representar amenazas o riesgos, al cumplimiento de los lineamientos establecidos en la Ley de Protección al Consumidor.

A continuación, se presentan una serie de eventos que pueden representar riesgos potenciales para las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles basados en las regulaciones establecidas en la Ley, sobre los cuales, dependiendo de la calificación de riesgos asignada se deberá realizar una evaluación más exhaustiva para obtener evidencia del cumplimiento a la normativa.

Para determinar la probabilidad y el impacto se toman en cuenta los siguientes criterios:

Se toman valores del 1 al 10 para calificar tanto la probabilidad como el impacto, el producto del mismo identificará el nivel de riesgo.

| Tipo de riesgo | Calificación según puntaje |
|----------------|----------------------------|
| Alto | 60 o más. |
| Medio | 21 a 59 |
| Bajo | 1 a 20 |

| Nombre del riesgo | Área | Descripción | Determinación de riesgo | | | | | Procedimientos para evaluar los riesgos |
|-------------------------|-------------------|---|--------------------------|------------------------------|--------------------------|-------------------------|-------------------------|---|
| | | | Probabilidad | | Impacto | | | |
| | | | N° de evento relacionado | Calificación de Probabilidad | N° de evento relacionado | Calificación de Impacto | Determinación de Riesgo | |
| Existencia de políticas | Contratos | La falta de políticas para la emisión, firma y entrega de contratos, pueden ocasionar infracciones o conflictos con los clientes al no proporcionarles una copia que respalde la información pactada en la transacción. | 2 | 3 | 12 | 5 | 15 | Verificar la existencia de políticas para la emisión y entrega de contratos y el proceso de comunicación para darla a conocer al personal. |
| | Gestión de cobros | Si no se cuentan con políticas para realizar la gestión de cobros, el personal puede realizarlo de una forma indebida, acosando a los consumidores | 2 | 7 | 7 | 9 | 63 | Verificar la existencia de políticas para realizar la gestión de cobros y observar el proceso para garantizar que se respetan los derechos de los consumidores al momento de realizar una cobranza. |

| Nombre del riesgo | Área | Descripción | Determinación de riesgo | | | | Procedimientos para evaluar los riesgos | |
|-------------------------|--|---|--------------------------|------------------------------|--------------------------|-------------------------|---|--|
| | | | Probabilidad | | Impacto | | | |
| | | | N° de evento relacionado | Calificación de Probabilidad | N° de evento relacionado | Calificación de Impacto | | Determinación de Riesgo |
| Existencia de políticas | Denuncias de clientes | Si no se establecen políticas orientadas a brindar una calidad en la atención al cliente, en donde se les proporcione información completa y oportuna de los productos ofrecidos, se puede inducir a los consumidores en confusiones para adquirirlos. | 2 | 5 | 1 | 3 | 15 | Observar el trato y la información que se brinda a los clientes al momento de que estos soliciten detalles de los productos, además indagar si lo bienes ofertados por la empresa cuenta con su respectivo etiquetado. |
| | Garantías | Cuando el proveedor no define políticas que delimita la cobertura de garantías el consumidor puede exigir la reparación o cambio del producto aun cuando sea por mal uso. | 2 | 3 | 4 | 3 | 9 | Verificar la existencia de políticas sobre el alcance de las garantías e indagar si son explicadas a los consumidores. |
| atención al cliente | Derecho de información | Trasladar información incompleta, poco relevante o confusa puede influir en la intención de compra y ocasionar una inconformidad la cual puede ser reflejada a través de una demanda. | 3 | 5 | 12 | 7 | 35 | Indagar sobre el proceso de capacitaciones al personal y realizar una entrevista con algunos empleados para determinar el conocimiento que tienen sobre las obligaciones y regulaciones establecidas en la LPC. |
| | Confidencialidad de la información | Brindar información personal de los clientes, cuando estos no lo han autorizado y no queda establecido de forma escrita | 2 | 2 | 12 | 3 | 6 | Realizar entrevistas con el personal para verificar las prácticas que se tienen sobre el manejo de la información brindada por el cliente. |
| | Capacitaciones | Si no se induce adecuadamente al personal este puede no cumplir con sus funciones de una forma adecuada y realizarlo con deficiencia. El desconocimiento de aspectos generales de la LPC y los controles que se implementan para el cumplimiento de la misma, pueden provocar denuncia por parte de los usuarios. | 1 | 5 | 1 | 6 | 30 | Indagar sobre el proceso de capacitaciones al personal y realizar una entrevista con algunos empleados para determinar el conocimiento que poseen sobre las obligaciones y regulaciones establecidas en la LPC. Además solicitar el expediente de algunos de los empleados para constatar que cumplan con el perfil establecidos para el puesto en el que se desempeñan. |
| | Documentos de respaldo | Cuando no se emiten documentos de respaldo de la compra venta o se emiten y no se entregan a los consumidores, las empresas violentan sus derechos ya que si existe una eventualidad, él no tiene como comprobar la operación. | 4 | 2 | 12 | 6 | 12 | Realizar inspecciones para comprobar que el personal encargado de ventas, atención al cliente, cajeros y de cobros proporcionen los documentos de respaldo de las transacciones, evitando que los empleados se queden con las copias que le corresponde a los consumidores. |
| Emisión de contratos | Definición de cláusulas | Si omiten cláusulas para informar al consumidor en cuanto al cálculo de interés, recargos o devoluciones de anticipos, las entidades incumplen lo establecido en LPC ocasionando demandas e infracciones. | 2 | 6 | 12 | 3 | 18 | Solicitar en base a una muestra contratos para verificar que las cláusulas que en ellos se estipulan estén acordes a lo establecido en la ley. |
| Gestión de cobros | Actualización de créditos | Cuando las cuentas por cobrar a los consumidores no se encuentran actualizada esto ocasiona recargos moratorios y gestiones de cobros indebidos. | 3 | 5 | 6 | 4 | 20 | Seleccionar cuentas activas y realizar confirmaciones externar para comprobar que los saldos sean los realmente adeudados. |
| garantías | Requisitos para hacer efectiva la garantía | La inexistencia de información sobre plazos, alcances y tipo de garantía ocasiona inconformidad de los clientes al tratar de hacer uso de las mismas, creándose una imagen negativa de la empresa. | 1 | 3 | 4 | 6 | 18 | Realizar entrevistas con algunos empleados para verificar si conocen el proceso a seguir para hacer efectivas las garantías, además observar la forma en que esa información se le da conocer a los clientes. |
| | Cobros adicionales | La empresa está sujeta a sanciones al realizar cobros extras no pactados al momento de realizar el reclamo de una garantía. | 3 | 4 | 12 | 6 | 24 | |
| Publicidad | Información de productos | Vender productos con precios diferentes a los ofertados ocasiona inconformidad en los consumidores afectando la reputación de la empresa. | 3 | 5 | 10 | 6 | 30 | Seleccionar muestras de productos y verificar que se les coloque viñeta como información completa tal como lo establece la LPC |
| | Publicidad engañosa | Ofrecer productos con calidad inferior, de segunda calidad o reconstruidos y no darlo a conocer a los usuarios, existe la posibilidad de contraer infracciones graves o ser considerado como una estafa. | 2 | 4 | 12 | 5 | 20 | Indagar sobre el conocimiento que los empleados poseen sobre los productos en venta, los que están en oferta y las condiciones generales para ofrecerlas al público. |
| | Identificación de etiquetas | La omisión de información en etiquetas con el precio de contado y de crédito puede incurrir en infracciones e incumplimiento a lo regulado en la ley ya que no se le brinda información completa para tomar la decisión de compra. | 3 | 5 | 11 | 6 | 30 | Verificar que el etiquetado de los productos contenga información de precios, plazos y características del bien, que se encuentren en lugares visibles y además indagar si se revisa y actualiza la información de las mismas. |

A.2.1.4. Programas de auditoría

En los programas se detallan un conjunto de instrucciones, para ser aplicados durante el curso del examen y documentar la conclusión del profesional sobre el cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor en la entidad.

A.2.1.4.1. Objetivos de los programas de auditoría

Se deben establecer los objetivos que se pretende alcanzar con la ejecución de los programas, definiendo el objetivo general por cada componente o área a evaluar y los objetivos específicos.

A.2.1.4.2. Propósito de los programas

Los programas de auditoría son diseñados para cumplir con actividades específicas, teniendo como propósitos principales los siguientes:

1. Dar a conocer a cada miembro del equipo de auditoría, un plan sistemático del trabajo que se debe desarrollar, considerando las diferentes áreas o elementos a evaluar durante la ejecución del mismo.
2. Comprometer y responsabilizar a los miembros del equipo de auditoría, por el cumplimiento eficiente del trabajo que se le ha encomendado.
3. Servir como registro cronológico de las actividades que se han realizado y a evitar dejar pendiente procedimientos básicos o importantes.
4. Facilitar a los supervisores, la revisión del trabajo realizado.
5. Proporcionar un registro del trabajo realizado y la evidencia que tiene del mismo.

A.2.1.4.3. Estructura de los programas

Figura F Estructura de los programas de auditoría



Fuente: elaboración por grupo E-89

A.2.1.4.4. Responsabilidad y revisión de los programas de auditoría

La elaboración del programa de auditoría es responsabilidad del auditor jefe del equipo en conjunto con el supervisor, tomando en cuenta la Ley de Protección al Consumidor y las técnicas a utilizar para el desarrollo de los mismos.

Los programas establecidos inicialmente, deben estar prestos a modificaciones, que ayuden al auditor a evaluar de mejor manera cada uno de los componentes y en el caso de que resulten ineficientes o innecesarios puedan quedar sin ejecutar.

A.2.1.4.5. Modelos sugeridos de programas de auditoría

A continuación, se presentan procedimientos para evaluar el cumplimiento de las regulaciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor (LPC) y su reglamento en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, están divididos en cuatro áreas que son: atención al cliente, área de créditos y cobros, área de facturación y área de ventas.

|  González, auditores y consultores, S.A. de C.V. | | | | |
|---|--|-----------------|--------------------------|--------------------|
| Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V. | | | Referencia de PT: | |
| Auditoría de cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor | | | | |
| Programa para evaluar el área de Atención al cliente | | | | |
| Objetivo: verificar el cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor, en lo relacionado con el área de atención al cliente y las actividades que se realizan con respecto a las devoluciones y garantías. | | | | |
| N° | Procedimiento | Ref. P/T | Hecho por | Oportunidad |
| Pruebas de control | | | | |
| 1 | Verifique la existencia de políticas para la entrega de garantías y devoluciones de productos por parte de los consumidores y la manera en que se dan a conocer a los empleados, para mejorar la atención al cliente. (art. 33 LPC) | | | |
| 2 | Seleccione una muestra de los clientes activos que han adquirido productos que tienen garantía de uso o funcionamiento y verifique que se les explique a los consumidores de acuerdo a lo establecido en el art. 33 de la LPC, lo siguiente: | | | |
| a) | Cobertura o condiciones de la garantía. | | | |
| b) | La forma de la realización. | | | |
| c) | Plazo. | | | |
| d) | Establecimiento para hacerla efectiva. | | | |
| 3 | Obtenga un comprobante o certificado de garantía que haya sido presentado por un cliente para hacerla efectiva y verifique que contenga las siguientes características: | | | |
| a) | La originalidad del comprobante. | | | |

| N° | Procedimiento | Ref. P/T | Hecho por | Oportunidad |
|--------------------------|---|-------------|---------------|-------------|
| b) | Los documentos presentados deben tener firma y sello de cancelado. | | | |
| c) | Especificación de términos y condiciones. | | | |
| 4 | Solicite un contrato en el que se haya realizado una venta de producto que cuente con garantía y valide que se detalle el plazo, los términos y el lugar donde se hará efectiva si no se entregare certificado de garantía anexo. (art. 33LPC) | | | |
| 5 | Realice una entrevista al personal de atención al cliente y verifique la existencia de un responsable de la custodia de los certificados de las garantías. | | | |
| 6 | Verifique que exista un proceso definido para aceptar devolución de productos, por inconformidad de los clientes ya sea que cuenten con garantía o no. Y que el personal esté debidamente capacitado para brindar una atención con calidad al cliente.(art. 33A) | | | |
| 7 | Seleccione una muestra de clientes que hayan efectuado reclamos de productos que cuentan con garantía, para comprobar que la empresa no realiza cobros adicionales por la reparación de los productos. (art. 33A) | | | |
| 8 | Solicite el expediente del personal a cargo de realizar las revisiones técnicas y verifique que cuente con el perfil necesario para el desempeño de sus funciones y valide la aceptación por garantía. | | | |
| 9 | Solicite el reporte del reclamo de garantías del último mes y verifique que el producto se haya entregado en el tiempo acordado con el cliente. | | | |
| 10 | Verifique el procedimiento que se realiza con el certificado o comprobante de la garantía, una vez se ha hecho efectiva la reparación del producto. | | | |
| PT elaborado por: | | | Fecha: | |
| Revisado por: | | | Fecha: | |
| Autorizado por: | | | Fecha: | |



González, auditores y consultores, S.A. de C.V.

Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V.

Referencia de PT:

Auditoría de cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor

Programa para evaluar el área de créditos y cobros

Objetivo: Constatar que exista un proceso de otorgamiento de créditos y gestión de cobros según los lineamientos establecidos en la Ley de Protección al Consumidor, determinando además que las cuentas por cobrar son las que realmente adeudan los consumidores; asimismo, que los contratos cuenten con todas las cláusulas requeridas en la normativa de forma explícita y que los cálculos de intereses, comisiones, mora entre otros sean acorde a lo estipulado en la misma.

| N° | Procedimiento | Ref. P/T | Hecho por | Oportunidad |
|--------------------|--|----------|-----------|-------------|
| Pruebas de control | | | | |
| 1 | Seleccione una muestra de las cuentas por cobrar y verifique que los documentos de respaldo como facturas, contratos, pagarés, entre otros, coincidan con los saldos pendientes de pago reflejados en el sistema. | | | |
| 2 | Seleccione por medio de una muestra cuentas activas de clientes y verifique que para las cuotas correspondientes a los meses de enero a marzo/2017: todo pago realizado por el consumidor este remesado y registrado en la fecha de la transacción, para evitar recargos moratorios indebidos. (art. 18 lit. j de la LPC y art. 21 RLPC) | | | |
| 3 | Realice confirmaciones externas de los consumidores que poseen saldos pendientes de cancelar y verifique que el saldo coincida con la cuenta por cobrar. | | | |
| 4 | Tome una muestra de las cuentas por cobrar y realice un recalcu para verificar que de acuerdo a los establecido en el art. 12 de la LPC, se cumpla con lo siguiente: | | | |
| a) | Que no se cobre mora por saldos no vencidos. (art. 9 RLPC) | | | |
| b) | Que no se cobre interés sobre interés e intereses moratorios. (art. 9 RLPC) | | | |
| c) | Que no se efectúen cobros por comisiones o recargos no especificados al momento de celebrar el contrato. (art 10 RLPC) | | | |

| N° | Procedimiento | Ref. P/T | Hecho por | Oportunidad |
|----|---|----------|-----------|-------------|
| 5 | Realice los siguientes procedimientos para verificar que en el proceso de aprobación o rechazo de una venta al crédito, se cuente con la documentación en físico y se haya evaluado como mínimo lo siguiente: | | | |
| a) | Elabore una cédula de detalle, para revisar que el formulario de solicitud de crédito contenga datos como: nombre, número de DUI, dirección, número de teléfono, referencias y cualquier información clave para la resolución. | | | |
| b) | Elabore una cédula de detalle, para verificar que el consumidor haya proporcionado referencias personales, recibo de servicio básico vigente y constancia de salario. | | | |
| c) | Verifique que el personal responsable de otorgar créditos, cuente con bitácoras que avalen la verificación de datos y que no esté clasificado como cliente moroso. | | | |
| d) | Solicite los expedientes de los créditos denegados en el último mes y verifique que cuenten con la documentación necesaria que respalde dicha resolución. | | | |
| 6 | Verifique que las rebajas o descuentos cuenten con documento de soporte debidamente autorizado por la persona responsable, de preferencia con firma de enterado por el cliente y que dicha disminución en el valor de la cuenta por cobrar este actualizado en los reportes.(art. 12 LPC) | | | |
| 7 | Compruebe que la empresa cuente con políticas de cobro para verificar que estén acorde a las regulaciones de la Ley y sean empleadas de la misma manera. (art. 18, lit. f) | | | |
| 8 | Verifique que, en las políticas para la clasificación de la cartera de clientes, no se utilicen términos como “moroso”, “cliente deudor” o medidas denigrantes explícitas en la Ley. (art. 18, lit. f) | | | |

| N° | Procedimiento | Ref. P/T | Hecho por | Oportunidad |
|----|--|----------|-----------|-------------|
| 9 | Elabore una narrativa del proceso de gestión de cobro y verifique que se respeten los derechos a los consumidores establecidos en el art. 18, lit. f de la LPC por medio de lo siguiente: | | | |
| a) | Si se expone las condiciones crediticias de los clientes, con la utilización de medios de comunicación para hacer pública una deuda. | | | |
| b) | Que la gestión de cobro se efectúe bajo condiciones normales, evitando de esta forma, el acoso al consumidor. | | | |
| c) | Si se han realizado gestiones de cobros difamatorias, en perjuicio del consumidor o su familia. | | | |
| 10 | Solicite la antigüedad de saldos para verificar que no existan registros de consumidores que ya han extinguido la obligación y que se sigue manejando como cliente activo. | | | |
| 11 | Verifique si cuentan con prácticas orientadas a compartir información crediticia del consumidor y si esta se realiza con o sin el consentimiento por escrito del mismo. (art 18, lit. g LPC). | | | |
| 12 | Verifique si existen políticas de descuento por pronto pago en el que se disminuya el importe de los intereses por los días pendientes al vencimiento. (art. 18 lit. m LPC). | | | |
| 13 | Determine por medio de una muestra si los descuentos por pronto pago se calculan en base a la tasa de interés pactada en el contrato o si ésta no existiere, en base al tipo de interés legal. | | | |
| 14 | Determine una muestra y solicite los contratos para verificar lo siguiente: | | | |
| a) | Que se especifiquen los recargos que se realizaran si se contratan productos o servicios adicionales y no se realicen cobros distintos al monto celebrado en el contrato. (art. 18, lit. c LPC). | | | |

| N° | Procedimiento | Ref. P/T | Hecho por | Oportunidad |
|----|--|----------|-----------|-------------|
| b) | Si existen cláusulas que especifiquen los incumplimientos por parte de los consumidores que los hace acreedores de recargos extras, detallando el pago a realizar.(art. 12 A LPC) | | | |
| c) | Que no existan cláusulas que condicionen la venta de bienes o servicios complementarios. (art. 18, lit. a LPC) | | | |
| d) | Que los contratos celebrados por el proveedor y el consumidor, poseen la fecha y lugar de su suscripción.(art. 12 B LPC) | | | |
| 15 | Verifique que la empresa cuente con contratos de adhesión y que estos cumplan con los requisitos establecidos en el art. 22 del RLPC. | | | |
| 16 | Verifique si la empresa cuenta con política de devoluciones o reintegros por desistimiento del consumidor. (art 13, inciso 4 LPC) | | | |
| 17 | Revise si en los contratos suscritos por el proveedor y el consumidor, se establecen cláusulas de devolución de anticipos, primas o desembolsos efectuados por el cliente en casos de desistimiento del mismo. | | | |
| 18 | Verifique por medio de una muestra, en los casos de devolución de los pagos realizados, si se entrega el valor total del bien o en caso de retención por gastos administrativos, se calcule en base al interés legal sobre el valor del bien. (art 13, inciso 4 LPC) | | | |
| 19 | Verifique a través de la obtención de un contrato, si en los contratos, se hace referencia a textos ajenos al documento. Si este es el caso, determinar si éstos son proporcionados al consumidor. (art. 22 LPC) | | | |
| 20 | Revise que se emitan dos copias del contrato y que una de estas sea proporcionada al cliente, confirmando que en el expediente solo se cuente con el original. (art. 22 LPC) | | | |
| 21 | Verifique que los contratos posean la información y firma de las partes contratantes. | | | |

| N° | Procedimiento | Ref. P/T | Hecho por | Oportunidad |
|--------------------------|---|----------|---------------|-------------|
| 22 | Verifique la existencia de una política que determine el tratamiento, en el caso que la fecha de vencimiento de pago sea en día festivo o no hábil y esté libre de recargos o intereses por mora. (art. 18, lit. i) | | | |
| 23 | Realice una cédula de cumplimiento para verificar que en los contratos se detallen como mínimo las siguientes cláusulas contractuales especificadas en el art. 12 lit. b de la LPC: | | | |
| a) | Detalle de las generalidades del bien | | | |
| b) | El precio de contado del bien a adquirir | | | |
| c) | Tarifas | | | |
| d) | Tasas | | | |
| e) | Intereses | | | |
| f) | Pago a efectuar en concepto de mora | | | |
| g) | Fecha límite de pago | | | |
| h) | Cualquier pago adicional al valor del bien | | | |
| 24 | Verifique si las comisiones y recargos canceladas por el cliente correspondan a un servicio adicional efectivamente prestado y que no sea inherente al producto adquirido originalmente. | | | |
| 25 | Revise si se realizan comprobantes adicionales por entrega diferida de bienes donde se establezca lugar y fecha de entrega y que la información que se consigne en ellos este acorde a lo establecido a Ley. (art. 13 LPC) | | | |
| 26 | Verifique si en los contratos se establecen cláusulas de terminación del mismo y que cumpla con los requisitos establecidos en el art. 27 del RLPC. | | | |
| 27 | Solicite mediante una muestra, expedientes de clientes activos y revise la terminación del contrato y si este se ha prorrogado que exista una documentación en el que el consumidor avala dicha decisión. (art. 18, lit. k LPC) | | | |
| PT elaborado por: | | | Fecha: | |
| Revisado por: | | | Fecha: | |
| Autorizado por: | | | Fecha: | |

|  González, auditores y consultores, S.A. de C.V. | | | | |
|---|---|-----------------|--------------------------|--------------------|
| Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V. | | | Referencia de PT: | |
| Auditoría de cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor | | | | |
| Programa para evaluar el área de Facturación | | | | |
| Objetivo: Constatar que exista un control sobre la emisión, entrega y resguardo de los documentos que ampara las ventas realizadas por la entidad. | | | | |
| N° | Procedimiento | Ref. P/T | Hecho por | Oportunidad |
| Pruebas de control | | | | |
| 1 | Solicite los archivos de facturas, comprobantes de crédito fiscal o ticket de los meses en los que está realizada la auditoría y compruebe que los ingresos registrados por ventas, están documentados en su totalidad. | | | |
| 2 | Verifique que la suma correspondiente a las ventas de los meses auditados presentados en los libros de ventas, coincida con el valor de las facturas y comprobantes de crédito fiscal del período en examen. | | | |
| 3 | Compruebe que las facturas, comprobantes de crédito fiscal y tickets, se encuentren archivados en forma correlativa y que no hace falta ningún documento. | | | |
| 4 | En las facturas y comprobantes de crédito fiscal anulados verifique: | | | |
| a) | Se les coloque el sello de anulado. | | | |
| b) | Se encuentren archivados el original y copias en el mes que corresponda. | | | |
| 5 | Seleccione una muestra de facturas, comprobantes de crédito fiscal y tickets y verifique que estos se encuentren debidamente registrados en los libros correspondientes. | | | |

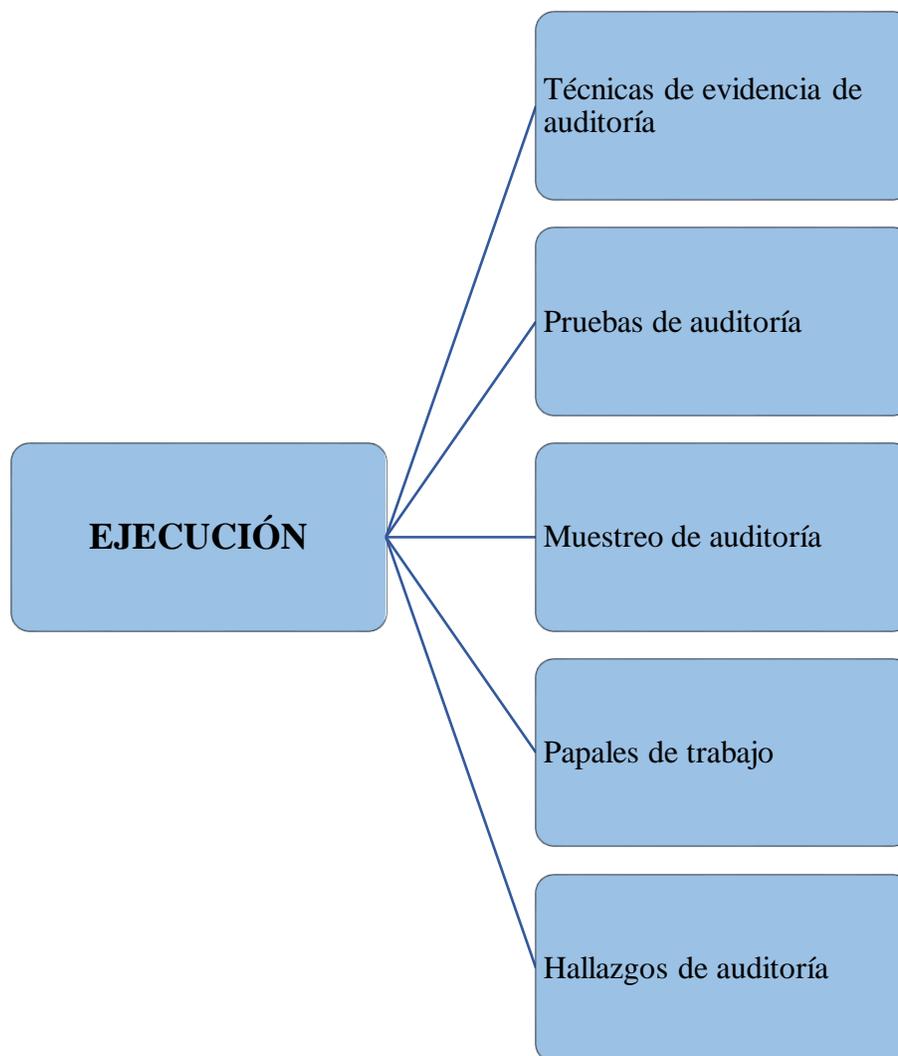
| Nº | Procedimiento | Ref. P/T | Hecho por | Oportunidad |
|--------------------------|--|----------|---------------|-------------|
| 6 | Seleccione una muestra de facturas, comprobantes de crédito fiscal y verifique que detallan los productos proporcionados a los consumidores y que estos cuenten con: (art. 18, lit. b) | | | |
| a) | Firma de elaborado | | | |
| b) | Firma de recibido | | | |
| c) | Sello de cancelado | | | |
| d) | El monto del valor cancelado coincida con la lista de precio actualizada y con lo establecido en el contrato cuando la venta sea al crédito para constar que no se realizan cobros indebidos a los clientes. (art. 12, lit. b LPC) | | | |
| 7 | Verifique que los montos por rebajas y devolucion es están debidamente documentados con las notas de crédito correspondientes | | | |
| PT elaborado por: | | | Fecha: | |
| Revisado por: | | | Fecha: | |
| Autorizado por: | | | Fecha: | |

|  González, auditores y consultores, S.A. de C.V. | | | | |
|---|---|----------|--------------------------|-------------|
| Ciente: Muebles y más, S.A. de C.V. | | | Referencia de PT: | |
| Auditoría de cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor | | | | |
| Programa para evaluar el área de Ventas | | | | |
| Objetivo: analizar los aspectos contenidos en la Ley de Protección al consumidor respecto a los requisitos mínimos que se deben tomar en cuenta al momento de realizar publicidad de los productos que se ofrecen. | | | | |
| Nº | Procedimiento | Ref. P/T | Hecho por | Oportunidad |
| Pruebas de control | | | | |
| 1 | Solicite la lista de precios y verifique si los precios están actualizados y autorizados. | | | |

| N° | Procedimiento | Ref. P/T | Hecho por | Oportunidad |
|--------------------------|---|----------|---------------|-------------|
| 2 | Verifique que se comuniquen de forma escrita a todo el personal las políticas de promoción. | | | |
| 3 | Verifique que en la publicidad utilizada por la entidad, se establezca información de acuerdo a lo establecido en el art. 30 de la LPC, tales como: | | | |
| a) | Artículos que están en promoción | | | |
| b) | Precio de los bienes | | | |
| c) | Duración o vigencia de la promoción | | | |
| d) | Restricciones por las cuales no se puede aplicar | | | |
| 4 | Seleccione una muestra de productos y verifique que se les coloque una viñeta o información completa tal como lo establece el art. 29 de la LPC, con especificaciones tales como: | | | |
| a) | Precio de venta al contado o crédito | | | |
| b) | Número de cuotas | | | |
| c) | Valor de la cuota | | | |
| 5 | Verificar la existencia de una programación del personal de ventas para la revisión de las viñetas en cada producto y que se encuentren en lugares visibles. | | | |
| 6 | Verifique mediante entrevistas al personal el conocimiento que se tiene sobre los productos en venta, los que están en oferta y las condiciones generales para ofrecerlas al público. | | | |
| PT elaborado por: | | | Fecha: | |
| Revisado por: | | | Fecha: | |
| Autorizado por: | | | Fecha: | |

A.2.2. FASE DE EJECUCIÓN

Figura G Estructura de la fase de ejecución



Elaboración: grupo de investigación E89

En esta etapa y de acuerdo a lo que establece la NIA 500, los auditores realizan las pruebas con la finalidad de recolectar evidencia suficiente y confiable, que sirva para sustentar la conclusión, debido a que en esta fase se ejecutan los puntos de la estrategia planeada y se desarrollan los procedimientos plasmados en los programas de auditoría.

A.2.2.1. Evidencia de auditoría

Existen diferentes tipos de pruebas que el auditor debe realizar para encontrar una posible evidencia, dentro de las que se encuentran:

Tabla G *Tipos de evidencia de auditoría*

| Tipo de técnica | Técnica | Descripción |
|-----------------|-------------------------|--|
| Ocular | Comparación | En esta técnica el auditor compara dos situaciones o más y determina similitudes o diferencias en cuanto a la ejecución de los procedimientos por parte de la empresa. |
| | Observación | Se tienen que verificar que la ejecución de las actividades sea la misma que se detalla en los procedimientos o políticas de la entidad. |
| Oral | Indagación | El auditor tiene que realizar entrevistas verbales para conocer la manera en que los empleados responsables ejecutan sus actividades. |
| Escrita | Confirmaciones externas | Se debe solicitar a los consumidores la confirmación de la satisfacción del servicio recibido o del producto adquirido, considerando que se le respetaron sus derechos como cliente, según la Ley. |
| Documental | Revisión selectiva | El auditor solicita una serie de documentos para verificar que no existan transacciones atípicas al cumplimiento de los derechos de los consumidores. |
| | comprobación | Se comprueban movimientos mediante la documentación de los mismos. |
| | Recalculo | Por medio de sumas aritméticas se comprueban saldos, por ejemplo la actualización de los precios de las unidades físicas contra el que tienen a nivel de sistema. |
| Física | Inspección | El auditor realiza un examen del cumplimiento de la emisión de comprobantes o contratos contra lo que establece la Ley al respecto. |

Elaboración: grupo de investigación E89

A continuación, se presentan ejemplos de cómo utilizar cada una de las técnicas, en base a algunos procedimientos establecidos en los programas detallados anteriormente:

Tabla H Ejemplos de tipos de evidencias de auditoría

| Técnica | Ejemplo de procedimientos y eventos relacionados |
|-------------------------|---|
| Inspección | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Verificar la existencia de políticas aprobadas para: el otorgamiento de créditos, aceptación de devoluciones, garantías, confidencialidad de la información de los clientes entre otras. ✓ Verificar la existencia de expedientes de los clientes y que estos contengan la información requerida de acuerdo a lo establecido en las políticas. ✓ Existencia de contratos con los requisitos establecidos en la Ley de Protección al Consumidor. ✓ Obtención de perfiles de puestos para garantizar una atención optima a los clientes. |
| Observación | Verificar la documentación y desarrollo de actividades como: <ul style="list-style-type: none"> ✓ El etiquetado de producto, ✓ Proceso para aceptación de devoluciones, ✓ Proceso para hacer efectivas las garantías, ✓ Gestiones de cobros, para verificar el trato a los clientes. |
| Confirmaciones externas | Confirmaciones de: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Saldos, para evitar gestiones de cobros indebidas. ✓ Entrega de documentos, como facturas, contratos y finiquitos, certificados de garantías. |
| Recálculo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cálculo de intereses de acuerdo a los plazos y montos adeudados. |
| Indagación: | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Entrevista con clientes y personal de las empresas para constatar la calidad en la atención al usuario. |

Elaboración: grupo de investigación E89

La obtención de evidencia es de vital importancia en la ejecución del trabajo del auditor, esta se alcanza después de realizar una serie de procedimientos y pruebas para respaldar los hallazgos que resulten al finalizar el encargo; sin embargo, para lograr este objetivo es necesario realizar evaluaciones a ciertas áreas o elementos dentro de la entidad y muchas veces resulta muy complejo hacerlo en su totalidad, debido al gran número de transacciones y registros ya sean monetarios o no. En una auditoría, para lograr determinar cuáles serán los elementos a evaluar, se debe utilizar una técnica de muestreo, que sirva para seleccionar un fragmento que sea representativo del universo.

A.2.2.2. Pruebas de auditoría

Existen diferentes tipos de pruebas que el auditor debe realizar para encontrar una posible evidencia comprobatoria, para evaluar el cumplimiento de la Ley, se utilizan las siguientes:

Tabla I *Tipos de pruebas de auditoría*

| Tipo de prueba | Se busca comprobar | Procedimientos aplicados |
|----------------|---|--|
| Cumplimiento | Existencia de controles internos | ✓ Existencia de políticas sobre las áreas de atención al cliente, créditos y cobros, ventas y facturación. |
| | Eficiencia de los controles y procesos | ✓ Proceso de inducción y difusión de las políticas y controles internos |
| | Continuidad de los procesos | ✓ Evaluaciones al personal sobre la forma de atender a los clientes. |
| Sustantivas | Integridad, exactitud y validez de la información | ✓ Entrevistas con el personal. ✓ Confirmaciones externas con clientes. |

Elaboración: grupo de investigación E89

Las pruebas de cumplimiento y sustantivas utilizadas para obtener la evidencia de la auditoría se deben basar en uno o más de las técnicas anteriormente descritas.

A.2.2.3. Muestra en la auditoría

Para evaluar cada procedimiento diseñado en la fase de planeación, el auditor debe determinar la manera adecuada de seleccionar la muestra. A continuación, se presentan diferentes formas:

- a) **Selección del total del universo:** en algunos casos el auditor puede utilizar el 100% de transacciones o documentos a evaluar en un determinado procedimiento, esto es recomendado cuando el volumen de los mismos es pequeño.
- b) **Muestreo de auditoría:** el auditor puede seleccionar una muestra del total de la población ya sea utilizando un método estadístico por medio de fórmulas o un método no estadístico.

A.2.2.3.1. Tipos de muestreo

El muestreo no estadístico: consiste en la aplicación del juicio profesional del auditor para seleccionar las unidades de análisis; sin embargo, no puede expresar sus conclusiones con una medición cuantitativa del nivel de confianza.

El muestreo estadístico: en este muestreo se deben utilizar métodos o técnicas para la selección de la muestra, así como los siguientes:

Tabla J Muestreo de auditoría

| Tipo de muestreo | Técnica | Descripción | Pasos |
|------------------|------------------|--|---|
| Estadístico | Aleatorio | Todos los elementos cuentan con la misma probabilidad de ser seleccionados. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Asignar un número a cada unidad que conforma la población. ✓ Por medio de una tabla de números aleatorios o un sorteo, se extraen los números que deberán conformar la muestra. ✓ Las unidades que llevan estos números constituirán la muestra. |
| | Sistemático | Los elementos del universo están ordenados, se selecciona una unidad, cada cierto intervalo hasta obtener la cantidad deseada. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Asignar un número a cada unidad que conforma la población. ✓ Calcular un coeficiente que resulta de dividir la población entre el número de la muestra obtenida. $(N/n)=k$ ✓ El primer elemento de la muestra se selecciona al azar y deberá estar entre el 1 y el coeficiente obtenido. (i) ✓ Seleccionar los siguientes elementos sumando al número seleccionado el coeficiente encontrado y así sucesivamente hasta completar el número requerido de la muestra. $(i+k, i+2k...)$ |
| | Unidad monetaria | La utilizan los auditores, para determinar la exactitud de los valores expresados en una cuenta, cada dólar en una transacción representa una unidad de muestreo por separado. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Asignar un número a cada unidad que conforma la población. ✓ Calcular un intervalo que resulta dividiendo el valor en libros de una transacción entre la muestra. ✓ Escoger un número aleatorio que se encuentre entre el 1 y el intervalo obtenido. ✓ Seleccionar los siguientes elementos sumando al número seleccionado el intervalo encontrado y así sucesivamente hasta completar el número requerido de la muestra. |

Elaboración: grupo de investigación E89

En el anexo 13 se muestra de la aplicación de los tipos de muestreos estadísticos aplicados en el trabajo de auditoría.

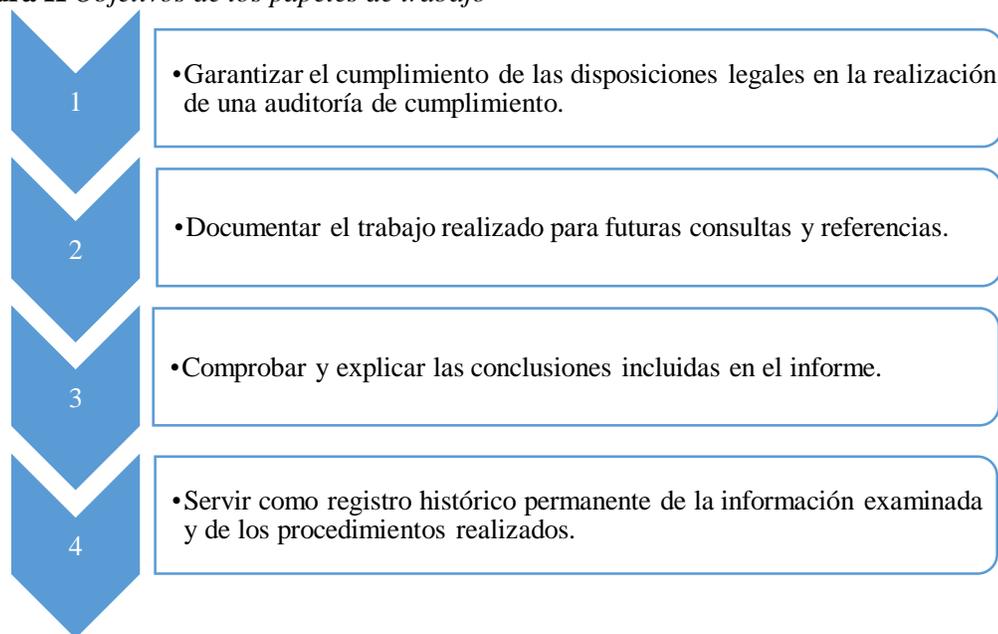
A.2.2.4. Papeles de trabajo

Son documentos en los que se detallan los registros de todos los procedimientos que fueron necesarios para la obtención de la evidencia en el encargo, desde la planificación hasta la emisión del informe.

A.2.2.4.1. Objetivo

Con la elaboración de los papeles de trabajo el auditor tiene que buscar el cumplimiento de los siguientes objetivos:

Figura H *Objetivos de los papeles de trabajo*



A.2.2.4.2. Requisitos de los papeles de trabajo

Tabla K *Requisitos de los papeles de trabajo*

| Característica | Descripción |
|--------------------------------------|---|
| Contiene información relevante | Contienen información importante referente a la evidencia obtenida para dar respuesta a los objetivos del encargo de auditoría. |
| Deben ser legibles | Deben ser entendibles pues en ellos se realizan pruebas para determinar evidencia que sirve de base para determinar hallazgos. |
| Deben ser ordenados | Deben seguir una secuencia lógica y ordenada de las pruebas realizadas para determinar la evidencia. |
| Deben ser detallados y comprensibles | Para qué personal ajeno a la auditoría pueda comprender los procedimientos desarrollados y emitir una conclusión al respecto. |
| Deben ser referenciados | Debe mostrar la relación que existe con otros papeles de trabajo para fundamentar una evidencia y sustentar una conclusión. |

A.2.2.4.3. Contenido

En la elaboración de los papeles de trabajo se debe documentar de manera general los siguientes elementos:

- a) Planificación.
- b) Comprensión del sistema de control interno.
- c) Determinación de la muestra.
- d) Procedimientos de auditoría realizados y evidencia obtenida.
- e) Hallazgos y conclusiones.

El auditor externo, también debe incluir dentro de los papeles de trabajo lo siguiente:

- a) Descripción de la tarea realizada.
- b) Datos y antecedentes obtenidos durante la auditoría de cumplimiento.

- c) Evidencia de que el trabajo ha sido planificado, revisado y supervisado adecuadamente.
- d) Evidencia de que se ha evaluado el control interno para determinar la naturaleza, alcance y oportunidad de los procedimientos de auditoría.
- e) Las conclusiones sobre el examen practicado.
- f) Evidencia suficiente y competente que sirva de base para respaldar la conclusión del auditor.

A.2.2.4.4. Estructura

Los papeles de trabajo están compuestos por el encabezado, el cuerpo y pie, el contenido que se detallará en cada uno de ellos es el siguiente:

Tabla L Estructura de los papeles de trabajo

| Estructura de los papeles de trabajo | Descripción |
|--------------------------------------|--|
| Encabezado | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nombre de la entidad. ✓ Título de la auditoría a realizar. ✓ Referencia de página que permita verificar su localización en el legajo y en el conjunto de todos los papeles de trabajo. ✓ Período que abarca la auditoría. ✓ Tarea a realizar: nombre específico del procedimiento a realizar. |
| Cuerpo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tarea realizada. ✓ Información obtenida: cifras o conceptos sobre los que se trabajó. ✓ Marcas: señales que indican de forma sintética los procedimientos aplicados. ✓ Referencias: código de página de papeles de trabajo relacionados. ✓ Notas aclaratorias: comentarios que clarifican el contenido de los papeles. ✓ Observaciones: descripción de las deficiencias, irregularidades, desviaciones u oportunidades de mejora en la cuestión evaluada. ✓ Conclusión: grado de convencimiento a que llegue el auditor, principalmente sobre los aspectos positivos de la operación, ya que respecto a los negativos solo bastará con referenciarlos a las observaciones correspondientes. ✓ Significado de las marcas utilizadas. |
| Pie | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Iniciales y/o firma de quienes elaboraron y supervisaron el papel. ✓ Fecha de realización. ✓ Fuente: indicación de la manera de como se ha obtenido la información, o referencia a los documentos bases y a las pruebas llevadas a cabo para su consecución. |

Formatos de papeles de trabajo, para la ejecución de una auditoría de cumplimiento de la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor.

✓ Hoja de trabajo

| Referencia | | Código | Área de trabajo | Procedimiento según empresa | Procedimiento según la Ley | |
|-----------------|--|--------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|-----------|
| | | | | | Cumple | No cumple |
| <u>A</u> | | | Área de atención al cliente | | | |
| <u>B</u> | | | Área de créditos y cobros | | | |
| <u>C</u> | | | Área de facturación | | | |
| <u>D</u> | | | Área de ventas | | | |

| | | | | |
|------------------------------------|--|---------------|--------------|-------------|
| Muebles y más, S.A. de C.V. | | Preparado por | Revisado por | Ref. PT |
| Hoja de trabajo | | Fecha | | HT-1 |
| Auditoría año 2017 | | Firma | | |

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
|  | | González, auditores y consultores, S.A. de C.V. | | |
|---|--|--|--|--|

Conclusión: de acuerdo a los resultados de la aplicación de los procedimientos a las diferentes áreas, concluimos que la empresa "cumple" o "no cumple" con las regulaciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor.

✓ Cédula sumaria

|  González, auditores y consultores, S.A. de C.V. | | | | | |
|--|--------|--------------------------|------------------|---------------------|-------------|
| Muebles y más, S.A. de C.V. | | | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
| Cédula sumaria de atención al cliente | | | Fecha | | A |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 | | | Firma | | |
| Ref. PT | Código | Descripción de actividad | Cumple según Ley | No cumple según Ley | Observación |
| | | | | | |
| <u>A.1</u> | | Garantías | | | ✓ |
| <u>A.2</u> | | Devoluciones | | | ✓ |

Conclusión: según los resultados de nuestros procedimientos aplicados al área de "Atención al cliente", concluimos que la empresa "cumple" o "no cumple" con lo que se establece en la Ley.

✓ Procedimientos verificados.

✓ Cédula detalle

|  González, auditores y consultores, S.A. de C.V. | | | | | |
|--|-------------------------|---|--|--------------|------------|
| Muebles y más, S.A. de C.V. | | | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
| Cédula detalle de garantías | | Fecha | | | A.1 |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 | | Firma | | | |
| Ref. PT | Descripción | Número de reclamos de garantías cubiertos con éxito | Número de reclamos de garantías no cubiertos | | |
| <u>A.1.1</u> | Garantías locales | | | | ✓ |
| <u>A.1.2</u> | Garantías de fabricante | | | | ✓ |

Conclusión: según los resultados de la evaluación aplicada a las garantías concluimos que la empresa “cumple” o “no cumple” con la realización de las mismas.



Actividad verificada.

A.2.2.4.5. Cédula de marcas

Son símbolos o marcas de chequeo que se utilizan para documentar el trabajo efectuado por el auditor en cada cédula, con el fin de ahorrar espacio y tiempo, principalmente cuando el procedimiento de auditoría se repite para varios datos que figuran en el papel de trabajo; además, son signos elaborados para identificar y explicar los procedimientos de auditoría ejecutados.

Las marcas se tienen que hacer al lado derecho del valor examinado, su significado se describirá al pie de la cédula y debe estar relacionada con al menos un procedimiento de auditoría incorporado en el programa correspondiente.

Las marcas de auditoría se pueden dividir de la siguiente manera:

- a) Por su significado uniforme: se emplean frecuentemente en circunstancias similares.
- b) Por criterio del auditor: se utilizan según las necesidades de una auditoría en particular.

Tabla M Ejemplo de cédula de marcas

| | |
|---|--|
| £ | Verificado con documentos en físico |
| α | Hallazgo |
| ∞ | Verificados con procedimientos |
| ^ | Confirmado por medio de entrevistas |
| β | Sumas verificadas |
| ∩ | Cotejo con información contable |
| > | Solicitud de confirmación externa enviada |
| < | Solicitud de confirmación externa recibida |
| ✓ | Información confirmada por el cliente |
| ≠ | No cumple |
| √ | Cumple atributo de revisión |

A continuación, se desarrollan ejemplos de procedimientos contenidos en los programas previamente elaborados, en los que se muestra cada una de las cédulas y sus respectivas marcas y conclusiones.


González, auditores y consultores, S.A. de C.V.

| | | | | |
|---|---------------|---------------------|----------------------|--------------------------------|
| Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V. | | Preparado por | Revisado por | Ref. PT |
| Hoja de trabajo | | Fecha | 5/4/2017 | 6/4/2017 |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 | | Firma | AEC | JRV |
| Referencia | Código | Área | Procedimiento | Procedimiento según LPC |
| | | | | Cumple No Cumple |
| A | | Atención al cliente | | |
| B | | Créditos y cobros | | |
| C | | Facturación | | |
| D | | Ventas | | |


González, auditores y consultores, S.A. de C.V.

| | | | | |
|---|---------------|-------------------------|--|--------------------------------|
| Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V. | | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
| Cédula sumaria de atención al cliente | | Fecha | 5/4/2017 | 6/4/2017 |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 | | Firma | AEC | JRV |
| Ref. PT | Código | Descripción | Objetivo | Procedimiento según LPC |
| | | | | Cumple No Cumple |
| A.1 | | Proceso de garantías | Comprobar que los procesos de devoluciones y garantías estén acordes a las regulaciones en LPC | ≠ |
| A.2 | | Proceso de devoluciones | | √ |
| A.3 | | Documentación | | √ |

Conclusión: A través de las pruebas de cumplimiento aplicadas; se concluye que, la empresa con respecto a la información que debería brindar a los usuarios sobre las garantías no la ofrece de forma oportuna, pues no se les explica el proceso que deberían seguir para hacerlas efectivas, tal y como lo establece la Ley de Protección al Consumidor.



González, auditores y consultores, S.A. de C.V

| Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V. | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
|--------------------------------------|-----------|--------------|-----------|
| Cédula de: cumplimiento de garantías | Fecha | 10/4/2017 | 10/4/2017 |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 | Firma | AEC | JRV |
| | | | A.1.1 |

Narrativa del proceso de garantías

San Salvador, 10 de abril de 2017

En la fecha antes mencionada, se presenta el Lic. Ángel Chávez, a realizar una entrevista para conocimiento general del proceso que se realiza para que un cliente haga efectiva una garantía en el área de atención al cliente, con el Sr. Carlos Martínez, quien manifiesta lo siguiente:

El departamento de atención al cliente, es el encargado de recibir las quejas, reclamos y proporcionar información general sobre las garantías y la manera en que estas se hacen efectivas; una vez el cliente ha adquirido un producto y se cierra la venta, pasa a este departamento, donde se le entrega el bien y los documentos que respaldan la compra, se le entrega el certificado de garantía y se le explica únicamente el tiempo que la cubre a menos que el cliente cuestione al respecto se le explica las condiciones y los alcances de las mismas, pues consideramos que si se les da más detalle, los reclamos aumentarían y en el área solo hay 3 personas que brindan este tipo de información, lamentablemente por ahora solo se encuentra una persona capacitada, que es la que conoce a detalle el proceso que se sigue y las condiciones y requisitos que un cliente debe presentar para hacer efectiva una garantía, pues las otras dos empleadas han ingresado hace 3 meses y hasta el momento no se les ha brindado mayor inducción.

Lic. Ángel Chávez
Asistente de auditoría

Sr. Carlos Martínez
Dpto. de atención al cliente

α
^

α Hallazgo

^ Confirmado por medio de entrevista

A.1.2

Conclusión: A pesar de que la empresa tiene un proceso definido para hacer efectivos los reclamos por garantías, no se está capacitando a todo el personal involucrado, pues en la entrevista se manifestó que hay personal que aún no ha recibido la inducción y se opta por no explicar y brindar información completa sobre el proceso de garantías, lo que más adelante podría desencadenar una serie de inconformidades a los usuarios ya hasta hacerse acreedora de un sanción si se llegara a demandar a la empresa.


González, auditores y consultores, S.A. de C.V.

| |
|---|
| Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V. |
| Cédula de: cumplimiento de garantías |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 |

| | | | |
|-------|-----------|--------------|---------|
| | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
| Fecha | 11/4/2017 | 15/4/2017 | A.1.2 |
| Firma | AEC | JRV | |

Atributos:

- Entrega de certificado de garantía
- Documento firmado y sellado
- Explicaciones de los plazos y lugar para hacerlas efectivas
- Explicación del proceso a seguir para hacer uso de las garantías

| Nº | Clientes | Atributo | | | |
|----|--------------------------|----------|---|---|---|
| | | A | B | C | D |
| 1 | Elmer Antonio Cáceres | √ | ≠ | ≠ | ≠ |
| 2 | Gladys Martínez | √ | √ | √ | √ |
| 3 | Sandra Patricia Guzmán | √ | √ | ≠ | ≠ |
| 4 | Lorena Peña Castro | √ | √ | ≠ | ≠ |
| 5 | Fátima Carolina Menjivar | √ | √ | ≠ | ≠ |
| 6 | Yesenia Guadalupe Navas | ≠ | √ | √ | √ |
| 7 | Mirian Rodríguez | √ | √ | √ | √ |
| 8 | Jennifer Roxana Benítez | √ | √ | √ | √ |
| 9 | Ernesto López Pérez | √ | √ | ≠ | ≠ |
| 10 | Luis Armando Castro | √ | √ | √ | √ |

} α

> Solicitud de confirmación enviada ≠ No cumple <

< Solicitud de confirmación recibida a Hallazgo

√ Información confirmada por el cliente

Conclusión:

Al seleccionar una muestra de clientes y pedirles que confirmaran los atributos descritos, la mayoría coincide en que no se les da mayor información de la documentación y el proceso general que deben seguir para presentar un reclamo de garantía y en base a los resultados obtenidos, se concluye que los controles relacionados a proteger el derecho que tiene el usuario de que se les brinde información completa y oportuna sobre las garantías, no cumple con las regulaciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor.

|  González, auditores y consultores, S.A. de C.V. | | | | | | | |
|--|--------|--------------------------|---|-------------------------|-----------|----------|--|
| Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V. | | Hecho por | | Revisado por | | Ref. PT | |
| Cédula sumaria de créditos y cobros | | Fecha | | 6/4/2017 | | B | |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 | | Firma | | AEC | | | |
| Ref. PT | Código | Descripción | Objetivo | Procedimiento según LPC | | | |
| | | | | Cumple | No Cumple | | |
| B.1 | | Contratos | Constatar que exista un proceso de otorgamiento de créditos y gestión de cobros adecuada, que las cuentas por cobrar se actualicen con cada abono realizado, que los contratos cuenten con todas las clausulas requeridas en la Ley de Protección al Consumidor y se les explique a cada uno de los consumidores. | | | | |
| B.2 | | Otorgamiento de créditos | | | | | |
| B.3 | | Gestión de cobros | | | | | |
| B.4 | | Cuentas por cobrar | | | | | |

Conclusión:

Se pudo comprobar que la empresa en cuanto a las cuentas por cobrar, actualiza los saldos de cada uno de sus clientes y los registra en el día que los realizan evitando recargos indebidos como intereses moratorios, de esta manera manteniendo una buena relación comercial con los consumidores.


González, auditores y consultores, S.A. de C.V.
Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V.

Cédula de: cuentas por cobrar

Auditoría de cumplimiento año 2017

| | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
|-------|------------|--------------|------------|
| Fecha | 5/4/2017 | 7/4/2017 | B.4 |
| Firma | AEC | JRV | |

Atributos:

- a Cuota correspondiente a Marzo 2017, abonada por el cliente
- b Comprobante de abono de cuota
- c Registro contable en la fecha de abono, para disminuir la cuenta por pagar
- d Actualización de expediente con comprobantes de pago

| Código | ENERO | | | | FEBRERO | | | | MARZO | | | |
|----------------------------|-------|---|---|---|---------|---|---|---|-------|---|---|---|
| | a | b | c | d | a | b | c | d | a | b | c | d |
| Adriana María Castro | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| Carlos José Dueñas | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| Daniel Cáceres Martínez | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| Evelyn María Cervantes | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| Fernanda Contreras Cárcamo | √ | √ | ≠ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| Gustavo Rafael Benavides | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| Irma Dalila Monterrosa | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| José Francisco Abrego | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| Luis Armando Sandoval | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| Valeria Fernanda Bolaños | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |

- √ Información confirmada por el cliente
- ≠ No cumple atributo

B.4.1**Conclusión:**

Al verificar por medio de la muestra los atributos descritos, la empresa si actualiza los pagos que cada cliente realiza, se les entrega un comprobante de pago y se registra en la fecha en que esta fue abonada por el cliente, a excepción de la cuota de la cliente Fernanda Contreras Cárcamo, a quien no se le había disminuido la cuenta por pagar, pero en el mes siguiente, se hizo la corrección, el usuario manifiesta que hasta el momento no se le ha cobrado intereses moratorios.



González, auditores y consultores, S.A. de C.V.

| |
|---|
| Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V. |
| Cédula de: cuentas por cobrar |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 |

| | | | |
|-------|------------|--------------|--------------|
| | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
| Fecha | 8/4/2017 | 8/4/2017 | B.4.1 |
| Firma | AEC | JRV | |

| Comprobante # | Fecha de abono | Fecha de registro contable | Monto abonado | Cuota número | Fecha de adquisición | Saldo al 31/12/16 | Abono a capital | Intereses | Saldo |
|-----------------------------------|----------------|----------------------------|---------------|--------------|----------------------|-------------------|-----------------|-----------|----------|
| | | | | | 3/10/2016 | ✓ \$705.17 | | | |
| £ 222 | 3/1/2017 | 3/1/2017 | \$33.58 | 4/24 | | | \$29.72 | \$3.86 | \$671.59 |
| 3240 | 3/2/2017 | 3/2/2017 | \$33.58 | 5/24 | | | \$29.89 | \$3.69 | \$638.01 |
| 4256 | 3/3/2017 | 3/3/2017 | \$33.58 | 6/24 | | | \$30.07 | \$3.51 | \$604.43 |
| Carlos José Dueñas | | | | | 5/1/2017 | ✓ 259.58 | | | |
| 2228 | 5/1/2017 | 5/1/2017 | \$21.63 | 1/12 | | | \$20.17 | \$1.46 | \$237.95 |
| 3252 | 5/2/2017 | 5/2/2017 | \$21.63 | 2/12 | | | \$20.29 | \$1.34 | \$216.32 |
| 4260 | 5/3/2017 | 5/3/2017 | \$21.63 | 3/12 | | | \$20.41 | \$1.22 | \$194.68 |
| Daniel Cáceres Martínez | | | | | 30/1/2017 | ✓ 537.27 | | | |
| 2232 | 30/1/2017 | 30/1/2017 | \$22.39 | 1/24 | | | \$19.47 | \$2.92 | \$514.88 |
| 3255 | 30/02/2017 | 30/02/2017 | \$22.39 | 2/24 | | | \$19.58 | \$2.80 | \$492.50 |
| 4263 | 13/3/2017 | 13/3/2017 | \$22.39 | 3/24 | | | \$19.70 | \$2.69 | \$470.11 |
| Evelyn María Cervantes | | | | | 2/2/2017 | ✓ 285.54 | | | |
| 2235 | | | | | | | | | |
| 3258 | 2/2/2017 | 2/2/2017 | \$23.79 | 1/12 | | | \$22.19 | \$1.60 | \$261.75 |
| 4265 | 2/3/2017 | 2/3/2017 | \$ 23.79 | 2/12 | | | \$22.32 | \$1.47 | \$237.95 |
| Fernanda Contreras Cárcamo | | | | | 5/12/2016 | ✓ \$333.13 | | | |
| 2238 | 5/1/2017 | 5/2/2017 | \$ 30.28 | 2/12 | | | \$28.41 | \$1.88 | \$302.84 |
| 3260 | 5/2/2017 | ≠ 5/2/2017 | \$ 30.28 | 3/12 | | | \$28.57 | \$1.71 | \$272.56 |
| 4268 | 5/3/2017 | 5/3/2017 | \$ 30.28 | 4/12 | | | \$28.74 | \$1.54 | \$242.27 |
| Gustavo Rafael Benavides | | | | | 10/10/2016 | ✓ \$705.17 | | | |
| 2240 | 10/1/2017 | 10/1/2017 | \$33.58 | 4/24 | | | \$29.72 | \$3.86 | \$671.59 |
| 3264 | 10/2/2017 | 10/2/2017 | \$33.58 | 5/24 | | | \$29.89 | \$3.69 | \$638.01 |
| 4270 | 10/3/2017 | 10/3/2017 | \$33.58 | 6/24 | | | \$30.07 | \$3.51 | \$604.43 |

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------|-----------|----------|------|------------------|-------------------|-----------------|----------------|-------------------|
| Irma Dalila Monterrosa | | | | | 5/1/2017 | 259.58 | | | |
| 2244 | 5/1/2017 | 5/1/2017 | \$21.63 | 1/12 | | | \$20.17 | \$1.46 | \$237.95 |
| 3268 | 5/2/2017 | 5/2/2017 | \$21.63 | 2/12 | | | \$20.29 | \$1.34 | \$216.32 |
| 4273 | 5/3/2017 | 5/3/2017 | \$21.63 | 3/12 | | | \$20.41 | \$1.22 | \$194.68 |
| José Francisco Abrego | | | | | 2/1/2017 | ✓ 537.27 | | | |
| 2247 | 2/1/2017 | 2/1/2017 | \$ 22.39 | 1/24 | | | \$19.47 | \$2.92 | \$514.88 |
| 3270 | 2/2/2017 | 2/2/2017 | \$ 22.39 | 2/24 | | | \$19.58 | \$2.80 | \$492.50 |
| 4275 | 2/3/2017 | 2/3/2017 | \$ 22.39 | 3/24 | | | \$19.70 | \$2.69 | \$470.11 |
| Luis Armando Sandoval | | | | | 20/2/2017 | ✓ 285.54 | | | |
| 2250 | | | | | | | | | |
| 3273 | 20/2/2017 | 20/2/2017 | \$ 23.79 | 1/12 | | | \$22.19 | \$1.60 | \$261.75 |
| 4279 | 20/3/2017 | 20/3/2017 | \$ 23.79 | 2/12 | | | \$22.32 | \$1.47 | \$237.95 |
| Valeria Fernanda Bolaños | | | | | 2/12/2016 | ✓ \$333.13 | | | |
| 2254 | 2/1/2017 | 2/1/2017 | \$30.28 | 2/12 | | | \$28.41 | \$1.88 | \$302.84 |
| 3277 | 2/2/2017 | 2/2/2017 | \$30.28 | 3/12 | | | \$28.57 | \$1.71 | \$272.56 |
| 4280 | 2/3/2017 | 2/3/2017 | \$30.28 | 4/12 | | | \$28.74 | \$1.54 | \$242.27 |
| | | | | | | \$4,241.37 | \$679.06 | \$63.41 | \$3,498.90 |

- ≠ No cumple
- ✓ Información confirmada por el cliente
- £ Verificado con documentos en físico

B.4.2

Conclusión:

Se solicitó los registros de las cuentas por cobrar, de una muestra previamente seleccionada para verificar que las cuotas que el cliente manifieste haber pagado, sean abonadas en la fecha en que se realizan, efectivamente de esa manera se procede a excepción de la cuota 3/12 de la cliente Fernanda Contreras Cárcamo, a quien se le abono hasta el siguiente mes debido a una omisión involuntaria pero no se le reflejo mora, además se comprueba que los saldos que cada cuenta refleja efectivamente es la que el cliente adeuda y para respaldar cada pago se le entrega su respectivo comprobante.



González, auditores y consultores, S.A. de C.V.

Ciente: Muebles y más, S.A. de C.V.

Cédula de: cuentas por cobrar

Auditoría de cumplimiento año 2017

| | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
|-------|------------|--------------|--------------|
| Fecha | 8/4/2017 | 8/4/2017 | B.4.2 |
| Firma | AEC | JRV | |



Muebles y mas, S.A. de C.V. Nota de abono

N° 2222

Por: \$33.58

San Salvador, 3 de enero de 2017

Recibimos de: Adriana Maria Castro
 La cantidad de : Treinta y tres 58/100
 En concepto de : Abono cuota 4/24 compra de
 Refrigeradora 16", marca CETROM

Efectivo:

Cheque:

| | |
|------------------|----------|
| Saldo anterior: | \$705.17 |
| Menos este abono | \$33.58 |
| Nuevo saldo: | \$671.59 |

f. 
 Por Muebles y mas, .S.A de C.V.

DUPLICADO-EMISOR

γ Cotejo con información contable

✓ Información confirmada por el cliente

|  González, auditores y consultores, S.A. de C.V. | | | | |
|--|------------------------------|---|-------------------------|------------|
| Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V. | | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
| Cédula sumaria de facturación | | Fecha | 8/4/2017 | 8/4/2017 |
| Auditoría de cumplimiento | | Firma | AEC | JRV |
| | | | | C |
| Ref. PT | Descripción | Objetivo | Procedimiento según LPC | |
| | | | Cumple | No cumple |
| C.1 | Emisión de factura | Constatar que exista un control sobre la emisión, entrega y resguardo de los documentos que ampara las ventas realizadas por la entidad | √ | |
| C.2 | Procedimiento de facturación | | √ | |
| C.3 | Actualización de inventario | | √ | |

√Cumple atributo de revisión

Conclusión:

Como resultado de la evaluación a las áreas indicadas se pudo comprobar que la empresa "Muebles y más, S.A. de C.V." cumple con la ejecución de sus procedimientos de acuerdo a lo que establece la Ley.

| | | | |
|--|-----------|--------------|--------------------------|
|  González, auditores y consultores, S.A. de C.V. | | | |
| Ciente: Muebles y más, S.A. de C.V. | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
| Cédula de Facturación | Fecha | 8/4/2017 | 8/4/2017 |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 | Firma | AEC | JRV C.1 |

Cumplimiento de proceso para emisión de facturas.

| Actividad | Factura de C.F. | C.C.F. | TIQUET |
|--|-----------------|--------|--------|
| Se detalla en el comprobante el nombre del producto vendido | √ | √ | √ |
| Se establece la cantidad de unidades vendidas | √ | √ | √ |
| El precio de venta es el mismo que aparece en las viñetas | √ | √ | √ |
| Existe un correlativo de los comprobantes emitidos | √ | √ | √ |
| Se entrega el comprobante a los consumidores | √ | √ | √ |
| La empresa resguarda una copia del comprobante | √ | √ | √ |
| Se le coloca el sello de cancelado a los comprobantes | √ | √ | √ |
| Se coloca sello de anulado al juego completo del comprobante cuando se anula | √ | √ | √ |
| Se tiene registro de correlativos de documentos entregados | √ | √ | √ |
| Se cuenta con la existencia de comprobantes según la demanda | √ | √ | √ |

√ Cumple atributo de revisión

Conclusión:

Se pudo comprobar que la empresa "Muebles y más, S.A. de C.V. cumple con las disposiciones reguladas en la Ley de Protección al Consumidor, en lo referente a la emisión de la facturación,

|  González, auditores y consultores, S.A. de C.V. | | | | |
|--|-------|------------|--------------|------------|
| Cliente: Muebles y más, S.A de C.V. | | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
| Cédula de : Facturación | Fecha | 8/4/2017 | 8/4/2017 | |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 | Firma | AEC | JRV | C.2 |

Narrativa del proceso que se ejecuta para el control de la facturación emitida

| | |
|---|---------------------------------------|
| San Salvador 19 de abril de 2017 | |
| <p>En esta fecha, se presenta la Licda. Ana Fuentes, al área de facturación a realizar una entrevista para conocer el proceso que se realiza desde la emisión de la facturación hasta llegar al control de los documentos emitidos, con el Sr. Luis García, quien manifestó lo siguiente:</p> <p>El encargado de la facturación de los documentos emitidos como comprobantes por la venta realizada, recibe por parte del vendedor el código del producto que se está vendiendo para que este realice la factura, tiquet o CCF dependiendo del cliente, valida en el sistema que haya existencia disponible, si todo está bien solicita los datos personales o de la empresa al consumidor, si este es contribuyente se le pide la tarjeta de IVA, luego selecciona por código el o los productos del sistema, verifica que el precio y el monto total sea el correcto, si esto está bien se procede a seleccionar el tipo de comprobante a facturar, se imprime y se le solicita al cliente independientemente del monto que firme y coloque su número de DUI en la copia que se archivará, al cierre del día se separa por tipo de comprobante los documentos facturados y se envían al departamento de contabilidad.</p> | |
| <p>Licda. Ana Fuentes Asistente de auditoría</p> | <p>Sr. Luis García Facturador</p> |

^ Confirmado por medio de entrevista

Conclusión:

El proceso de facturación se realiza con el debido cuidado, se documenta cada transacción realiza y se envían las copias de los documentos a las áreas que corresponden.

|  González, auditores y consultores, S.A. de C.V. | | | | |
|--|-------|------------|--------------|------------|
| Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V. | | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
| Cédula de: actualización de inventario | Fecha | 8/4/2017 | 8/4/2017 | C.2 |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 | Firma | AEC | JRV | |

Pasos para verificar el cumplimiento de la actualización de inventario

| Actividad | Cumple | No cumple |
|---|--------|-----------|
| Se descarga del inventario las unidades vendidas al momento que se hace la facturación | √ | |
| Se valida que la salida de los productos de almacén sean los mismos de que se detallan en las facturas. | √ | |
| Cuando los productos son despachados de almacén se le coloca un sello de entregado sobre la factura o comprobante. | √ | |
| Se verifica que el precio de los productos se mantenga después de la salida de inventario por venta. | √ | |
| Cuando se ingresan nuevas unidades se valida que el costo no afecte el precio de venta según lo establecido en la lista de precios al consumidor. | √ | |
| Los productos defectuosos o dañados están separados de la existencia de las unidades buenas. | √ | |
| Se cuenta con un reporte de antigüedad de los productos en existencias | √ | |

√ Cumple atributo de revisión

Conclusión:

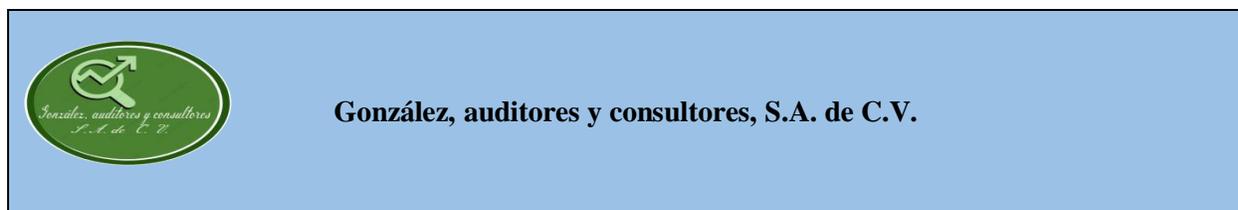
Se pudo comprobar que la empresa mantiene actualizado el inventario, por lo tanto oferta y factura de acuerdo a existencias.

|  González, auditores y consultores, S.A. de C.V. | | | | |
|--|-------------------------|---|-------------------------|----------------|
| Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V. | | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
| Cédula sumaria de ventas | Fecha | 2/5/2017 | 2/5/2017 | D |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 | Firma | AEC | JRV | |
| Ref. PT | Descripción | Objetivo | Procedimiento según LPC | |
| | | | Cumple | No cumple |
| D.1 | Publicidad | Comprobar que la información proporcionada a los consumidores, este acorde a lo establecido en la Ley | √ | |
| D.2 | Etiquetado de productos | | | |

√ Cumple con atributo

Conclusión:

La información brindada a los usuarios es adecuada y oportuna, respetando las regulaciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor.



González, auditores y consultores, S.A. de C.V.

| | | | | |
|---|------------------|------------|---------------------|----------------|
| Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V. | Hecho por | | Revisado por | Ref. PT |
| Cédula de publicidad | Fecha | 3/5/2017 | 3/5/2017 | D.1 |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 | Firma | AEC | JRV | |

Atributos

- Especificaciones de los artículos que está en promoción
- Precio de los bienes al contado y al crédito
- Duración o vigencia de la promoción
- Restricciones por las cuales no se puede aplicar

| Ref. PT | Descripción | a | b | c | d |
|--------------|--|---|---|---|---|
| D.1.1 | Publicidad por medio de catálogos | √ | √ | √ | √ |
| D.1.2 | Publicidad por medio de redes sociales | √ | √ | √ | √ |
| D.1.3 | publicidad por medio de sitio web | √ | ≠ | √ | ≠ |

√ Cumple atributo de revisión

≠ no cumple atributo

Conclusión:

Por medio de la documentación de respaldo, se pudo comprobar que, para el caso de la publicidad efectuada con catálogos y en las redes sociales no se cuenta con incumplimientos que puedan afectar de forma significativa la reputación o los objetivos establecidos por la empresa. En el caso de la publicidad realizada por la página web necesita mejorar e incluir todos lineamientos establecidos en el artículo 30 de la Ley de Protección al Consumidor.



González auditores y consultores, S.A. de C.V.

Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V.

Cédula de publicidad

Auditoría de cumplimiento año 2017

| | | | |
|-------|-----------|--------------|---------|
| | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
| Fecha | 11/5/2017 | 12/5/2017 | D.1.1 |
| Firma | AEC | JRV | |

PLAN TODO MAMA AHORRO EN TUS COMPRAS PARA ELLA

Mini cuotas (SE ADAPTAN A TU PRESUPUESTO)

para mamá

SOLO HOY 9 DE MAYO 25% por compras al crédito o al contado en productos seleccionados para mamá**

FRIGIDAIRE

REFRIGERADORA 17' cuota \$18.83

REFRIGERADORA 17' cuota \$15.68

MICROONDAS DE 6.9' \$69

COCINA ELÉCTRICA 30" \$399

GRATIS MOHNO TOSTADOR

GRATIS SARTÉN ELÉCTRICO

Muebles y más S.A. de C.V.

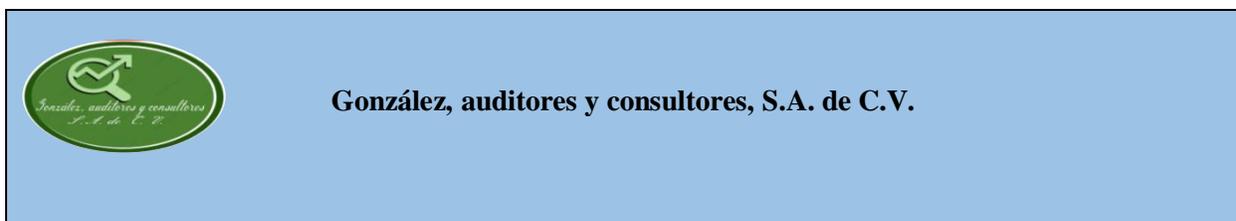
Annotations:

- Vigencia de la promoción
- Se detallan las restricciones
- Se detallan las características del producto
- Se establece precio de contado y al crédito

£ Verificado con documentos en físico

Conclusión:

Se solicitó un catálogo que se encuentra disponible para los consumidores, se pudo comprobar que cumple con todos los requerimientos establecidos en el artículo 30 de la Ley de Protección al Consumidor. El cliente posee la información de las generalidades o características del producto, se proporciona el precio de contado, el monto de las cuotas y tiempo establecido para cancelarlas; se detalla la fecha de vigencia de las promociones y las restricciones para poder adquirirlas.



| |
|--|
| Ciente: Muebles y más, S.A. de C.V. |
| Cédula de publicidad |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 |

| | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
|-------|------------------|---------------------|----------------|
| Fecha | 25/5/2017 | 27/5/2017 | D.1.2 |
| Firma | AEC | JRV | |

Restricciones: £

£

£ Verificado con documentos

Conclusión:

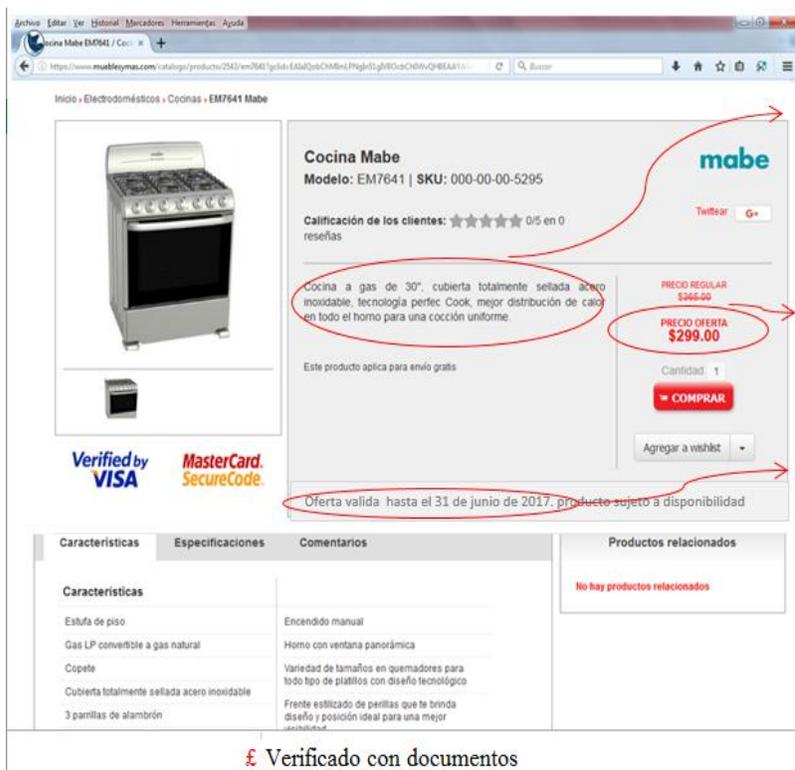
Se verificó que, en caso de la publicidad realizada por medio de las redes sociales, no se especifica el valor total del bien al contado. Si el consumidor decide adquirirlo por cuotas, se cuenta con la información de cada cuota pero no el plazo de forma específica.



González, auditores y consultores, S.A. de C.V.

| |
|--|
| Ciente: Muebles y más, S.A. de C.V. |
| Cédula de publicidad |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 |

| | | | |
|-------|------------------|---------------------|----------------|
| | Hecho por | Revisado por | Ref. PT |
| Fecha | 11/5/2017 | 11/5/2017 | D.1.3 |
| Firma | AEC | JRV | |



Inicio » Electrodomésticos » Cocinas » EM7641 Mabe

Cocina Mabe
Modelo: EM7641 | SKU: 000-00-00-5295

Calificación de los clientes: ★★★★★ 0/5 en 0 reseñas

Cocina a gas de 30", cubierta totalmente sellada acero inoxidable, tecnología perfect Cook, mejor distribución de calor en todo el horno para una cocción uniforme.

PRECIO REGULAR \$466.00
PRECIO OFERTA \$299.00

Oferta valida hasta el 31 de junio de 2017, producto sujeto a disponibilidad

Verificado by VISA MasterCard SecureCode

Encendido manual
Horno con ventana panorámica
Variedad de tamaños en quemadores para todo tipo de platillos con diseño tecnológico
Frente estilizado de perillas que le brinda diseño y posición ideal para una mejor experiencia

£ Verificado con documentos

Especificaciones del bien

£

Precio de bien al contado

£

Vigencia de la promoción

£

Conclusión:

Se accedió a la página web de la empresa Muebles y más, para verificar que se dé cumplimiento al art. 30 de la LPC. Se pudo constatar que este tipo de publicidad no cumple con lo establecido ya que no se proporciona la información completa. No se especifica precio al crédito o si aplica esta forma de pago, las restricciones no son expuestas y consultando con el supervisor de la tienda una de las restricciones es la disponibilidad el producto.

A.2.2.4.6. Conservación de los papeles de trabajo

Los papeles de trabajo se elaboran con la información de sus registros y transacciones objetos de evaluación, en las oficinas del auditado o en el lugar donde los interesados estimen conveniente; sin embargo, el dominio y custodia le pertenece a la firma de auditoría. Los archivos permanentes, tienen una vigencia prolongada en el tiempo, actualizándose con cada auditoría realizada. Los legajos corrientes tienen que ser archivados por un período de 5 años.

A.2.2.5. Hallazgos de auditoría

Durante el desarrollo de la auditoría se van identificando incumplimientos en los procedimientos desarrollados, a los cuales se les denomina hallazgos de auditoría, estos deben de quedar evidenciados, pues sirven para respaldar la c del auditor

El contenido general de un hallazgo es el siguiente:

Tabla N Estructura de hallazgos de auditoría

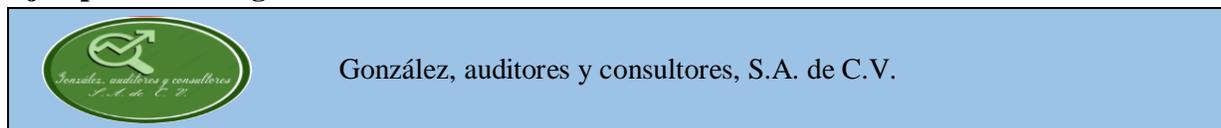
| Contenido | Descripción |
|---------------|--|
| Título | Nombre con el cual se dará a conocer las deficiencias encontradas. |
| Condición | Descripción de la situación actual del hallazgo detectado durante la ejecución de la auditoría, la cual estará soportada por la evidencia recolectada. |
| Criterio | Es la base legal que permite comparar la condición actual de las entidades y justifica un determinado incumplimiento con la Ley de Protección al Consumidor. |
| Causa | Es la explicación concreta de la situación que originó los incumplimientos de la Ley. |
| Efecto | Son las consecuencias que se derivan de las deficiencias encontradas al finalizar el encargo de auditoría. |
| Recomendación | Sugiere a los encargados de las entidades a que implementen controles adecuados o medidas correctivas para subsanar las deficiencias encontradas. |

Comunicación de hallazgos encontrados

- a) Realizar una reunión con la administración para presentar las deficiencias encontradas.

- b) Establecer un plazo que podría ser no mayor a 5 días hábiles para que la administración presente su posición ante las observaciones realizadas y las recomendaciones efectuadas.
- c) Si no se obtiene respuesta alguna, se dejará constancia de ello en la conclusión que se emitirá en el informe final de auditoría.

Ejemplo de hallazgo:



González, auditores y consultores, S.A. de C.V.

| |
|---|
| Cliente: Muebles y más, S.A. de C.V. |
| Cédula de: Hallazgo |
| Auditoría de cumplimiento año 2017 |

| | | | |
|-------|------------------|------------------|-------------|
| | Preparado por | Revisado por | Ref. PT |
| Fecha | 10/4/2017 | 10/4/2017 | |
| Firma | LBC | JET | HG.1 |

| Título | Uso efectivo de las garantías |
|---------------------------------|---|
| Condición | Al momento de observar y revisar el proceso a seguir para que el cliente haga efectiva la garantía del producto, se identifica varias deficiencias, pues cuando se le entrega el bien al consumidor, no se le explica la forma, plazos y condiciones que cubre la garantía del producto. |
| Criterio | De acuerdo al art. 33 de la LPC, no se está proporcionando la información completa y oportuna, debido a que no se explican las condiciones generales para hacer efectiva las garantías en los productos adquiridos. |
| Causa | Se verifica que el personal que no brinda información completa a los usuarios, son los que tienen menos de 3 meses de haber ingresado a la empresa, al cuestionarlos manifiestan que no se les ha dado una inducción o capacitación sobre las políticas que la entidad posee respecto a la entrega de garantía. |
| Efecto | Ante esta incorrección, la entidad está expuesta a ser sancionada por la Defensoría de Protección al Consumidor, debido a que el cliente al estar insatisfecho con el servicio brindado y la poca información y explicación de cómo hacer efectiva la garantía, puede interponer una denuncia. |
| Recomendación | Es importante reforzar el plan de capacitación e inducción para todo el personal, sea este antiguo o de nuevo ingreso ya que la reputación de la empresa puede tener impacto positivo o negativo entre los usuarios dependiendo del trato e información oportuna que se les brinde. |
| Comentario de la administración | |

La comunicación de los hallazgos se hace en una carta a la gerencia, a continuación se presenta un ejemplo:

A.2.3. INFORME DE AUDITORÍA

En esta etapa se elabora un documento que sintetiza el resultado de la evaluación a los controles implementados para dar cumplimiento a la Ley de Protección al Consumidor.

Modelo de informe de una auditoría de cumplimiento:



González, auditores y consultores, S.A. de C.V.

Dirección:

Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.

Informe de auditoría de cumplimiento a la Ley de Protección al Consumidor

Realizada a:

Muebles y más, S.A. de C.V.

San Salvador, 31 de julio de 2017

Contenido

Informe de auditoría de cumplimiento a Ley de Protección al Consumidor

Junta General de Accionistas

Empresa Muebles y más, S.A. de C.V.

Presente.

En nuestro carácter de auditores independientes, informo sobre la auditoría que se ha realizado para evaluar el cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor,

Responsabilidad de la administración en relación al cumplimiento de la Ley.

Los controles implementados para dar cumplimiento a dicha Ley son responsabilidad de la empresa, nuestra tarea consiste en emitir una conclusión sobre el cumplimiento a dicha normativa, por medio de la efectividad de los controles que se ejecutan.

Responsabilidad del auditor en relación a la auditoría realizada.

Nuestra responsabilidad es, emitir una conclusión sobre el examen de acuerdo a las Normas Internacionales de Auditoría vigentes, las cuales requieren que cumplamos con los requerimientos de ética, que se planifique y ejecute el trabajo, para formar una conclusión acerca del cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor. Una auditoría incluye evaluar la normativa aplicable y las medidas tomadas por la administración.

Los procedimientos seleccionados dependen del juicio de cada auditor, al tomar en cuenta las valoraciones del riesgo se debe tener en cuenta el control interno, preparado y presentado por la administración. Consideramos que la evidencia de auditoría que se ha obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para emitir nuestra conclusión.

Conclusión:

Concluimos que, de acuerdo a la evaluación realizada a los controles implementados por la empresa, durante el período de enero a julio de 2017, la entidad cumple con las regulaciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor.

Fecha 31 de julio de 2017



Lic. Rafael Antonio González Pérez



Socio

González, auditores y consultores

A.3. GLOSARIO

Venta condicionada: estipular la adquisición de un bien o servicio cuando se realice la compra de un bien cuando estos no son complementarios para el funcionamiento del mismo.

Prácticas abusivas: circunstancias que pueden ser manifestadas a través de cláusulas en las cuales se coloca en una situación de desventaja o en la que se obliga a renuncia a los derechos que por naturaleza le corresponden.

Restricciones aplican: se refiere a la información que no se detalla en una determinada publicidad, pero se establecen mecanismos por medio de los cuales se pueden dar a conocer a los clientes de forma oportuna todas las condiciones para que pueda tomar la decisión de compra sin inducirlo a un error o engaño.

Publicidad engañosa: información proporcionada a los consumidores de forma incompleta o poco relevante acerca del producto, induciéndolo a un error en cuanto a la oferta real del bien.

Desistimiento de contratos: derecho que posee todo consumidor de dejar sin efecto un contrato, aunque el proveedor no haya incumplido alguna cláusula o tiempo de entrega.

Contratos de adhesión: documento en el que se establecen los mecanismos generales de contratación, es decir las condiciones en las que el proveedor brindara el producto o servicio a los consumidores.

Interés legal: es el porcentaje legalmente fijado que se utiliza de base para el cálculo de indemnizaciones por el incumplimiento de una obligación.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. Los profesionales en auditoría poseen conocimientos generales sobre las regulaciones y obligaciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor; no obstante, que es una normativa aplicable a todas las empresas, en especial a las dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles.
2. Las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, consideran importante evaluar el cumplimiento de las regulaciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor; a fin de, prevenir la aplicación de sanciones por parte de la Defensoría del Consumidor y evitar afectar su imagen corporativa ante los clientes.
3. Actualmente los auditores consideran que no existe suficiente material bibliográfico, que brinde lineamientos o procedimientos, para el desarrollo de una auditoría de cumplimiento, enfocada a evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor en las empresas del sector comercial; por tanto, la elaboración de un manual contribuirá a la ejecución de este tipo de encargo y el profesional podrá ampliar y diversificar sus servicios profesionales.

Recomendaciones

1. Al Consejo de Vigilancia de la Profesión de Contaduría Pública y Auditoría, incluir en las horas de educación continua, temáticas sobre leyes específicas como la Ley de Protección al Consumidor; así mismo, a la universidad, impartir seminarios o charlas sobre auditorías de cumplimiento de la citada ley; a fin de que, los profesionales en contaduría pública y auditoría, fortalezcan sus conocimientos en dicha materia, permitiéndoles ampliar la oferta de sus servicios a través de evaluaciones a la aplicación de la ley.
2. A las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, considerar como sana práctica, la implementación de evaluaciones periódicas al cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor, con la finalidad de detectar y corregir incumplimientos de la normativa, para lograr la fidelización de los clientes a través de una calidad en los productos y servicios ofrecidos.
3. A los interesados en la contaduría pública y auditoría, tomar en cuenta los lineamientos específicos incluidos en este documento, para facilitar la evaluación del cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles.

BIBLIOGRAFÍA

Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador. (2013). *Ley de proteccion al consumidor* .

Obtenido de Diario Oficial N° 34, Tomo 398, del 19 de febrero de 2013:

<http://www.diariooficial.gob.sv/diarios/do-2013/02-febrero/19-02-2013.pdf>

Asamblea Legislativa de la República de El Salvador. (2014). *Código de Comercio, Art. 123,*

124. San Salvador : Editorial Jurídica Salvadoreña.

Asamblea Legislativa de la República de El Salvador. (2015). *Ley de Impuesto a la*

Transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios, Art. 4, 8, 11, 12, 16. San

Salvador : Editorial Jurídica Salvadoreña.

Asamblea Legislativa de la República de El Salvador. (2016). *Código Tributario, Art. 107, 109,*

110. San Salvador : Editorial Jurídica Salvadoreña.

Asamblea Legislativa de la República de El Salvador. (2016). *Ley del Impuesto sobre la Renta,*

Art. 1-3, 12, 13 . San Salvador : Editorial Jurídica Salvadoreña.

Auditoría, E. C. (2014). *Norma de educacion continuada*. San Salvador: El Consejo de

Vigilancia de la Profesión de Contaduría Pública y Auditoría.

Asamblea Legislativa de la República de El Salvador. (2000). *Ley reguladora de la contaduria*.

Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador. Reforma Ley de Protección al

Consumidor. (1992). San Salvador: Diario oficial N° 159, Tomo N° 316.

Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador. Reforma Ley de Protección al

Consumidor. (1996). San Salvador: Diario oficial N° 58, Tomo N° 330.

- Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador. Reforma Ley de Protección al Consumidor. (2005).. San Salvador: Diario oficial N° 166, Tomo 368.*
- Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB). (2009). *NIIIF para las PYMES, Sección 1, Párrafo 1.20.*
- Defensoría del Consumidor. (01 de Noviembre de 2015). *Institucionalidad y derecho de consumo en El Salvador.* Obtenido de Institucionalidad y derecho de consumo en El Salvador: https://www.defensoria.gob.sv/images/institucionalidad_web.pdf
- Defensoria del Consumidor. (2005-2015). *Criterios jurisprudenciales de Proteccion al Consumidor.* Obtenido de Criterios jurisprudenciales de Proteccion al Consumidor: <https://defensoria.gob.sv/leyes/ley-proteccion-al-consumidor/>
- Direccion General de Estadisticas y Censos. (2015). Directorio de empresas. *Directorio de empresas.*
- Federacion Internacional de Contadores. (2011). *Normas Internacionales de Auditoría.* New York .
- Gregorio Belaunde. (24 de Abril de 2012). *El diario de economía y negocios de Perú.* Obtenido de Gestión: <http://blogs.gestion.pe/riesgosfinancieros/2012/04/el-riesgo-reputacional-y-su-ge.html>
- Osorio, M. (s.f.). *Diccionario de ciencias juridicas, politicas y sociales* (Vol. 1° edición). Guatemala: Datascan, S.A.

ANEXOS

ÍNDICE DE ANEXOS:

Anexo 1: Listado de auditores confirmados por parte de la Dirección General de Estadística y

Censos

Anexo 2: Listado de empresas que conforman la muestra de auditores

Anexo 3: Listado de empresas confirmadas por parte de la Dirección General de Estadística y

Censos

Anexo 4: Modelo de encuesta dirigido a los auditores

Anexo 6: Modelo de encuesta dirigido a las empresas

Anexo 8: Modelo cuestionario de evaluación y aceptación de cliente

Anexo 9: Oferta de servicios

Anexo 10: Oferta técnica

Anexo 11: Carta compromiso

Anexo 12: Ejemplo de información de conocimiento del cliente

Anexo 13: Aplicación de muestro de auditoria

Anexo 14: Carta de gerencia

Anexo 1: Listado de auditores confirmados por parte de la Dirección General de Estadística y Censos (Universo 1)

| DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS | | | |
|---|--------------|---------|--|
| EMPRESAS DEDICADAS A LA AUDITORIA Y CONSULTORÍA (EN CONTABILIDAD) | | | |
| ÚLTIMA ACTUALIZACION AÑO 2015 | | | |
| CORRELATIVO | MUNICIPIO | CIUR | NOMBRE COMERCIAL |
| 1 | SAN SALVADOR | 6920002 | PACHECO PAREDES AUDITORES CONSULTORES |
| 2 | SAN SALVADOR | 6920002 | TANAS, S.A. DE C.V. |
| 3 | SAN SALVADOR | 6920002 | LIC. JULIO CESAR RIVAS ASCENCIO |
| 4 | SAN SALVADOR | 6920002 | ECONTA, S.A DE C.V. |
| 5 | SAN SALVADOR | 6920002 | ROMERO PORTILLO Y ASOCIADOS |
| 6 | SAN SALVADOR | 6920002 | TG AUDITORES |
| 7 | SAN SALVADOR | 6920002 | CENTRO INTEGRAL DE FORMACION PROFESIONAL POR COMPETENCIA, S. A. DE C. V. |
| 8 | SAN SALVADOR | 6920002 | ASECONE, S. A DE C.V. |
| 9 | SAN SALVADOR | 6920002 | CONVENSA |
| 10 | SAN SALVADOR | 6920002 | ACC ASOCIADOS, S. A. DE C. V. |
| 11 | SAN SALVADOR | 6920002 | RAFAEL ENRIQUE VALTER Y ASOCIADOS DE CAPITAL VARIABLE |
| 12 | SAN SALVADOR | 6920002 | NAVARRO GUEVARA Y ASOCIADOS |
| 13 | SAN SALVADOR | 6920002 | SOCIOS EMPRESARIALES SA DE CV. |
| 14 | SAN SALVADOR | 6920002 | CARRANZA Y CARRANZA Y ASOCIADOS |
| 15 | SAN SALVADOR | 6920002 | JORDAN Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V. |
| 16 | SAN SALVADOR | 6920002 | LUIS ALONSO CORNEJO Y ASOCIADOS |
| 17 | SAN SALVADOR | 6920002 | GRANT THORNTON CONSULTORES, S.A DE C.V. |
| 18 | SAN SALVADOR | 6920002 | ROQUE Y ROQUE ASOCIADOS |
| 19 | SAN SALVADOR | 6920002 | R2C |
| 20 | SAN SALVADOR | 6920002 | RAMOS VALIENTE Y ASOCIADOS |
| 21 | SAN SALVADOR | 6920002 | FIGUEROA JIMENEZ & CO |
| 22 | SAN SALVADOR | 6920002 | BARAHONA VARGAS ASOCIADOS |
| 23 | SAN SALVADOR | 6920002 | BMM & ASOCIADOS. |
| 24 | SAN SALVADOR | 6920002 | MORALES PEREZ Y ASOCIADOS |
| 25 | SAN SALVADOR | 6920002 | CASTELLANOS GOMEZ CABRERA Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V. |
| 26 | SAN SALVADOR | 6920002 | FIGUEROA JIMENEZ |
| 27 | SAN SALVADOR | 6920002 | RIVAS CRUZ CHAVARRIA Y ASOCIADOS |
| 28 | SAN SALVADOR | 6920002 | MENJIVAR Y MENJIVAR AUDITORES CONSULTORES, S.A. DE C.V. |
| 29 | SAN SALVADOR | 6920002 | SERVICIOS PROFESIONALES NAZARETH, S. A. DE C. V. |
| 30 | SAN SALVADOR | 6920002 | KPMG PEAT MARWICK. |
| 31 | SAN SALVADOR | 6920002 | ANAYA VILLEDA Y ASOCIADOS |
| 32 | SAN SALVADOR | 6920002 | BG CONSULTORES, S. A DE C. V. |
| 33 | SAN SALVADOR | 6920002 | PETRUS |
| 34 | SAN SALVADOR | 6920002 | CONSULTING ENTERPRISE, S. A. DE C. V. |
| 35 | SAN SALVADOR | 6920002 | GLOBAL AUDITORES Y CONSULTORES, S, A DE C. V. |
| 36 | SAN SALVADOR | 6920002 | AUDITORES Y CONSULTORES DE NEGOCIOS, S.A. DE C.V. |
| 37 | SAN SALVADOR | 6920002 | ORTEGA, CISNEROS, DOMINGUEZ Y CIA |
| 38 | SAN SALVADOR | 6920002 | PRICEWATERHOUSECOOPERS, S.A. DE C.V. |
| 39 | SAN SALVADOR | 6920002 | DILA, S. A. DE C. V. |
| 40 | SAN SALVADOR | 6920002 | CONTABILIDADES Y SERVICIOS SA DE CV |

| | | | |
|----|--------------|---------|---|
| 41 | SAN SALVADOR | 6920002 | COCAR ROMANO Y COMPAÑIA |
| 42 | SAN SALVADOR | 6920002 | CONSULTORES PROFESIONALES TRIBUTARIOS, S.A. DE C.V. |
| 43 | SAN SALVADOR | 6920002 | QUINTANILLA SANCHEZ Y ASOCIADOS |
| 44 | SAN SALVADOR | 6920002 | MEJIA VALLE Y ASOCIADOS |
| 45 | SAN SALVADOR | 6920002 | SERVICIOS INTEGRALES E INVERSIONES, S. A. DE C. V. |
| 46 | SAN SALVADOR | 6920002 | M Y C SERVICIOS TECNICOS CONSULTORES DIFERENCIADOS S.A. DE C.V. |
| 47 | SAN SALVADOR | 6920002 | CASTELLANOS CHACON LTDA. DE C. V. |
| 48 | SAN SALVADOR | 6920002 | ACSAL, S.A DE C.V |
| 49 | SAN SALVADOR | 6920002 | AUDITORIA Y CONSULTORIA ESTRATEGICA , S.A. DE C.V. |
| 50 | SAN SALVADOR | 6920002 | RECINOS, RECINOS Y CIA |
| 51 | SAN SALVADOR | 6920002 | ESCOGUAR. |
| 52 | SAN SALVADOR | 6920002 | PERALTA MARROQUIN Y COMPAÑIA |
| 53 | SAN SALVADOR | 6920002 | CONTABILIDAD INTEGRAL |
| 54 | SAN SALVADOR | 6920002 | MENA RODRIGUEZ |
| 55 | SAN SALVADOR | 6920002 | AUDITORIA Y CONSULTORIA S.A DE C.V. |
| 56 | SAN SALVADOR | 6920002 | CENTROSER, S.A. DE C.V. |
| 57 | SAN SALVADOR | 6920002 | CONTADORES PUBLICOS AUDITORES, S.A. DE C.V. |
| 58 | SAN SALVADOR | 6920002 | ROJAS MENDEZ Y COMPAÑIA |
| 59 | SAN SALVADOR | 6920002 | ELIAS & ASOCIADOS |
| 60 | SAN SALVADOR | 6920002 | SND ELECTRONICOS, S.A DE C.V. |
| 61 | SAN SALVADOR | 6920002 | BUCARO JOVEL & ASOCIADOS, S. A DE C. V. |
| 62 | SAN SALVADOR | 6920002 | LOPEZ , SOLITO Y ASOCIADOS |
| 63 | SAN SALVADOR | 6920002 | GONZALEZ PINEDA, S.A DE C.V. |
| 64 | SAN SALVADOR | 6920002 | ERNST & YOUNG EL SALVADOR |
| 65 | SAN SALVADOR | 6920002 | PAVON ARGUETA Y COMPAÑIA LIMITADA DE C. V. |
| 66 | SAN SALVADOR | 6920002 | CIUDAD REAL Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V. |
| 67 | SAN SALVADOR | 6920002 | MURCIA & MURCIA, S. A. DE C. V. |
| 68 | SAN SALVADOR | 6920002 | AVALOS CARDONA Y ASOCIADOS SA DE CV |
| 69 | SAN SALVADOR | 6920002 | LOPEZ GRANADINO, S.A. DE C.V. |
| 70 | SAN SALVADOR | 6920002 | J. H. VALIENTE Y ASOCIADOS |
| 71 | SAN SALVADOR | 6920002 | RESPALDO |
| 72 | SAN SALVADOR | 6920002 | DESPACHO GONZALEZ BARAHONA ASOCIADOS, S. A. DE C. V. |
| 73 | SAN SALVADOR | 6920002 | AFE INTERNACIONAL, S. A. DE C. V. |
| 74 | SAN SALVADOR | 6920002 | G&A-AUDITORES, CONSULTORES Y ASESORES, SA. DE CV. |
| 75 | SAN SALVADOR | 6920002 | LEMUS VALIENTE |
| 76 | SAN SALVADOR | 6920002 | RODRIGUEZ RODRIGUEZ Y ASOCIADOS |
| 77 | SAN SALVADOR | 6920002 | AUDITORES, ASESORES, CONSULTORES S.A. DE C.V. |
| 78 | SAN SALVADOR | 6920002 | STAF. S.A DE C.V. |
| 79 | SAN SALVADOR | 6920002 | HERNANDEZ AGUIRRE & ASOCIADOS, S. A. DE C. V. |
| 80 | SAN SALVADOR | 6920002 | RODRIGUEZ CRUZ , S.A. DE C.V. |
| 81 | SAN SALVADOR | 6920002 | ESCOBAR Y ASOCIADOS |
| 82 | SAN SALVADOR | 6920002 | AUDITAX |
| 83 | SAN SALVADOR | 6920002 | FLORES, FLORES Y ASOCIADOS, S. A DE C. V. |
| 84 | SAN SALVADOR | 6920002 | VENTURA SOSA, S. A. DE C. V. |
| 85 | SAN SALVADOR | 6920002 | SINASEMP |
| 86 | SAN SALVADOR | 6920002 | COAUDIT, S. A. DE C. V. |
| 87 | SAN SALVADOR | 6920002 | HERNANDEZ MARTINEZ Y ASOCIADOS |
| 88 | SAN SALVADOR | 6920002 | QUIJANO MARTINEZ ASOCIADOS |
| 89 | SAN SALVADOR | 6920002 | CASTILLO GUZMAN AUDITORES Y CONSULTORES, S. A. DE C. V. |
| 90 | SAN SALVADOR | 6920002 | AREVALO ALLEN & ASOCIADOS |

| | | | |
|-----|--------------|---------|--|
| 91 | SAN SALVADOR | 6920002 | FERNANDEZ Y FERNANDEZ ASOCIADOS |
| 92 | SAN SALVADOR | 6920002 | RODRIGUEZ CORPORACION |
| 93 | SAN SALVADOR | 6920002 | DESPACHO ORELLANA MIXCO Y ASOCIADOS |
| 94 | SAN SALVADOR | 6920002 | R. GALLARDO Y CIA |
| 95 | SAN SALVADOR | 6920002 | MORALES PEREZ VARELA, S.A. DE C.V. |
| 96 | SAN SALVADOR | 6920002 | MEJIA AGUIRRE Y ASOCIADOS |
| 97 | SAN SALVADOR | 6920002 | TRANSFER PRICING ADVISORS, S. A. DE C. V. |
| 98 | SAN SALVADOR | 6920002 | CORPEÑO Y ASOCIADOS |
| 99 | SAN SALVADOR | 6920002 | TORRES RIVAS Y ASOCIADOS , S.A. DE C.V. |
| 100 | SAN SALVADOR | 6920002 | VALIENTE Y ASOCIADOS |
| 101 | SAN SALVADOR | 6920002 | MARTINEZ GARCIA Y COMPAÑIA |
| 102 | SAN SALVADOR | 6920002 | RIVERA PALMA ASOCIADOS |
| 103 | SAN SALVADOR | 6920002 | AUDITORIA INTEGRAL Y CONSULTORIA |
| 104 | SAN SALVADOR | 6920002 | KPMG SOCIEDAD ANONIMA |
| 105 | SAN SALVADOR | 6920002 | EBARRIENTOS Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V. |
| 106 | SAN SALVADOR | 6920002 | AGUIÑADA Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V. |
| 107 | SAN SALVADOR | 6920002 | CORNEJO & UMAÑA, LTDA DE C.V |
| 108 | SAN SALVADOR | 6920002 | AUDITORES CONSULTORES ESPECIALIAZDOS, S. A. DE C. V. |
| 109 | SAN SALVADOR | 6920002 | JOVEL JOVEL Y COMPAÑIA |
| 110 | SAN SALVADOR | 6920002 | M N AUDITORES - CONSULTORES, S. A. DE C. V. |
| 111 | SAN SALVADOR | 6920002 | CISNEROS CASTRO Y CIA |
| 112 | SAN SALVADOR | 6920002 | MORALES Y MORALES ASOCIADOS |
| 113 | SAN SALVADOR | 6920002 | MALBA, S.A. DE C.V. |
| 114 | SAN SALVADOR | 6920002 | CCA AUDITORES Y CONSULTORES ASOCIADOS S.A DE C.V. |
| 115 | SAN SALVADOR | 6920002 | GRUPO R & G S.A DE C.V. |
| 116 | SAN SALVADOR | 6920002 | ORELLANA Y ASOCIADOS |
| 117 | SAN SALVADOR | 6920002 | AUDITORES Y ASESORES , S.A. DE C.V. |
| 118 | SAN SALVADOR | 6920002 | DESPACHO DE AUDITORIA |
| 119 | SAN SALVADOR | 6920002 | DESPACHO LILIAN DEL CARMEN FLORES DE PALIOS |
| 120 | SAN SALVADOR | 6920002 | JACOBO Y ASOCIADOS S.A DE C.V |
| 121 | SAN SALVADOR | 6920002 | ROLDAN PEREZ & ASOCIADOS |
| 122 | SAN SALVADOR | 6920002 | CONSULTORIA EN PROYECTOS SA DE CV |
| 123 | SAN SALVADOR | 6920002 | SERVICIOS INTEGRALES DE AUDITORIA S.A DE C.V. |
| 124 | SAN SALVADOR | 6920002 | OPERACIONES Y SERVICIOS MERCANTILES, S. A. DE C. V. |

Anexo 2: Listado de empresas que conforman la muestra de auditores

DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS
EMPRESAS DEDICADAS A LA AUDITORIA Y CONSULTORÍA (EN CONTABILIDAD)
ÚLTIMA ACTUALIZACION AÑO 2015

| CORRELATIVO | MUNICIPIO | CIUR | NOMBRE COMERCIAL |
|-------------|--------------|---------|---|
| 4 | SAN SALVADOR | 6920002 | ECONTA, S.A DE C.V. |
| 8 | SAN SALVADOR | 6920002 | ASECONE, S. A DE C.V. |
| 12 | SAN SALVADOR | 6920002 | NAVARRO GUEVARA Y ASOCIADOS |
| 16 | SAN SALVADOR | 6920002 | LUIS ALONSO CORNEJO Y ASOCIADOS |
| 20 | SAN SALVADOR | 6920002 | RAMOS VALIENTE Y ASOCIADOS |
| 24 | SAN SALVADOR | 6920002 | MORALES PEREZ Y ASOCIADOS |
| 28 | SAN SALVADOR | 6920002 | MENJIVAR Y MENJIVAR AUDITORES CONSULTORES, S.A. DE C.V. |
| 32 | SAN SALVADOR | 6920002 | BG CONSULTORES, S. A DE C. V. |
| 36 | SAN SALVADOR | 6920002 | AUDITORES Y CONSULTORES DE NEGOCIOS, S.A. DE C.V. |
| 40 | SAN SALVADOR | 6920002 | CONTABILIDADES Y SERVICIOS SA DE CV |
| 44 | SAN SALVADOR | 6920002 | MEJIA VALLE Y ASOCIADOS |
| 48 | SAN SALVADOR | 6920002 | ACSAL, S.A DE C.V |
| 52 | SAN SALVADOR | 6920002 | PERALTA MARROQUIN Y COMPAÑIA |
| 56 | SAN SALVADOR | 6920002 | CENTROSER, S.A. DE C.V. |
| 60 | SAN SALVADOR | 6920002 | SND ELECTRONICOS, S.A DE C.V. |
| 64 | SAN SALVADOR | 6920002 | ERNST & YOUNG EL SALVADOR |
| 68 | SAN SALVADOR | 6920002 | AVALOS CARDONA Y ASOCIADOS SA DE CV |
| 72 | SAN SALVADOR | 6920002 | DESPACHO GONZALEZ BARAHONA ASOCIADOS, S. A. DE C.V. |
| 76 | SAN SALVADOR | 6920002 | RODRIGUEZ RODRIGUEZ Y ASOCIADOS |
| 80 | SAN SALVADOR | 6920002 | RODRIGUEZ CRUZ , S.A. DE C.V. |
| 84 | SAN SALVADOR | 6920002 | VENTURA SOSA, S. A. DE C. V. |
| 88 | SAN SALVADOR | 6920002 | QUIJANO MARTINEZ ASOCIADOS |
| 92 | SAN SALVADOR | 6920002 | RODRIGUEZ CORPORACION |
| 96 | SAN SALVADOR | 6920002 | MEJIA AGUIRRE Y ASOCIADOS |
| 100 | SAN SALVADOR | 6920002 | VALIENTE Y ASOCIADOS |
| 104 | SAN SALVADOR | 6920002 | KPMG SOCIEDAD ANONIMA |
| 108 | SAN SALVADOR | 6920002 | AUDITORES CONSULTORES ESPECIALIAZDOS, S. A. DE C. V. |
| 112 | SAN SALVADOR | 6920002 | MORALES Y MORALES ASOCIADOS |
| 116 | SAN SALVADOR | 6920002 | ORELLANA Y ASOCIADOS |
| 120 | SAN SALVADOR | 6920002 | JACOBO Y ASOCIADOS ,S.A DE C.V |
| 124 | SAN SALVADOR | 6920002 | OPERACIONES Y SERVICIOS MERCANTILES, S. A. DE C. V. |

Anexo 3: Listado de empresas confirmadas por parte de la Dirección General de Estadística y Censos (Universo 2)

DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS

**EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA AL POR MENOR DE APARATOS ELECTRODOMÉSTICOS,
REPUESTOS Y ACCESORIOS
ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN AÑO 2015**

| CORRELATIVO | MUNICIPIO | CIURV4 | NOMBRE COMERCIAL |
|--------------------|------------------|---------------|--|
| 1727 | SAN SALVADOR | 4759301 | COMERCIAL GRACIELA |
| 3180 | SAN SALVADOR | 4759301 | DISTRIBUIDORA JONATHAN, S.A. DE C.V. |
| 4238 | SAN SALVADOR | 4759301 | EL EXCLUSIVO |
| 5029 | SAN SALVADOR | 4759301 | ALMACENES SONIDO PARADISE, S. A. DE C. V. |
| 5562 | SAN SALVADOR | 4759301 | AGENCIAS WAY |
| 5649 | SAN SALVADOR | 4759301 | CASA BEE'S, S. A. DE C. V. |
| 5756 | SAN SALVADOR | 4759301 | RELOJERIA FELCA |
| 7383 | SAN SALVADOR | 4759301 | UNION COMERCIAL DE EL SALVADOR, S. A. DE C. V. |
| 7599 | SAN SALVADOR | 4759301 | DIVERPARTY, S. A. DE C. V. |
| 8651 | SAN SALVADOR | 4759301 | GERSONIX IMPORT, S. A DE C. V. |
| 9453 | SAN SALVADOR | 4759301 | R.G NIETO |
| 9657 | SAN SALVADOR | 4759301 | IMPORTACIONES SAN JOSE , S. A. DE C. V. |
| 10697 | SAN SALVADOR | 4759301 | COMERCIAL MELY |
| 11013 | SAN SALVADOR | 4759301 | ELECTRO GLOBAL ,S.A DE C.V |
| 11244 | SAN SALVADOR | 4759301 | COMERCIAL JAZMIN, S.A. DE C.V. |
| 11423 | SAN SALVADOR | 4759301 | CASA SAN ANTONIO |
| 11629 | SAN SALVADOR | 4759301 | DISTRIBUIDORA ECLIPSE, S. A. DE C. V. |
| 12471 | SAN SALVADOR | 4759301 | CASTELLO, S. A. DE C.V. |
| 13551 | SAN SALVADOR | 4759301 | HERNANDEZ LGM S.A DE C.V |
| 13683 | SAN SALVADOR | 4759301 | DUCRISME, S.A DE C.V. |
| 14467 | SAN SALVADOR | 4759301 | COMERCIAL CHACON, S.A. DE C.V. |
| 14752 | SAN SALVADOR | 4759301 | SUSUMU , S. A. DE C. V. |
| 14969 | SAN SALVADOR | 4759301 | PRICE MASTERS, S. A. DE C. V. |
| 14997 | SAN SALVADOR | 4759301 | OMNISPORT, S.A. DE C.V. |
| 15373 | SAN SALVADOR | 4759301 | EL FAMOSO BARATAZO |
| 15673 | SAN SALVADOR | 4759301 | ALCANA |
| 15756 | SAN SALVADOR | 4759301 | COMERCIAL PROSEGUIR |
| 15817 | SAN SALVADOR | 4759301 | COMERCIAL ISLAND |
| 16483 | SAN SALVADOR | 4759301 | D'OFFICE S.A DE C.V. |
| 17723 | SAN SALVADOR | 4759301 | ALMACEN ELECTROPOLO |
| 19637 | SAN SALVADOR | 4759301 | DISTRIBUIDORA COMERCIAL L Y V |
| 20735 | SAN SALVADOR | 4759301 | N'JOY |

Anexo 4: Modelo de encuesta dirigido a los auditores



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA



Cuestionario sobre:

“Manual para evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles en el municipio de San Salvador”

Objetivo:

Recabar información que contribuya a la elaboración de un manual para evaluar la adecuada aplicación de la Ley de Protección al Consumidor.

Dirigido a:

La presente encuesta está dirigida a los profesionales de la contaduría pública y la obtención de la información contribuirá a los auditores a evaluar de forma adecuada la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor, mediante la revisión de los procesos que las empresas establecen o definen.

Las preguntas que se detallan a continuación son de selección múltiple, por lo tanto, usted puede seleccionar una o varias según su criterio. De antemano se le agradece el tiempo brindado para el desarrollo de la encuesta.

Objetivo 1: indagar sobre el manejo que tienen los profesionales en contaduría pública sobre la Ley de Protección al Consumidor y la evaluación de su aplicación.

1. ¿Cuánto dominio considera que posee sobre los temas que aborda la Ley de Protección al Consumidor?

- a) Dominio avanzado
- b) Dominio intermedio
- c) Dominio básico
- d) Poco dominio
- e) La desconoce

Objetivo 2: conocer el alcance que tiene el profesional en contaduría pública en cuanto a las regulaciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor para realizar ventas al crédito.

2. ¿Cuáles regulaciones conoce respecto a las ventas al crédito según la Ley de Protección al Consumidor?

- a) Cálculo de intereses
- b) Comisiones y recargos
- c) Entrega diferida de bienes
- d) Derecho de retracto y darse de baja en los contratos
- e) Requisitos para la oferta y promoción de bienes
- f) Cláusulas abusivas

Objetivo 3: analizar si el profesional en contaduría pública conoce sobre las regulaciones y prohibiciones que establece la Ley de Protección al Consumidor para la emisión de contratos, que ayude a evaluar si la empresa cumple con los requerimientos mínimos.

3. ¿Conoce cuáles son los requisitos que debe cumplir un contrato con base a lo establecido en la Ley de Protección al Consumidor?

- a) Nombre, apellido o razón social del contratante

- b) Naturaleza del contrato
- c) Características generales del bien
- d) Precio de venta al contado
- e) Plazo del contrato
- f) Tasa de interés, número de cuotas, descripción de la forma del financiamiento
- g) Cláusulas penales de reserva de dominio de los bienes
- h) Condiciones de garantías

Objetivo 4: determinar el nivel de conocimiento para el cálculo por cobro de mora, intereses y recargos, según lo establecido en la Ley de Protección al Consumidor para poder identificar o evitar incumplimientos.

4. ¿De qué manera deben calcularse los intereses, intereses por mora y recargos que cobran las empresas que se dedican a la venta de electrodomésticos y muebles?

- a) Se calcula intereses sobre los saldos diarios de capital pendientes de cancelar
- b) Cobro de interés sobre interés
- c) Cobro de intereses sobre comisiones y recargos
- d) Cobro de recargos por incumplimiento de contratos por parte del consumidor
- e) En base a la información sobre el cálculo de interés, moras y recargos en el momento de la contratación

Objetivo 5: determinar si el profesional en contaduría pública conoce los procedimientos que se deben llevar a cabo por parte de las empresas en cuanto a la oferta de los productos a los consumidores.

5. ¿Conoce cuáles son las características mínimas de los bienes o servicios que los proveedores de electrodomésticos y muebles deben dar a conocer al consumidor?

- a) Origen y composición de los bienes ofertados
- b) Calidad de los bienes

- c) Precio o tasa de los incrementos o descuentos, impuestos y costos adicionales para la entrega del bien
- d) Indicaciones o instrucciones para el correcto uso de los bienes
- e) Información general, completa, clara, oportuna y veraz

Objetivo 6: determinar la experiencia que tiene el profesional en contaduría pública en relación al desarrollo de un trabajo enfocado a auditorías de cumplimiento.

6. ¿Qué nivel de experiencia posee sobre la ejecución de una auditoría de cumplimiento a la Ley de Protección Consumidor?

- a) Amplia experiencia en auditorías de cumplimiento
- b) Experiencia básica en la ejecución de auditorías de cumplimiento
- c) Poco dominio
- d) La desconoce

Objetivo 7: conocer las circunstancias que ocasionan la necesidad de ejecución de una auditoría de cumplimiento.

7. ¿Cuáles considera que pueden ser las principales situaciones por la que se solicite una auditoría para la revisión de la adecuada aplicación de la Ley de Protección al Consumidor en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles?

- a) Para tomar medidas preventivas
- b) Por altos índices de demandas y reclamos
- c) Altos niveles de cuentas incobrables
- d) Prevención de multas
- e) Mejora continua en los procesos internos

Objetivo 8: determinar la importancia de la información bibliográfica disponible para la ejecución de auditorías de cumplimiento.

8. Como profesional de la contaduría pública, ¿considera que existen suficientes recursos técnicos y bibliográficos para realizar una auditoría a la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor?

- a) Si existen suficientes recursos técnicos y bibliográficos
- b) No existen lineamientos o bases de referencia
- c) Existen lineamientos pero no son suficiente

Objetivo 9: identificar los principales beneficios que se obtienen a través de una auditoría de cumplimiento

9. ¿Cuáles de los siguientes beneficios considera que se puede obtener con la práctica periódica de auditorías sobre el cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor?

- a) Disminuir el índice de demandas
- b) Reducir los riesgos reputacionales y de mercado
- c) Disminuir la incobrabilidad de cuentas
- d) Mejorar la imagen corporativa de la entidad
- e) Evitar pérdida de recursos económicos ocasionados por multas
- f) Lograr una mayor satisfacción en los consumidores

Objetivo 10: conocer los principales obstáculos a enfrentar en la realización de auditorías de cumplimiento.

10. ¿Qué dificultades puede presentarse en el desarrollo de una auditoría especial basada en la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor?

- a) Falta de procedimientos operativos establecidos por parte de las empresas en el desarrollo de sus actividades
- b) No existan procedimientos de auditoría definidos para la ejecución de una auditoría especial

- c) Poco conocimiento sobre la aplicabilidad de la Ley
- d) La empresa no proporcione la información completa requerida
- e) La falta de políticas y procedimientos de control en las empresas

Objetivo 11: conocer la importancia o necesidad de implementar un manual de procedimientos en la ejecución de una auditoría.

11. ¿Considera de utilidad la elaboración de un manual de procedimientos que contribuya a la ejecución de una auditoría enfocada a evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor?

- a) Sí, es importante para facilitar la ejecución de la auditoría
- b) Serviría de apoyo para evaluar los procesos implementados por las empresas
- c) Serviría de apoyo para elaborar procedimientos a la medida para la ejecución de la auditoría
- d) Lo considera poco relevante

Anexo 5: Análisis e interpretación de resultados enfocado a los auditores

Pregunta N° 1

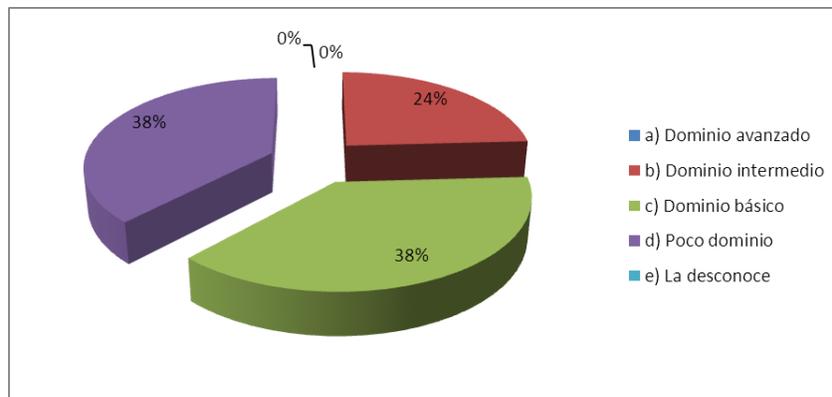
Objetivo 1: indagar sobre el manejo que tienen los profesionales en contaduría pública sobre la Ley de Protección al Consumidor y la evaluación de su aplicación.

¿Cuánto dominio considera que posee sobre los temas que aborda la Ley de Protección al Consumidor?

Cuadro N° 1

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|-----------------------|------------|-------------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Dominio avanzado | 0 | 0% |
| b) Dominio intermedio | 7 | 24% |
| c) Dominio básico | 11 | 38% |
| d) Poco dominio | 11 | 38% |
| e) La desconoce | 0 | 0% |
| Totales | 29 | 100% |

Gráfico N° 1



Análisis

El total de la muestra fue de 29 empresas de auditoría, de las cuales cuando se le preguntó a un representante de cada una de ellas, acerca del dominio que poseen sobre los temas que aborda la Ley de Protección al Consumidor, el 24% tiene un dominio intermedio, el 38% un dominio básico y el restante 38% posee poco conocimiento acerca de la Ley.

Pregunta N° 2

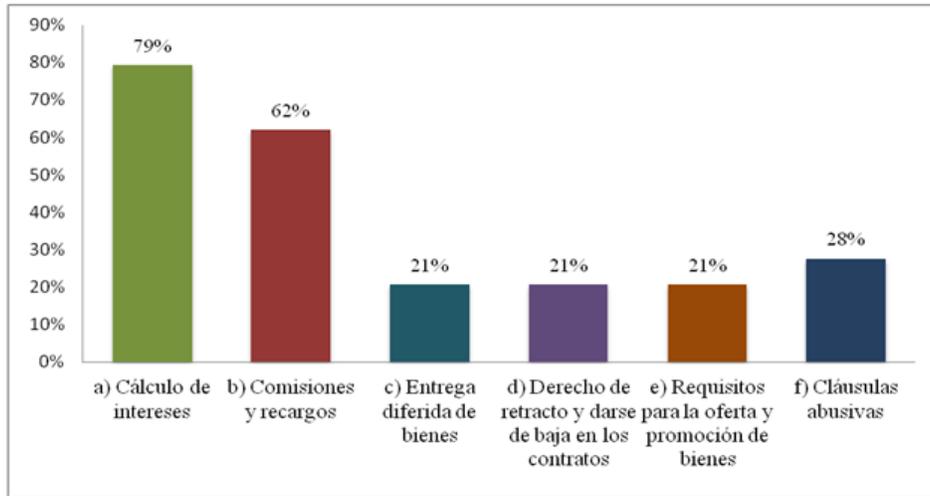
Objetivo 2: conocer el alcance que tiene el profesional en contaduría pública en cuanto a las regulaciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor para realizar ventas al crédito.

¿Cuáles regulaciones conoce respecto a las ventas al crédito según la Ley de Protección al Consumidor?

Cuadro N° 2

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|---|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Cálculo de intereses | 23/29 | 79% |
| b) Comisiones y recargos | 18/29 | 62% |
| c) Entrega diferida de bienes | 6/29 | 21% |
| d) Derecho de retracto y darse de baja en los contratos | 6/29 | 21% |
| e) Requisitos para la oferta y promoción de bienes | 6/29 | 21% |
| f) Cláusulas abusivas | 8/29 | 28% |

Gráfico N° 2



Análisis

Al preguntarles a los auditores acerca de las regulaciones que establece la Ley sobre las ventas al crédito, el 79% conoce sobre el cálculo de intereses, el 62% sobre las comisiones y recargos que son aplicables a dicho tipo de pago, 21% dice conocer sobre la entrega diferida de bienes y el 28% conoce también sobre el derecho de retracto y darse de baja en los contratos.

Pregunta N° 3

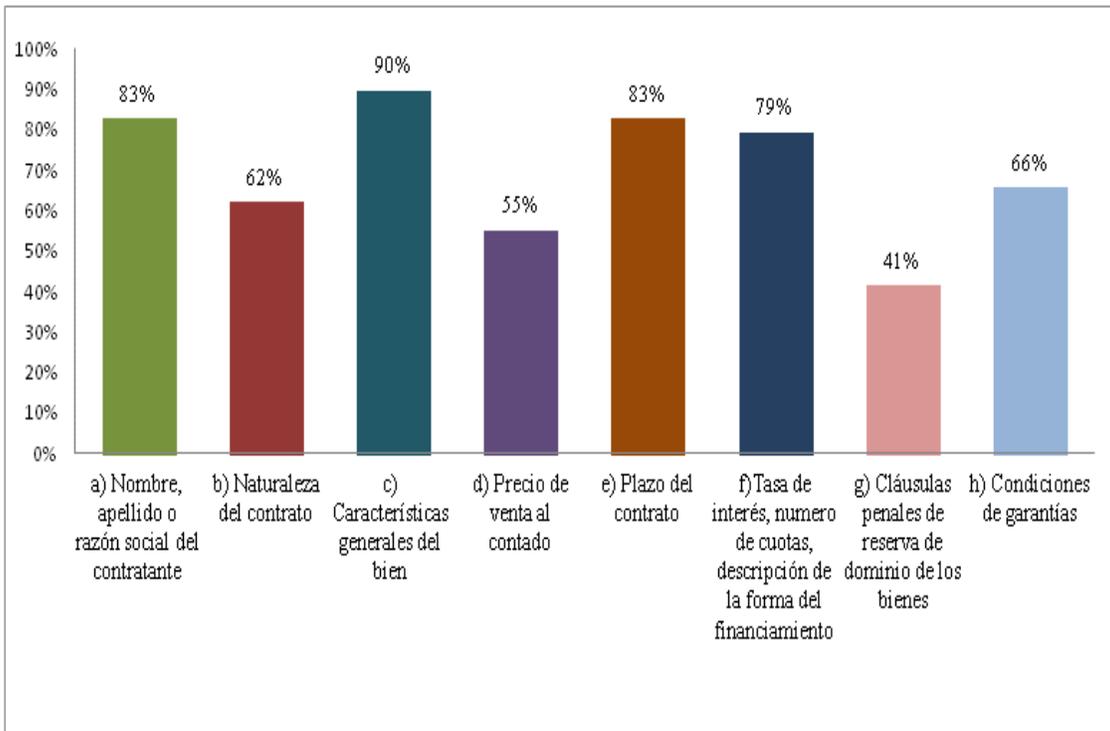
Objetivo 3: analizar si el profesional en contaduría pública conoce sobre las regulaciones y prohibiciones que establece la Ley de Protección al Consumidor para la emisión de contratos, que ayude a evaluar si la empresa cumple con los requerimientos mínimos.

¿Conoce cuáles son los requisitos que debe cumplir un contrato con base a lo establecido en la Ley de Protección al Consumidor?

Cuadro N° 3

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|--|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Nombre, apellido o razón social del contratante | 24/29 | 83% |
| b) Naturaleza del contrato | 18/29 | 62% |
| c) Características generales del bien | 26/29 | 90% |
| d) Precio de venta al contado | 16/29 | 55% |
| e) Plazo del contrato | 24/29 | 83% |
| f) Tasa de interés, número de cuotas, descripción de la forma del financiamiento | 23/29 | 79% |
| g) Cláusulas penales de reserva de dominio de los bienes | 12/29 | 41% |
| h) Condiciones de garantías | 19/29 | 66% |

Gráfico N° 3



Análisis

Con relación a los requisitos que debe cumplir un contrato según lo que se establece en la Ley, un promedio el 70% de los auditores conocen de manera específica sobre los requisitos que debe cumplir un contrato, solo un 41% responden que las cláusulas penales de reserva de dominio de los bienes son un requisito de los contratos.

Pregunta N° 4

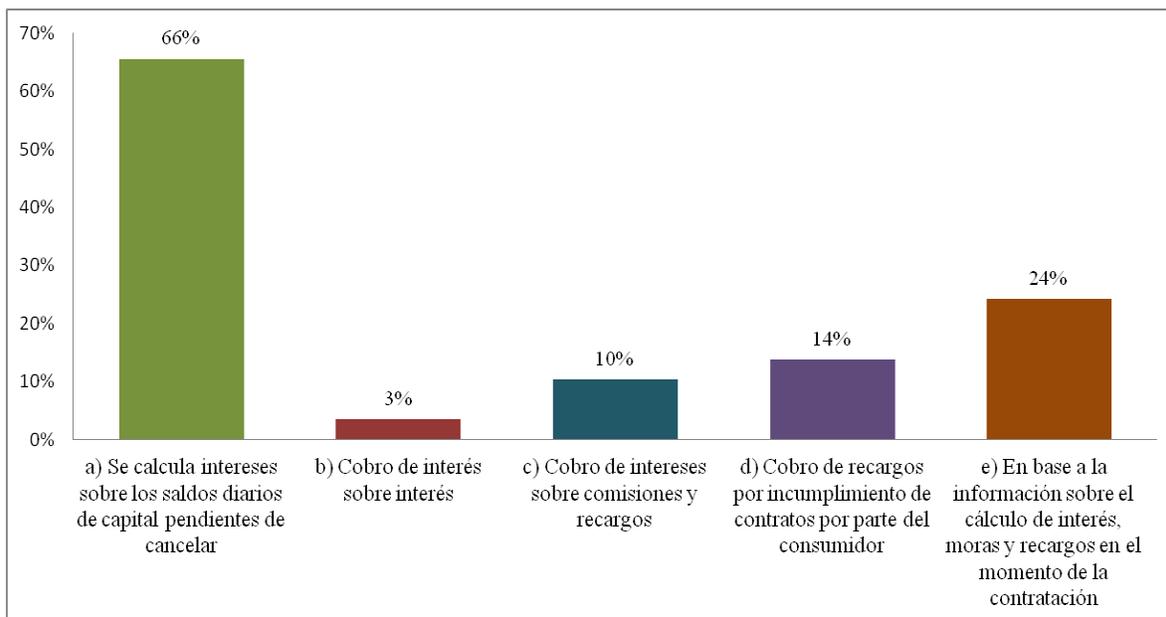
Objetivo 4: determinar el nivel de conocimiento para el cálculo por cobro de mora, intereses y recargos, según lo establecido en la Ley de Protección al Consumidor para poder identificar o evitar incumplimientos.

¿De qué manera deben calcularse los intereses, intereses por mora y recargos que cobran las empresas que se dedican a la venta de electrodomésticos y muebles?

Cuadro N° 4

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|--|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Se calcula intereses sobre los saldos diarios de capital pendientes de cancelar | 19/29 | 66% |
| b) Cobro de interés sobre interés | 1/29 | 3% |
| c) Cobro de intereses sobre comisiones y recargos | 3/29 | 10% |
| d) Cobro de recargos por incumplimiento de contratos por parte del consumidor | 4/29 | 14% |
| e) En base a la información sobre el cálculo de interés, moras y recargos en el momento de la contratación | 7/29 | 24% |

Gráfico N° 4



Análisis

Cuando se preguntó a los 29 auditores en relación a la manera de calcularse los intereses, intereses por mora y recargos el 66% de ellos respondió que se deben calcular en base a los saldos diarios de capital pendientes de cancelar, un 24% respondió se calculan en base a la información sobre el cálculo de los mismos y un solo auditor el cual representa el 3% respondió de manera incorrecta diciendo que se debe calcular el cobro de interés sobre interés.

Pregunta N° 5

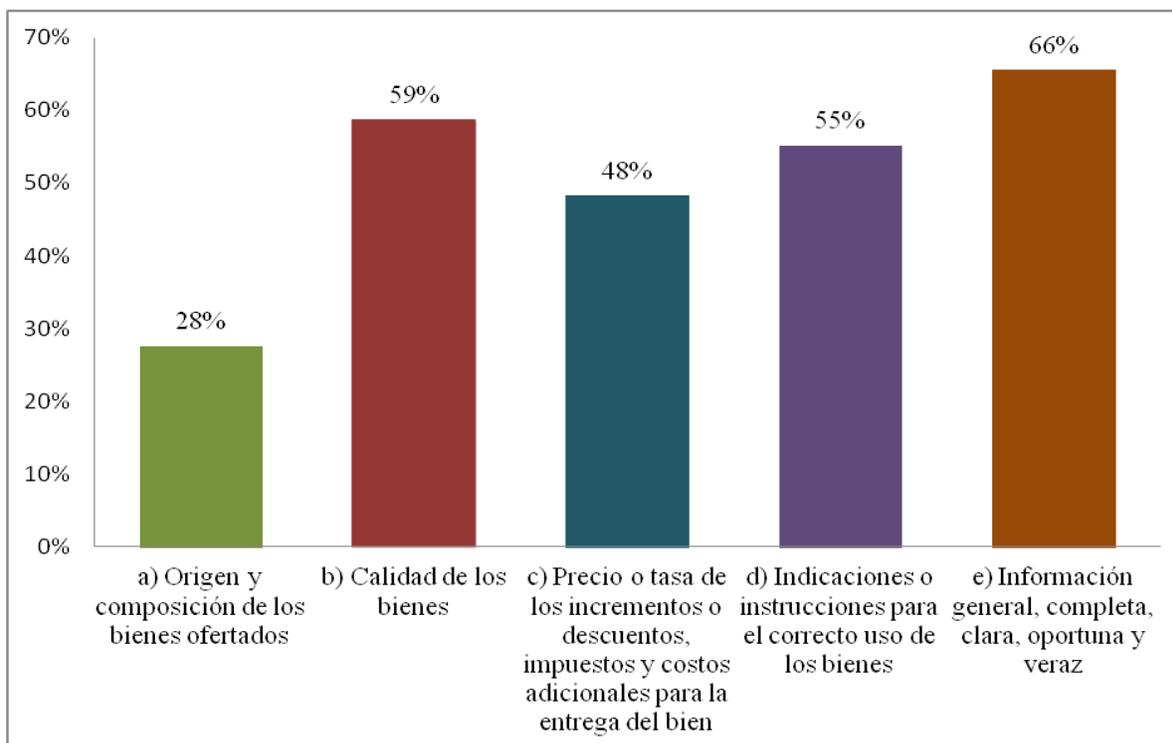
Objetivo 5: determinar si el profesional en contaduría pública conoce los procedimientos que se deben llevar a cabo por parte de las empresas en cuanto a la oferta de los productos a los consumidores.

¿Conoce cuáles son las características mínimas de los bienes o servicios que los proveedores de electrodomésticos y muebles deben dar a conocer al consumidor?

Cuadro N° 5

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|---|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Origen y composición de los bienes ofertados | 8/29 | 28% |
| b) Calidad de los bienes | 17/29 | 59% |
| c) Precio o tasa de los incrementos o descuentos, impuestos y costos adicionales para la entrega del bien | 14/29 | 48% |
| d) Indicaciones o instrucciones para el correcto uso de los bienes | 16/29 | 55% |
| e) Información general, completa, clara, oportuna y veraz | 19/29 | 66% |

Gráfico N° 5



Análisis

En relación a las características mínimas que los proveedores deben dar a conocer a los consumidores, el 66% de los encuestados respondió que los proveedores deben proporcionar información general, completa, clara, oportuna y veraz a los consumidores; además con un porcentaje del 28% consideraron que se deben dar a conocer el origen y composición de los bienes ofertados, siendo la característica menos seleccionada por los encuestados dentro de las cinco características propuestas.

Pregunta N° 6

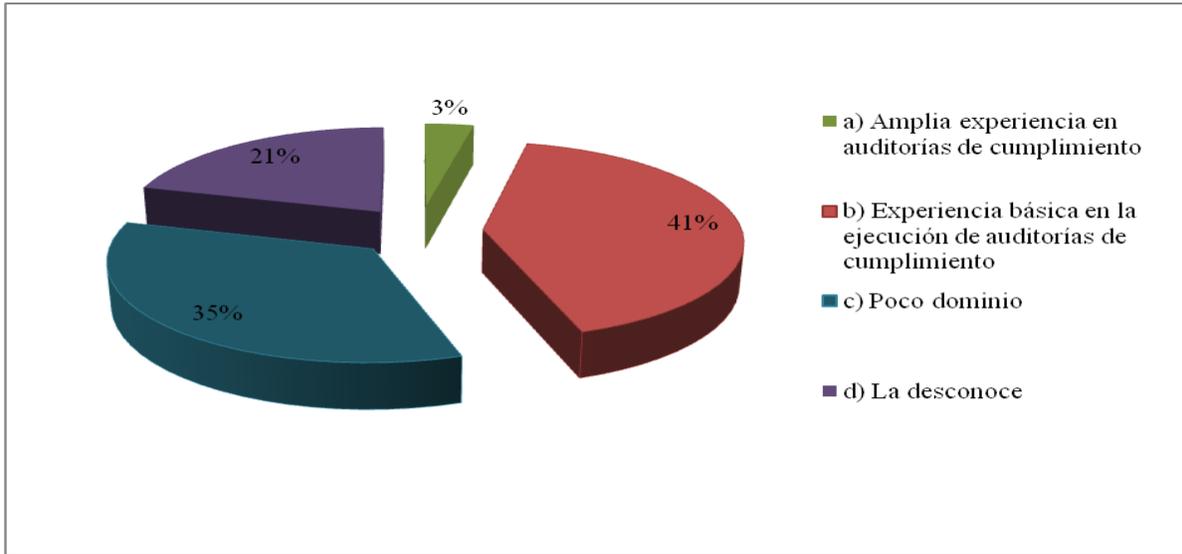
Objetivo 6: determinar la experiencia que tiene el profesional en contaduría pública en relación al desarrollo de un trabajo enfocado a auditorías de cumplimiento.

¿Qué nivel de experiencia posee sobre la ejecución de una auditoría de cumplimiento a la Ley de Protección Consumidor?

Cuadro N° 6

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|---|------------|-------------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Amplia experiencia en auditorías de cumplimiento | 1 | 3% |
| b) Experiencia básica en la ejecución de auditorías de cumplimiento | 12 | 41% |
| c) Poco dominio | 10 | 34% |
| d) La desconoce | 6 | 21% |
| Total general | 29 | 100% |

Gráfico N° 6



Análisis

Al consultar a los 29 auditores seleccionados por medio de la muestra sobre la experiencia que tienen en la ejecución de auditorías de cumplimiento a la Ley el 3% representado por un auditor manifiesta tener amplia experiencia en auditorías de cumplimiento, mientras que un 41% respondió que tiene experiencia básica, 35% considera tener poco dominio al respecto y un 21% contestó que la desconoce.

Pregunta N° 7

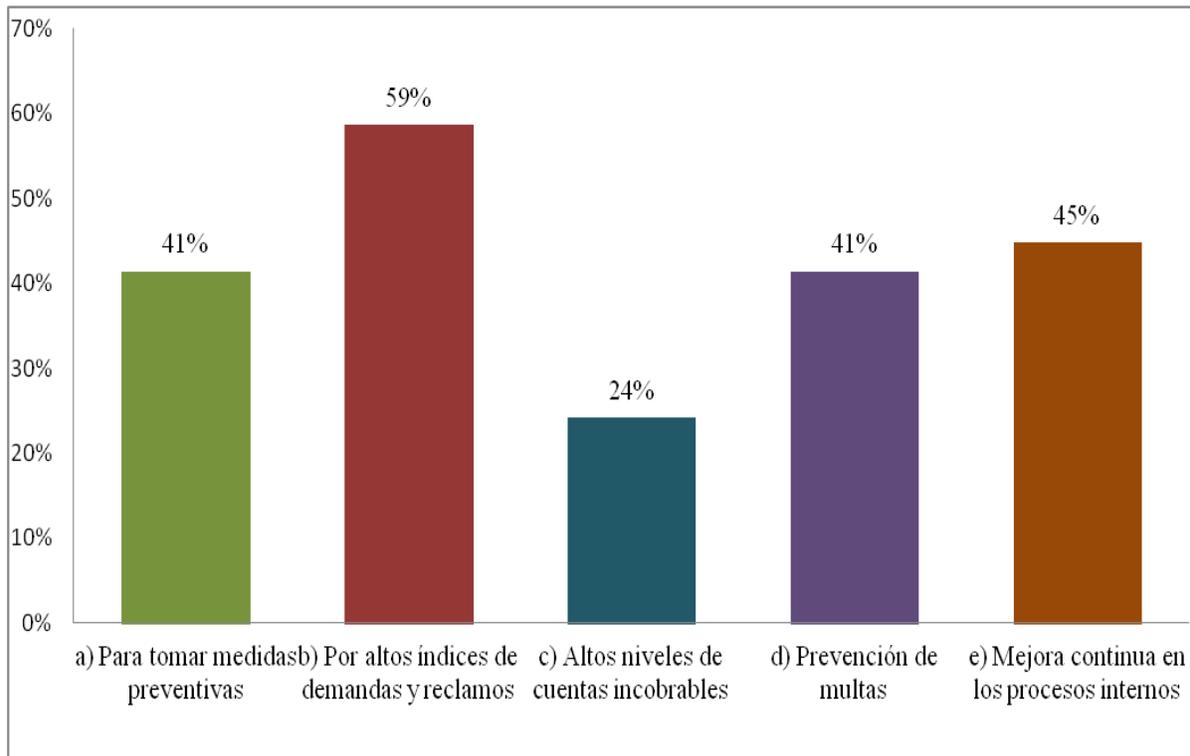
Objetivo 7: conocer las circunstancias que ocasionan la necesidad de ejecución de una auditoría de cumplimiento.

¿Cuáles considera que pueden ser las principales situaciones por la que se solicite una auditoría para la revisión de la adecuada aplicación de la Ley de Protección al Consumidor en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles?

Cuadro N° 7

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|---|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Para tomar medidas preventivas | 12/29 | 41% |
| b) Por altos índices de demandas y reclamos | 17/29 | 59% |
| c) Altos niveles de cuentas incobrables | 7/29 | 24% |
| d) Prevención de multas | 12/29 | 41% |
| e) Mejora continua en los procesos internos | 13/29 | 45% |

Gráfico N° 7



Análisis

En esta pregunta el 59% de los auditores respondió que una de las principales situaciones por las que una empresa solicite una auditoría para la revisión de la adecuada aplicación de la Ley, es por los altos índices de demandas y reclamos. El 45% considera que es por una mejora continua de los procesos internos y la opción menos seleccionada fue por los altos niveles de cuentas incobrables.

Pregunta N° 8

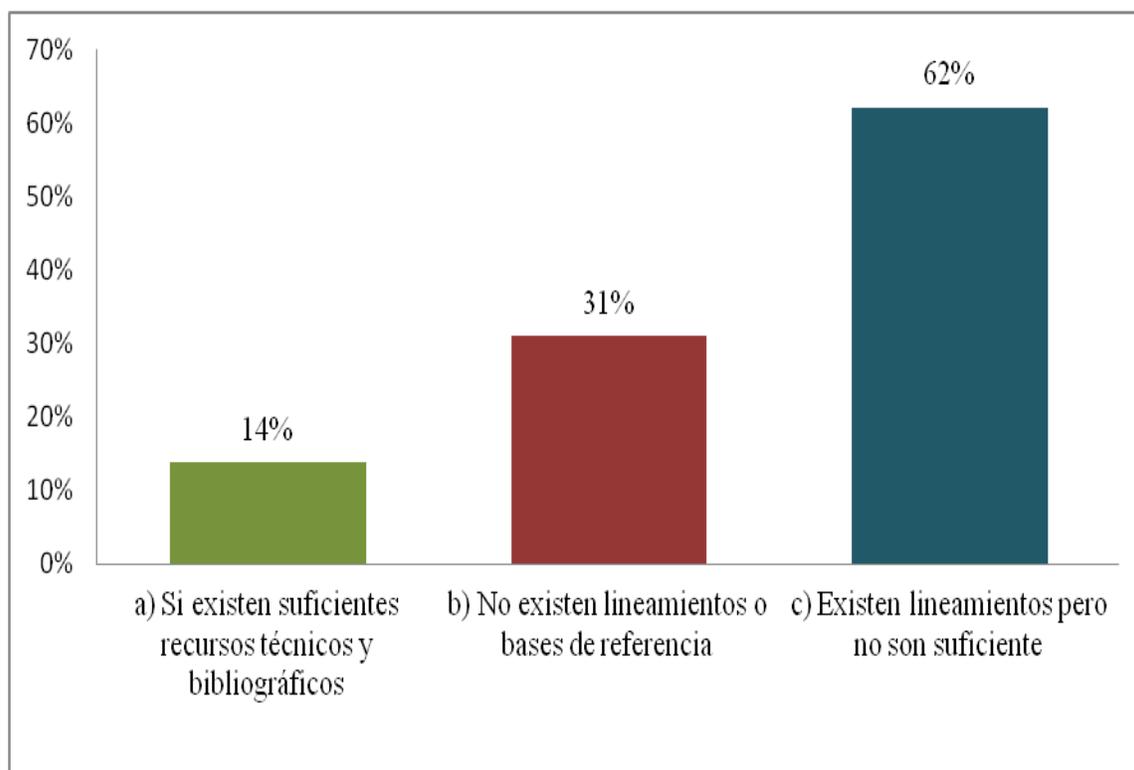
Objetivo 8: determinar la importancia de la información bibliográfica disponible para la ejecución de auditorías de cumplimiento.

Como profesional de la contaduría pública, ¿considera que existen suficientes recursos técnicos y bibliográficos para realizar una auditoría a la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor?

Cuadro N° 8

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|--|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Si existen suficientes recursos técnicos y bibliográficos | 4/29 | 14% |
| b) No existen lineamientos o bases de referencia | 9/29 | 31% |
| c) Existen lineamientos pero no son suficiente | 18/29 | 62% |

Gráfico N° 8



Análisis

Cuando se preguntó a los auditores si consideran que existen suficientes recursos técnicos y bibliográficos para la realización de una auditoría a la aplicación de la Ley, el 62% considera que existen lineamientos pero que no son suficientes para poder realizar de manera adecuada una revisión de la aplicación de la Ley en las empresas, el 31% dice que no existen lineamientos o bases de referencia y el 14% respondió que si existen suficientes recursos técnicos y bibliográficos para poder realizar una auditoría.

Pregunta N° 9

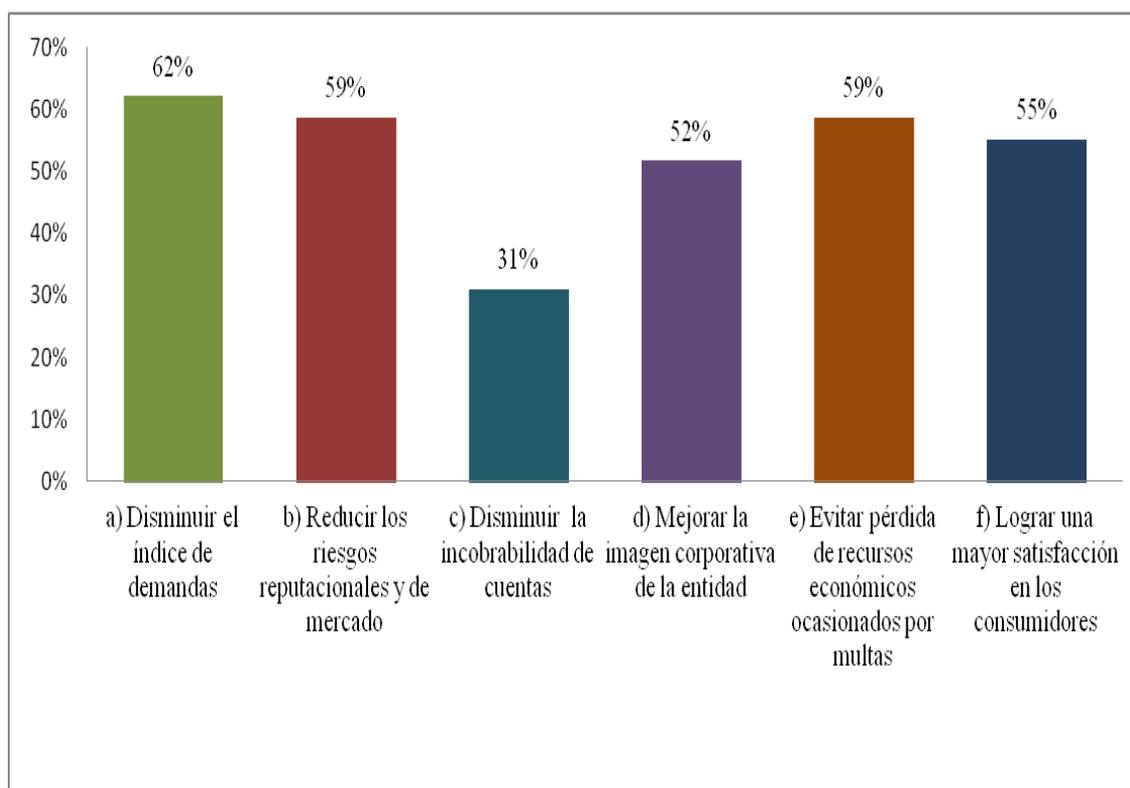
Objetivo 9: identificar los principales beneficios que se obtienen a través de una auditoría de cumplimiento

¿Cuáles de los siguientes beneficios considera que se puede obtener con la práctica periódica de auditorías sobre el cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor?

Cuadro N° 9

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|---|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Disminuir el índice de demandas | 18/29 | 62% |
| b) Reducir los riesgos reputacionales y de mercado | 17/29 | 59% |
| c) Disminuir la incobrabilidad de cuentas | 9/29 | 31% |
| d) Mejorar la imagen corporativa de la entidad | 15/29 | 52% |
| e) Evitar pérdida de recursos económicos ocasionados por multas | 17/29 | 59% |
| f) Lograr una mayor satisfacción en los consumidores | 16/29 | 55% |

Gráfico No. 9



Análisis

Los auditores aprobaron en un 53% de promedio, los posibles beneficios que se plantearon si se realizan de manera periódica revisiones sobre el cumplimiento de la Ley, el 62% respondió que al realizar dicha actividad las empresas disminuirán los índices de demandas, el 59% reconocieron que se reducirán los riesgos reputacionales y de mercado; en igual proporción contestaron que ayudará a evitar pérdidas de recursos económicos ocasionados por multas.

Pregunta N° 10

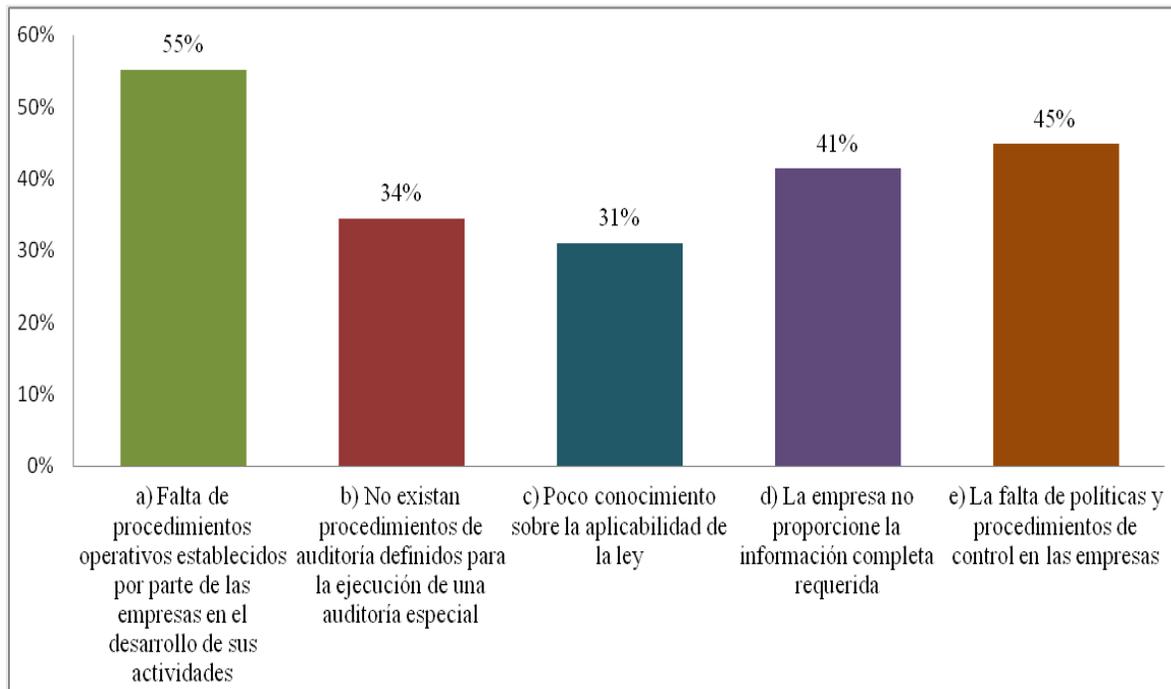
Objetivo 10: conocer los principales obstáculos a enfrentar en la realización de auditorías de cumplimiento.

¿Qué dificultades puede presentarse en el desarrollo de una auditoría especial basada en la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor?

Cuadro N° 10

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|--|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Falta de procedimientos operativos establecidos por parte de las empresas en el desarrollo de sus actividades | 16/29 | 55% |
| b) No existan procedimientos de auditoría definidos para la ejecución de una auditoría especial | 10/29 | 34% |
| c) Poco conocimiento sobre la aplicabilidad de la Ley | 9/29 | 31% |
| d) La empresa no proporcione la información completa requerida | 12/29 | 41% |
| e) La falta de políticas y procedimientos de control en las empresas | 13/29 | 45% |

Gráfico N° 10



Análisis

En cuanto a las dificultades que podrían presentarse al momento de realizar una auditoría de cumplimiento sobre la Ley, el 55% de los auditores seleccionó la opción referente a la falta de procedimientos operativos que pudiera tener la empresa al momento de realizar sus actividades, el 45% manifestó que una de las principales dificultades es la falta de políticas y procedimientos de control en las empresas, 41% manifiesta que se les dificultaría si la empresa no les proporciona la información completa requerida, el 34% que si no existen procedimientos de auditoría definidos para la ejecución de una auditoría especial y finalmente un 31% dijo que el poco conocimiento sobre la aplicabilidad de la Ley.

Pregunta N° 11

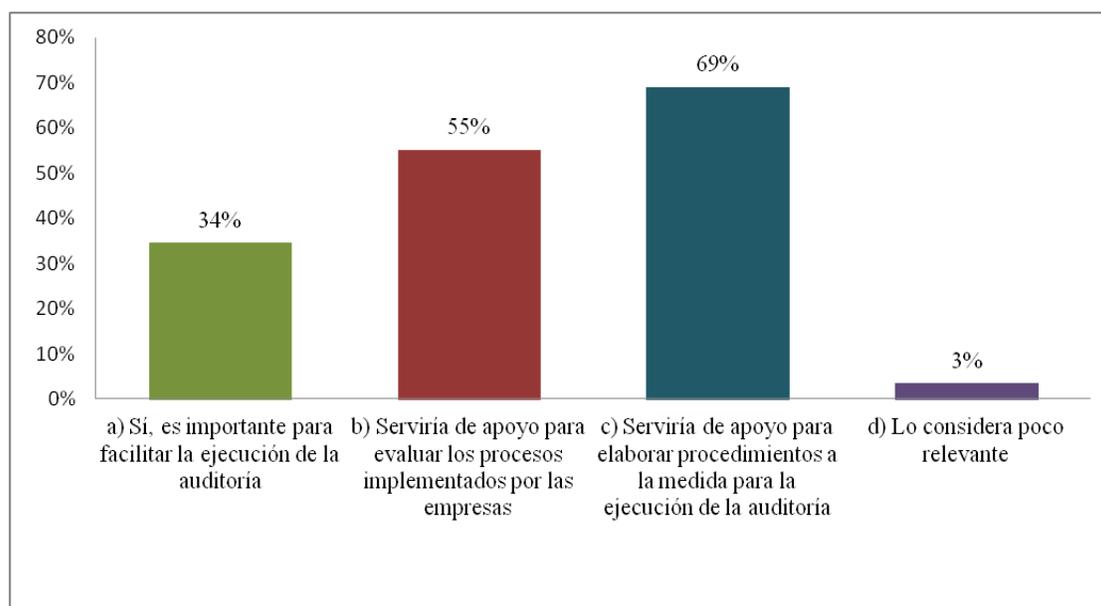
Objetivo 11: conocer la importancia o necesidad de implementar un manual de procedimientos en la ejecución de una auditoría.

¿Considera de utilidad la elaboración de un manual de procedimientos que contribuya a la ejecución de una auditoría enfocada a evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor?

Cuadro N° 11

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|---|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Sí, es importante para facilitar la ejecución de la auditoría | 10/29 | 34% |
| b) Serviría de apoyo para evaluar los procesos implementados por las empresas | 16/29 | 55% |
| c) Serviría de apoyo para elaborar procedimientos a la medida para la ejecución de la auditoría | 20/29 | 69% |
| d) Lo considera poco relevante | 1/29 | 3% |

Gráfico N° 11



Análisis

Cuando se les preguntó a los 29 auditores si consideran que será de utilidad la elaboración de un manual de procedimientos que contribuya a la ejecución de una auditoría enfocada a la adecuada aplicación de la Ley, el 69% considera que servirá de apoyo para elaborar procedimientos a la medida para la ejecución de la revisión, el 55% respondió que el manual ayudaría de apoyo para facilitar la ejecución de la auditoría, el 34% considera que si es importante la elaboración del mismo para facilitar la ejecución de dicho trabajo, una sola persona respondió que lo consideraba poco relevante.

Anexo 6: Modelo de encuesta dirigido a las empresas



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA



Cuestionario sobre:

“Manual para evaluar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor en las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles en el municipio de San Salvador”

Objetivo:

Recolectar información sobre los procedimientos que emplean las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles que puedan ser evaluados por el auditor para garantizar la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor.

Dirigido a:

La presente encuesta está dirigida a los contadores, administradores o jefes de salas de las empresas dedicadas a la venta de electrodomésticos y muebles, la obtención de la información contribuirá a las entidades en la adecuada aplicación de la Ley de Protección al Consumidor, mediante la evaluación de los procesos que las mismas establecen.

Las preguntas que se detallan a continuación son de selección múltiple, por lo tanto, usted puede seleccionar una o varias según su criterio, se garantiza el resguardo y confidencialidad de la misma. De antemano se le agradece el tiempo brindado para el desarrollo de la encuesta.

Objetivo 1: indagar sobre el manejo que tienen los entrevistados sobre la Ley de Protección al Consumidor para determinar si los controles que se están implementando, se encuentran de acuerdo a lo establecido en dicha Ley.

1. ¿Qué nivel de conocimiento tiene sobre la Ley de Protección al Consumidor?

- a) Sabe y entiende el objetivo de la Ley
- b) Sabe sobre su existencia pero desconoce el objetivo
- c) Desconoce la existencia de dicha Ley
- d) Conoce y sabe cómo aplicar la Ley dentro de las actividades de la empresa

Objetivo 2: analizar si el proveedor conoce en qué casos es aplicable la Ley de Protección al Consumidor y en qué condiciones queda sin validez por tanto se les aplican otras leyes.

2. ¿En qué momento se genera la relación proveedor-cliente?

- a) Cuando emiten solo facturas
- b) Cuando emiten contratos y facturas
- c) Cuando se compra un bien o adquiere un servicio para consumo final
- d) No se emiten documentos de respaldo
- e) Cuando se compran bienes o se adquieren servicios

Objetivo 3: verificar si la entidad tiene dominio sobre los procedimientos de la Defensoría del Consumidor.

3. De las siguientes alternativas, ¿cuáles considera que son las principales actividades que desarrolla la Defensoría del Consumidor?

- a) Realizar inspecciones y auditorías a los proveedores

- b) Velar por los derechos e intereses de los consumidores
- c) Sancionar a las empresas por cualquier tipo de incumplimiento a las leyes
- d) Velar por que se suministre información necesaria de bienes y servicios a los clientes
- e) Fomentar en los proveedores la adopción de normas y políticas orientadas a prevenir infracciones reguladas en la Ley
- f) No conoce sobre las funciones ni la existencia de la defensoría

Objetivo 4: analizar el dominio que posee la entidad sobre las obligaciones a las cuales está sujeta debido a la naturaleza de sus operaciones, para evitar incumplimientos y ser acreedora de sanciones por falta de lineamientos y controles.

4. ¿Cuáles de las obligaciones que se detallan a continuación, debe cumplir la entidad de acuerdo a su naturaleza en relación con los clientes?

- a) Emisión de contratos con el cliente
- b) Establecimiento de cláusulas en los contratos por entregas diferidas
- c) Establecer el alcance de las garantías de los bienes
- d) Proporcionar información completa y oportuna de los bienes
- e) Cobro de interés, comisión, recargos u otros

Objetivo 5: conocer si la entidad posee políticas y controles ejecutados por los empleados para cumplir con las obligaciones a las que se encuentra sujeta por lo establecido en la Ley de Protección al Consumidor.

5. ¿Ha sido sujeto de algún tipo de auditoría por parte de la Defensoría del Consumidor?

- a) Si, auditorías de precios
- b) Si, revisión de cláusulas contractuales
- c) Si, de información proporcionada a los consumidores
- d) Si, calidad de los productos
- e) No he sido sujeto a auditorías

Objetivo 6: verificar si la empresa da a conocer a sus empleados los procedimientos aprobados y la capacidad de aplicación de los mismos, que contribuyan de esa forma reducir riesgos operativos, reputacionales o legales.

6. ¿A quiénes se les imparte capacitaciones sobre los procedimientos establecidos para el cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor?

- a) Los vendedores que tienen el trato directo con el consumidor
- b) Solo se le da capacitación a las jefaturas y supervisores
- c) Se les da a conocer políticas pero no hay capacitaciones
- d) No se imparten capacitaciones y tampoco se les brinda información sobre el trato al consumidor.

Objetivo 7: determinar si el proveedor ha recibido sanciones por parte de la Defensoría del Consumidor a causa de inconformidades por los clientes debido a incumplimientos de la Ley.

7. Durante el año 2015, ¿con qué frecuencia han tenido casos como denuncias o quejas por inconformidad de algún cliente ante la Defensoría del Consumidor?

- a) De 1 a 10 denuncias
- b) De 11 a 20 denuncias

- c) De 21 a 31 denuncias
- d) Más de 30 denuncias
- e) No se han tenido denuncias

Objetivo 8: evaluar si la empresa da seguimiento a las funciones que se ejecutan para la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor y así prevenir o corregir posibles riesgos, como resultado del desarrollo de actividades diarias de la empresa.

8. ¿Qué tipo de actividades realizada dentro de la empresa para asegurar el cumplimiento de la Ley?

- a) Capacitaciones al personal
- b) Auditorías de cumplimiento a los procedimientos implementados para la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor
- c) Revisión de calidad de los productos
- d) Verificar el etiquetado de los productos
- e) Implementar manuales de procedimientos donde se establecen los pasos a seguir para la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor.

Objetivo 9: indagar si se dan soluciones a las debilidades encontradas que pueden afectar a las empresas de forma económica o reputacional.

9. ¿Qué medidas o acciones toma la entidad ante las debilidades relacionadas con la aplicación de la Ley para dar solución inmediata a la problemática?

- a) Se analizan las debilidades y se corrigen inmediatamente
- b) Las debilidades son analizadas, pero no se toman medidas preventivas o correctivas

- c) No se han identificado debilidades
- d) No se evalúan las debilidades de la empresa

Objetivo 10: analizar si se cuenta con un área encargada de recepcionar las inconformidades de los clientes que pueda ayudar a crear o mejorar sus políticas para evitar futuros conflictos en la relación proveedor consumidor.

10. ¿Existe dentro de la empresa un departamento o área encargada de atención de quejas y reclamos para ayudar a los que están inconformes con el producto adquirido?

- a) Si, existe un departamento de atención al cliente
- b) No existe un departamento, pero el jefe de la sala de ventas atiende las quejas
- c) El administrador de la empresa es el encargado de atender las quejas
- d) No existe un departamento o persona encargada de atención al cliente

Objetivo 11: verificar si existe inconformidad por parte de los consumidores al no contar con especificaciones debidamente detalladas con los productos que se tienen para la venta.

11. ¿Cuáles quejas por parte de los consumidores considera que son más frecuente en el sector comercio?

- a) Publicidad engañosa
- b) Etiquetado incorrecto de los productos
- c) Cláusulas de contratos
- d) cobros indebidos
- e) Incumplimiento de garantías
- f) Ofertar productos defectuosos

Objetivo 12: determinar la legalidad de las prácticas implementadas por las empresas en estudio.

12. ¿Ha tenido conocimiento sobre alguna de las prácticas que se detallan a continuación, dentro de la empresa?

- a) Condicionar la compra de un bien o servicio complementario
- b) Firma en blanco de documentos probatorios de venta (letras de cambio, facturas, recibos, etc.)
- c) Cobros o cargos indebidos sobre los bienes adquiridos
- d) Ofrecer garantía solo en el establecimiento que se adquirió el producto
- e) Discriminación a los consumidores
- f) Gestiones de cobros indebidas
- g) Divulgación de información personal o crediticia de los consumidores
- h) No se ha identificado incumplimientos

Objetivo 13: verificar el nivel de información proporcionado a los consumidores.

13. ¿Cuáles cláusulas considera que no son discutidas o explicadas de manera precisa a los consumidores en los contratos que suscriben?

- a) Comisiones y recargos
- b) Intereses por mora
- c) Condiciones de garantía
- d) Entrega diferida de los bienes
- e) Otras: _____

Objetivo 14: verificar la existencia de políticas para hacer efectivas las garantías ofrecidas en cuanto a la calidad de los productos vendidos.

14. ¿Posee la empresa política definidas para la cobertura de garantías de los productos?

- a) Se le entrega un formulario con los datos del consumidor y diagnóstico para la reparación
- b) Se proporciona información a los consumidores sobre el tiempo que cubre la garantía
- c) Se da a conocer a los consumidores los defectos que cubre la garantía
- d) Si se realiza más de 2 reparaciones a un producto este es sustituido por otro, o se realiza la devolución del pago
- e) No existen políticas definidas.

Objetivo 15: conocer si las empresas cumplen el tiempo legal establecido para entregar los documentos que respaldan la finalización de una contraprestación.

15. Al finalizar el plazo del contrato o la contraprestación de los bienes, ¿cuánto tiempo se demora para entregar el finiquito al consumidor?

- a) Al momento de realizar el último pago
- b) De 1 a 15 días
- c) De 16 a 30 días
- d) De 2 a 3 meses
- e) Más de 3 meses
- f) Solo se entrega si el consumidor lo exige

Anexo 7: Análisis e interpretación de resultados enfocado a las empresas

Pregunta N° 1

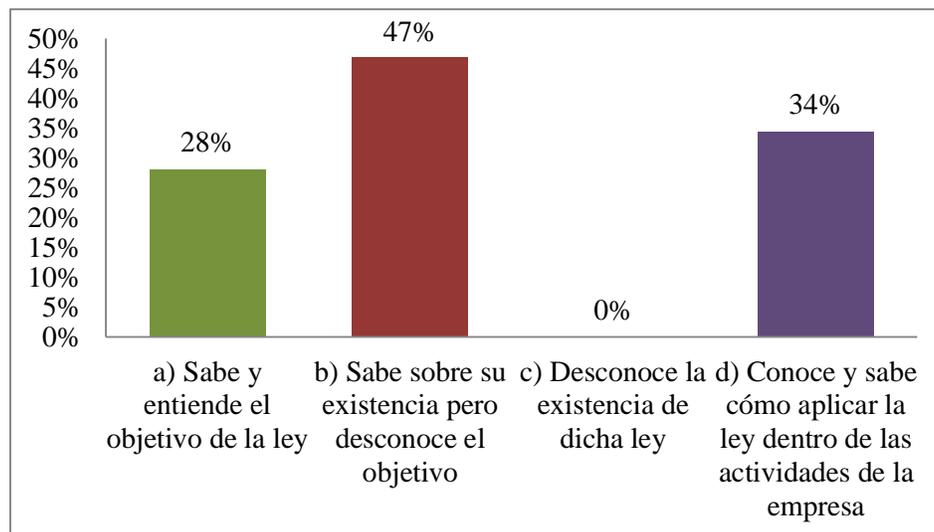
Objetivo 1: indagar sobre el manejo que tienen los entrevistados sobre la Ley de Protección al Consumidor para determinar si los controles que se están implementando, se encuentran de acuerdo a lo establecido en dicha Ley.

¿Qué nivel de conocimiento tiene sobre la Ley de Protección al Consumidor?

Cuadro N° 1

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|--|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Sabe y entiende el objetivo de la ley | 9/32 | 28% |
| b) Sabe sobre su existencia pero desconoce el objetivo | 15/32 | 47% |
| c) Desconoce la existencia de dicha ley | 0 | 0% |
| d) Conoce y sabe cómo aplicar la ley dentro de las actividades de la empresa | 11/32 | 34% |

Gráfico N° 1



Análisis

De la muestra seleccionada el 47% manifiesta saber que existe la Ley, más no todo lo que regula, el 34% dice tener conocimiento y la aplica dentro de la entidad, sin embargo, al realizar las siguientes interrogantes las respuestas muestran que no se posee el conocimiento total de las regulaciones.

Pregunta 2

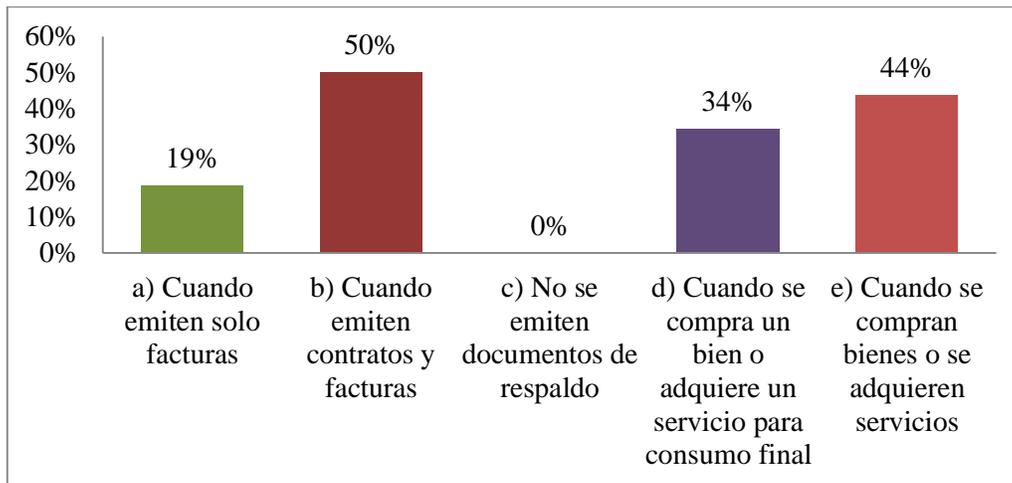
Objetivo 2: analizar si el proveedor conoce en qué casos es aplicable la Ley de Protección al Consumidor y en qué condiciones queda sin validez por tanto se les aplican otras leyes.

¿En qué momento se genera la relación proveedor-cliente?

Cuadro N° 2

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|---|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Cuando emiten solo facturas | 6/32 | 19% |
| b) Cuando emiten contratos y facturas | 16/32 | 50% |
| c) No se emiten documentos de respaldo | 0 | 0% |
| d) Cuando se compra un bien o adquiere un servicio para consumo final | 11/32 | 34% |
| e) Cuando se compran bienes o se adquieren servicios | 14/32 | 44% |

Gráfico N° 2



Análisis

La relación proveedor-consumidor puede evidenciarse a través de términos contractuales o por la emisión de un comprobante de compra-venta como la factura o Crédito fiscal, siendo este un medio de prueba del vínculo. El 50% de los encuestados manifiesta que efectivamente así se determina, pero el resto opina que basta con emitir facturas sin necesidad de contratos o la relación existe por el simple hecho de haberles vendido un producto.

Pregunta N° 3

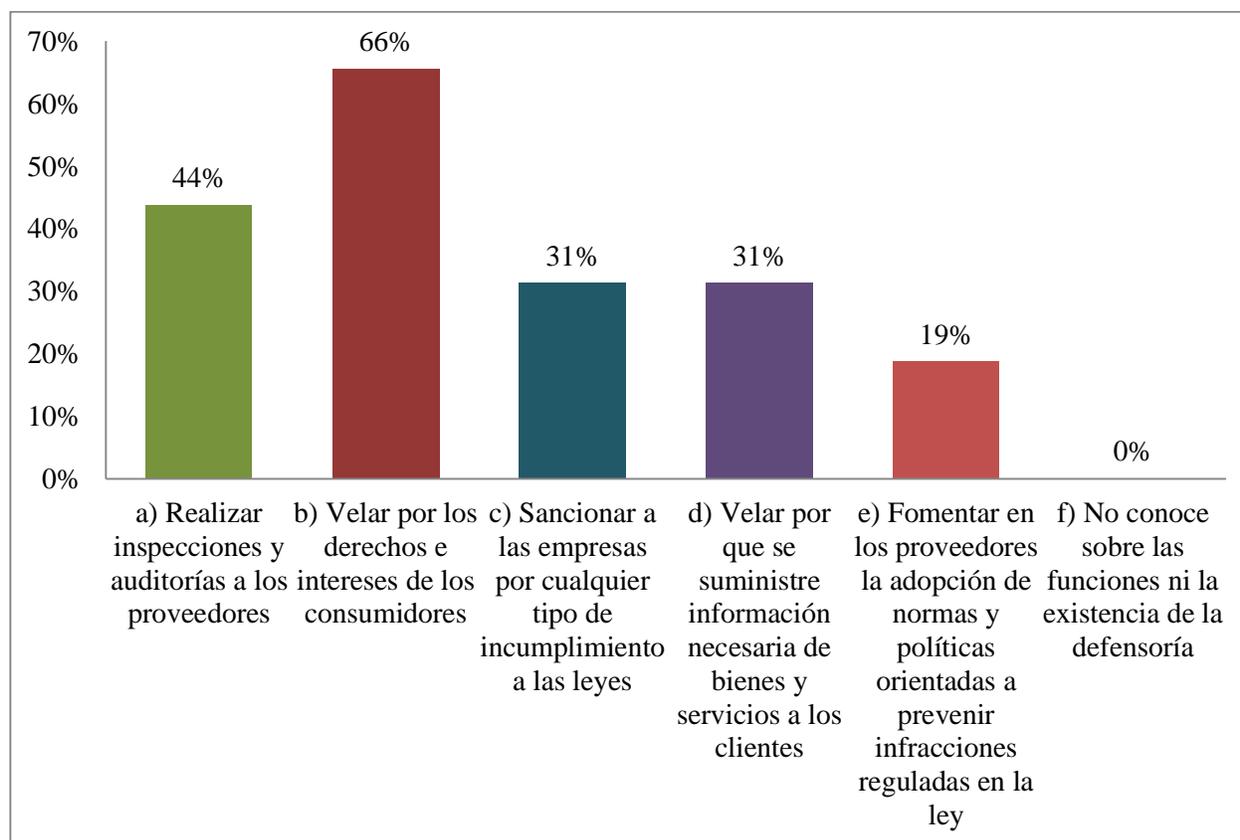
Objetivo 3: verificar si la entidad tiene dominio sobre los procedimientos de la Defensoría del Consumidor.

De las siguientes alternativas, ¿cuáles considera que son las principales actividades que desarrolla la Defensoría del Consumidor?

Cuadro N° 3

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|---|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Realizar inspecciones y auditorías a los proveedores | 14/32 | 44% |
| b) Velar por los derechos e intereses de los consumidores | 21/32 | 66% |
| c) Sancionar a las empresas por cualquier tipo de incumplimiento a las leyes | 10/32 | 31% |
| d) Velar por que se suministre información necesaria de bienes y servicios a los clientes | 10/32 | 31% |
| e) Fomentar en los proveedores la adopción de normas y políticas orientadas a prevenir infracciones reguladas en la ley | 6/32 | 19% |
| f) No conoce sobre las funciones ni la existencia de la defensoría | 0 | 0% |

Gráfico N° 3



Análisis

La mayoría de los encuestados manifiesta que conoce sobre las competencias de la Defensoría del Consumidor; sin embargo, en el gráfico se observa que no conocen todas las competencias pues en casi todos los casos se marcaba una o dos de las opciones mencionadas.

Pregunta N° 4

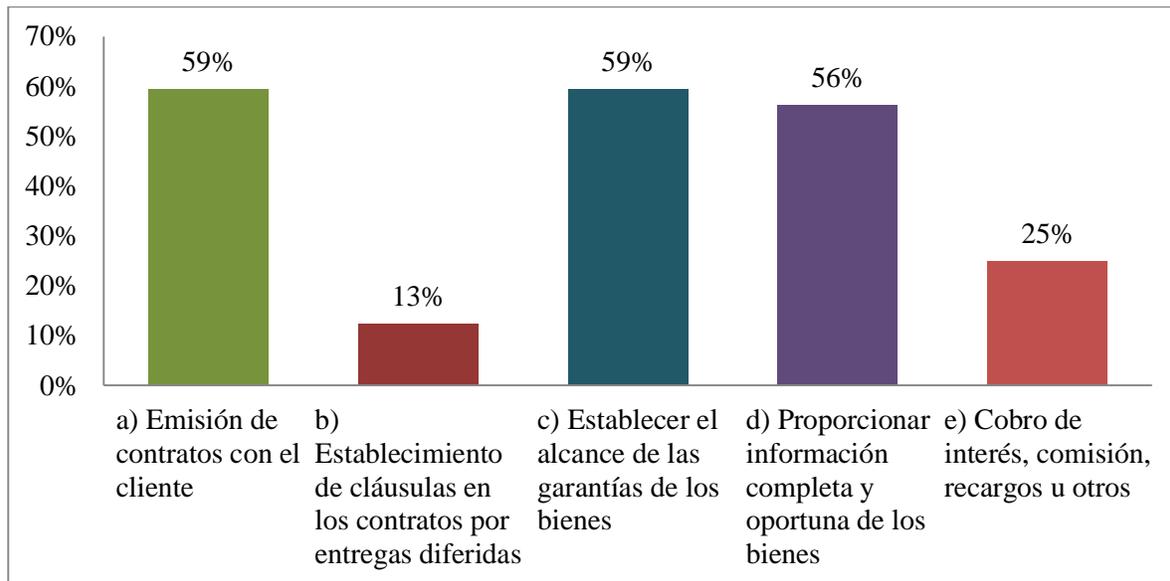
Objetivo 4: analizar el dominio que posee la entidad sobre las obligaciones a las cuales está sujeta debido a la naturaleza de sus operaciones, para evitar incumplimientos y ser acreedora de sanciones por falta de lineamientos y controles.

¿Cuáles de las obligaciones que se detallan a continuación, debe cumplir la entidad de acuerdo a su naturaleza en relación con los clientes?

Cuadro N° 4

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|---|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Emisión de contratos con el cliente | 19/32 | 59% |
| b) Establecimiento de cláusulas en los contratos por entregas diferidas | 4/32 | 13% |
| c) Establecer el alcance de las garantías de los bienes | 19/32 | 59% |
| d) Proporcionar información completa y oportuna de los bienes | 18/32 | 56% |
| e) Cobro de interés, comisión, recargos u otros | 8/32 | 25% |

Gráfico N° 4



Análisis

Todas las opciones de respuesta de acuerdo a la Ley deben darse a conocer al consumidor; sin embargo, no todas las empresas conocen cada una de las obligaciones que se establecen en la normativa, por lo tanto, se exponen a una denuncia debido a que no se les da información veraz, oportuna y completa a los usuarios.

Pregunta N° 5

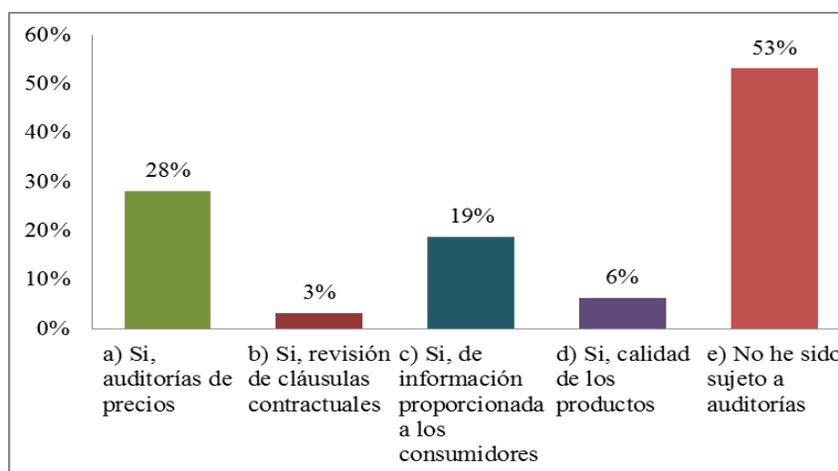
Objetivo 5: conocer si la entidad posee políticas y controles ejecutados por los empleados para cumplir con las obligaciones a las que se encuentra sujeta por lo establecido en la Ley de Protección al Consumidor.

¿Ha sido sujeto de algún tipo de auditoría por parte de la Defensoría del Consumidor?

Cuadro N° 5

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|--|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Si, auditorías de precios | 9/32 | 28% |
| b) Si, revisión de cláusulas contractuales | 1/32 | 3% |
| c) Si, de información proporcionada a los consumidores | 6/32 | 19% |
| d) Si, calidad de los productos | 2/32 | 6% |
| e) No he sido sujeto a auditorías | 17/32 | 53% |

Gráfico N° 5



Análisis

El 53% dice que no ha sido sujeta de auditorías por parte de la defensoría; sin embargo, esto puede representar un riesgo latente, ya que si no se aplica la Ley en cada una de las actividades que realiza la entidad y tampoco el ente encargado de velar por el cumplimiento de la misma, realiza inspecciones. Con esto están expuestos a ocasionar inconformidades en los consumidores y pueden ser parte de la lista de proveedores denunciados.

Pregunta N° 6

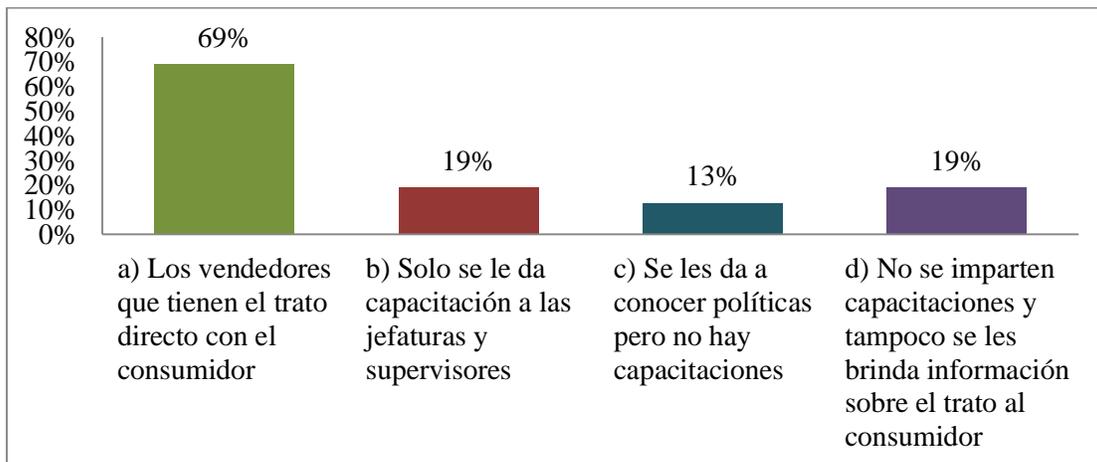
Objetivo 6: verificar si la empresa da a conocer a sus empleados los procedimientos aprobados y la capacidad de aplicación de los mismos, que contribuyan de esa forma reducir riesgos operativos, reputacionales o legales.

¿A quiénes se les imparte capacitaciones sobre los procedimientos establecidos para el cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor?

Cuadro N° 6

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|---|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Los vendedores que tienen el trato directo con el consumidor | 22/32 | 69% |
| b) Solo se le da capacitación a las jefaturas y supervisores | 6/32 | 19% |
| c) Se les da a conocer políticas pero no hay capacitaciones | 4/32 | 13% |
| d) No se imparten capacitaciones y tampoco se les brinda información sobre el trato al consumidor | 6/32 | 19% |

Gráfico N° 6



Análisis

Es importante que las empresas cuenten con procedimientos para dar cumplimiento a la Ley de Protección al Consumidor, de igual manera se les debe dar a conocer a todo el personal de las empresas y no solo a los que en primera instancia establecen comunicación directa con el cliente. El 69% de la muestra manifiesta tener lineamiento para cumplir con lo establecido en la Ley, pero dicha información solo se le da a conocer a los vendedores pues son ellos quienes tienen relación con los consumidores, por el otro lado un 19% dice no tener ningún tipo de procedimiento.

Pregunta N° 7

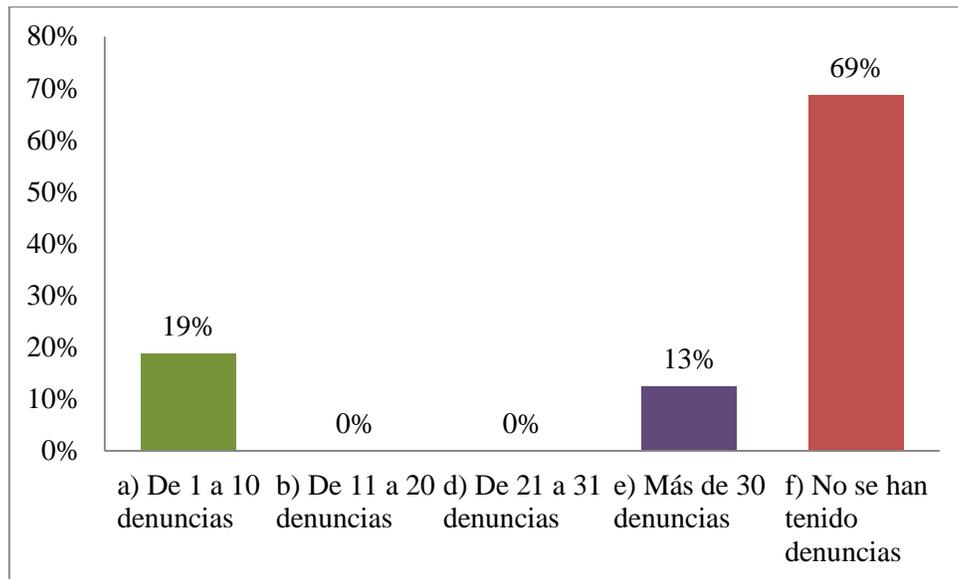
Objetivo 7: determinar si el proveedor ha recibido sanciones por parte de la Defensoría del Consumidor a causa de inconformidades por los clientes debido a incumplimientos de la Ley.

Durante el año 2015, ¿con qué frecuencia han tenido casos como denuncias o quejas por inconformidad de algún cliente ante la Defensoría del Consumidor?

Cuadro N° 7

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|-------------------------------|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) De 1 a 10 denuncias | 6/32 | 19% |
| b) De 11 a 20 denuncias | 0 | 0% |
| d) De 21 a 31 denuncias | 0 | 0% |
| e) Más de 30 denuncias | 4/32 | 13% |
| f) No se han tenido denuncias | 22/32 | 69% |

Gráfico N° 7



Análisis

El 69% de las empresas dice no haber sido sujetas a denuncias ante la Defensoría; sin embargo, por los datos arrojados en otras interrogantes, al no tener procedimientos claros o capacitar a todo el personal, se concluye que pueden llegar a ser parte del resto de empresas que si han presentados quejas por parte de los usuarios u obtener mayores casos de inconformidades.

Pregunta N° 8

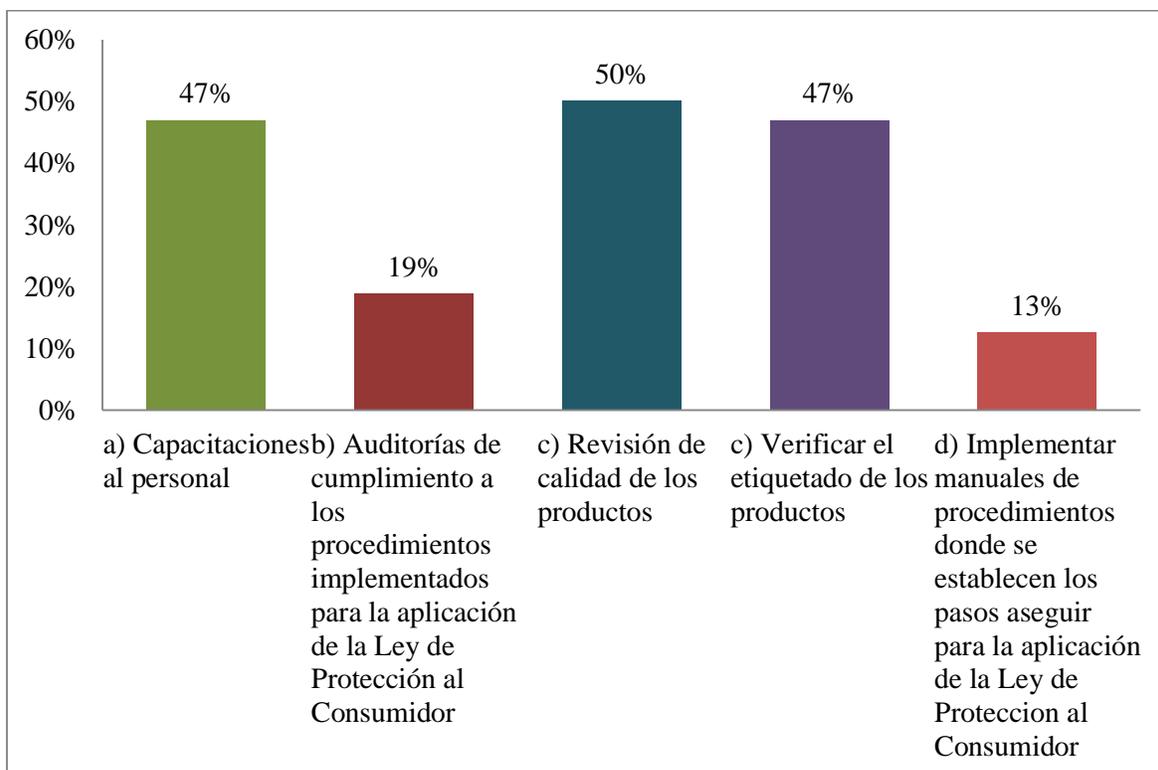
Objetivo 8: evaluar si la empresa da seguimiento a las funciones que se ejecutan para la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor y así prevenir o corregir posibles riesgos, como resultado del desarrollo de actividades diarias de la empresa.

¿Qué tipo de actividades realizada dentro de la empresa para asegurar el cumplimiento de la Ley?

Cuadro N° 8

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|---|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Capacitaciones al personal | 15/32 | 47% |
| b) Auditorías de cumplimiento a los procedimientos implementados para la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor | 6/32 | 19% |
| c) Revisión de calidad de los productos | 16/32 | 50% |
| c) Verificar el etiquetado de los productos | 15/32 | 47% |
| d) Implementar manuales de procedimientos donde se establecen los pasos a seguir para la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor | 4/32 | 13% |

Gráfico N° 8



Análisis

Todas las empresas realizan algún tipo de actividad para dar cumplimiento a lo que establece la Ley, el 50% realiza revisión de calidad de los productos, el 47% capacita al personal en su mayoría a los vendedores que son los que tienen trato directo con los consumidores.

Gran parte de los encuestados reconocieron que no cuentan con manuales de procedimientos para la ejecución de sus operaciones ordinarias, ya que solamente el 13% realiza este tipo de actividades, con lo cual existe altas probabilidades de incumplir lo regulado en la Ley.

Pregunta N° 9

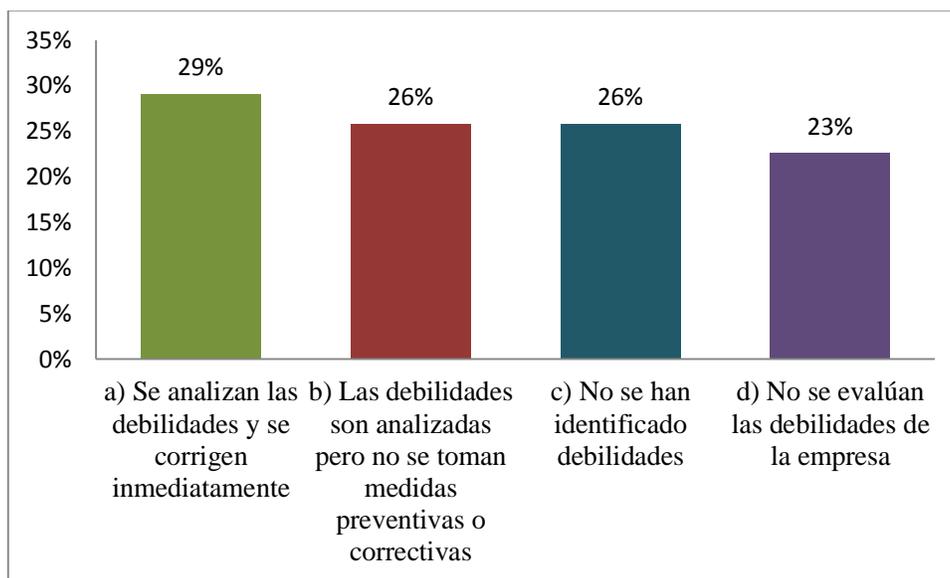
Objetivo 9: indagar si se dan soluciones a las debilidades encontradas que pueden afectar a las empresas de forma económica o reputacional.

¿Qué medidas o acciones toma la entidad ante las debilidades relacionadas con la aplicación de la Ley para dar solución inmediata a la problemática?

Cuadro N° 9

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|--|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Se analizan las debilidades y se corrigen inmediatamente | 9/32 | 29% |
| b) Las debilidades son analizadas pero no se toman medidas preventivas o correctivas | 8/32 | 26% |
| c) No se han identificado debilidades | 8/32 | 26% |
| d) No se evalúan las debilidades de la empresa | 7/32 | 23% |

Gráfico N° 9



Análisis

Solo el 29% de los encuestados realizan procedimientos enfocados a analizar si existen debilidades que provoquen incumplimientos según lo establecidos en la LPC y en caso de que se detecten toman medidas correctivas. La mayoría no identifican posibles riesgos ya sea por no haber tenido demandas o visitas de la defensoría y como consecuencia no toman la importancia de cumplir con lo requerido por la Ley.

El 26% identifican procesos que se están ejecutando de forma errónea, pero por no tener consecuencias mayores no han sido corregidas

El 26% que no ha identificado debilidades está formado por la ejecución de revisiones concluyendo que cuenta con lo establecido o no se identifican, ya que no saben específicamente las prohibiciones y por tanto no saben que están incumpliendo.

El 23% no cuentan con revisiones periódicas para determinar que sus operaciones estén acorde a los lineamientos que le aplican a este giro.

Pregunta N° 10

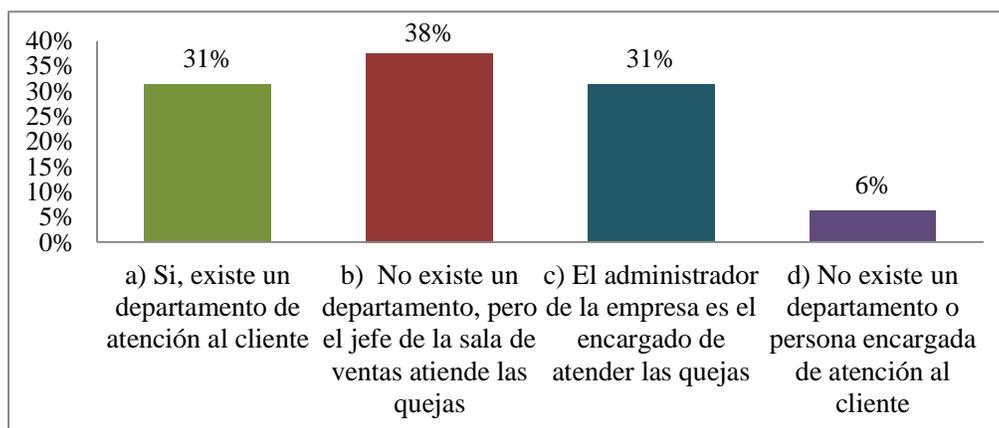
Objetivo 10: analizar si se cuenta con un área encargada de recepcionar las inconformidades de los clientes que pueda ayudar a crear o mejorar sus políticas para evitar futuros conflictos en la relación proveedor consumidor.

¿Existe dentro de la empresa un departamento o área encargada de atención de quejas y reclamos para ayudar a los que están inconformes con el producto adquirido?

Cuadro N° 10

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|--|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Si, existe un departamento de atención al cliente | 10/32 | 31% |
| b) No existe un departamento, pero el jefe de la sala de ventas atiende las quejas | 12/32 | 38% |
| c) El administrador de la empresa es el encargado de atender las quejas | 10/32 | 31% |
| d) No existe un departamento o persona encargada de atención al cliente | 2/32 | 6% |

Gráfico N°10



Análisis

Del total de 32 encuestados, solo el 6 % no cuenta con personal capacitado para atender inconformidades de los consumidores. En la mayoría de las entidades cuentan por lo menos con una persona que sabe el proceso a seguir en caso que un cliente presente quejas, como se muestra en el gráfico, el 31% tiene un departamento encargado solamente de este tipo de actividades, el 38% afirma que estos casos son atendidos por la jefatura de la empresa para dar solución al conflicto y otro porcentaje del 31% son remitidos al responsable, administrador o dueño del establecimiento.

Pregunta N° 11

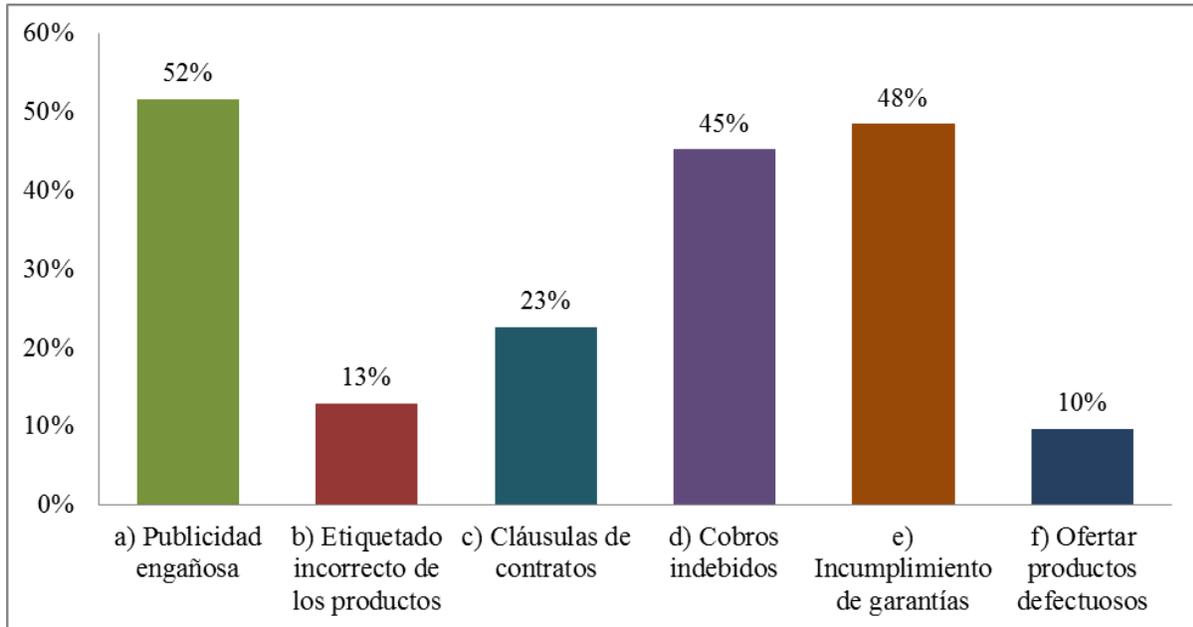
Objetivo 11: verificar si existe inconformidad por parte de los consumidores al no contar con especificaciones debidamente detalladas con los productos que se tienen para la venta.

¿Cuáles quejas por parte de los consumidores considera que son más frecuente en el sector comercio?

Cuadro N° 11

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|---|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Publicidad engañosa | 16/32 | 52% |
| b) Etiquetado incorrecto de los productos | 4/32 | 13% |
| c) Cláusulas de contratos | 7/32 | 23% |
| d) Cobros indebidos | 14/32 | 45% |
| e) Incumplimiento de garantías | 15/32 | 48% |
| f) Ofertar productos defectuosos | 3/32 | 10% |

Gráfico N°11



Análisis

Entre los incumplimientos más frecuentes en el sector comercio está la publicidad engañosa respaldada con el 52%, precedido por el incumplimiento de garantía con el 48% y los cobros indebidos con el 45% en gran parte por el cálculo indebido de comisiones, intereses y moras.

La opción etiquetado incorrecto de productos posee el 13%, según el resultado de la pregunta 8; esta es una de las actividades más frecuentes realizadas por las empresas para evitar incumplimientos de la Ley.

Pregunta N° 12

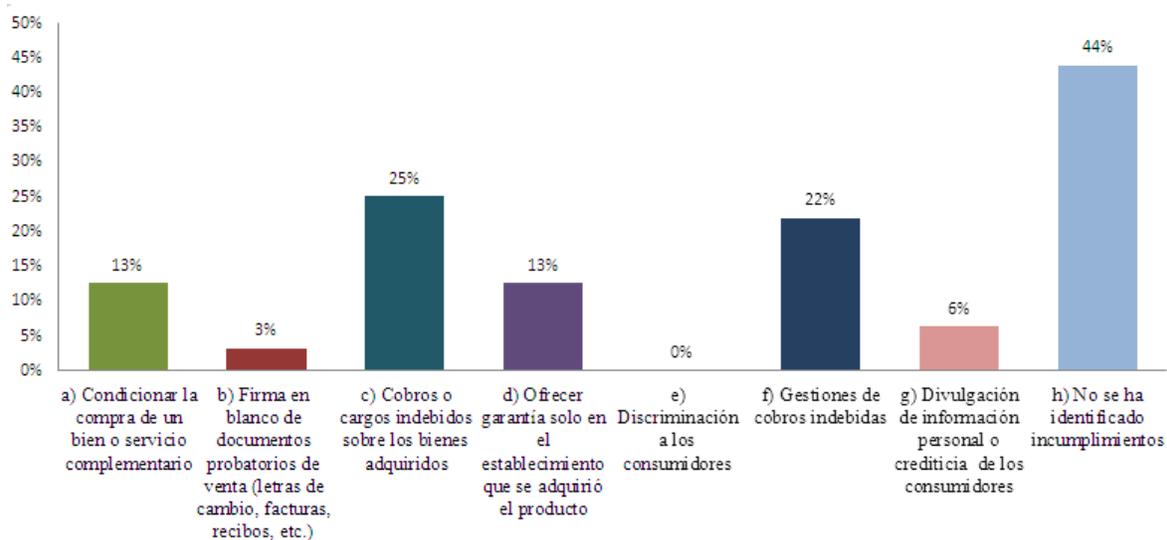
Objetivo 12: determinar la legalidad de las prácticas implementadas por las empresas en estudio.

¿Ha tenido conocimiento sobre alguna de las prácticas que se detallan a continuación, dentro de la empresa?

Cuadro N° 12

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|---|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Condicionar la compra de un bien o servicio complementario | 4/32 | 13% |
| b) Firma en blanco de documentos probatorios de venta (letras de cambio, facturas, recibos, etc.) | 1/32 | 3% |
| c) Cobros o cargos indebidos sobre los bienes adquiridos | 8/32 | 25% |
| d) Ofrecer garantía solo en el establecimiento que se adquirió el producto | 4/32 | 13% |
| e) Discriminación a los consumidores | 0 | 0% |
| f) Gestiones de cobros indebidas | 7/32 | 22% |
| g) Divulgación de información personal o crediticia de los consumidores | 2/32 | 6% |
| h) No se ha identificado incumplimientos | 14/32 | 44% |

Gráfico N°12



Análisis

En base a la encuesta se determina que no hay casos de discriminación, ya sea por condiciones económicas o aspecto físico. El 13% afirma que se ha condicionado la compra de un bien o servicio complementario se da en los casos de seguro por garantía. El 44% respondieron que en la entidad no se han dado incumplimientos relacionados con los literales detallados.

Pregunta N° 13

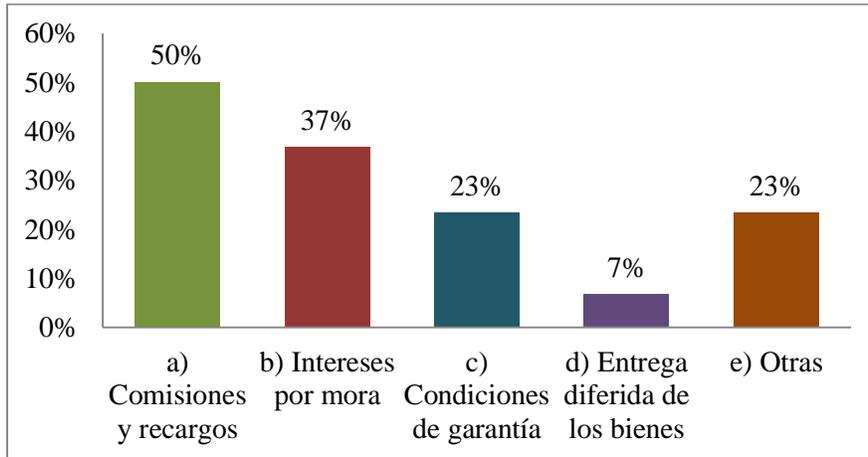
Objetivo 13: verificar el nivel de información proporcionado a los consumidores.

¿Cuáles cláusulas considera que no son discutidas o explicadas de manera precisa a los consumidores en los contratos que suscriben?

Cuadro N° 13

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|-----------------------------------|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Comisiones y recargos | 15/32 | 50% |
| b) Intereses por mora | 11/32 | 37% |
| c) Condiciones de garantía | 7/32 | 23% |
| d) Entrega diferida de los bienes | 2/32 | 7% |
| e) Otras | 7/32 | 23% |

Gráfico N°13



Análisis

El 50% consideran que las cláusulas que no se discuten explícitamente con los consumidores son las de comisiones y recargos, pero que si son entregadas de forma escrita por medio de un contrato para que al momento que deseen puedan consultarlo y hacer los respectivos cálculos. Otro término que no es explicado, es la de intereses por mora con el 37%. En el caso del literal e) está integrado por encuestados que se abstuvieron de responder o que afirman que dan a conocer todos los detalles implícitos en la adquisición del bien,

Pregunta N° 14

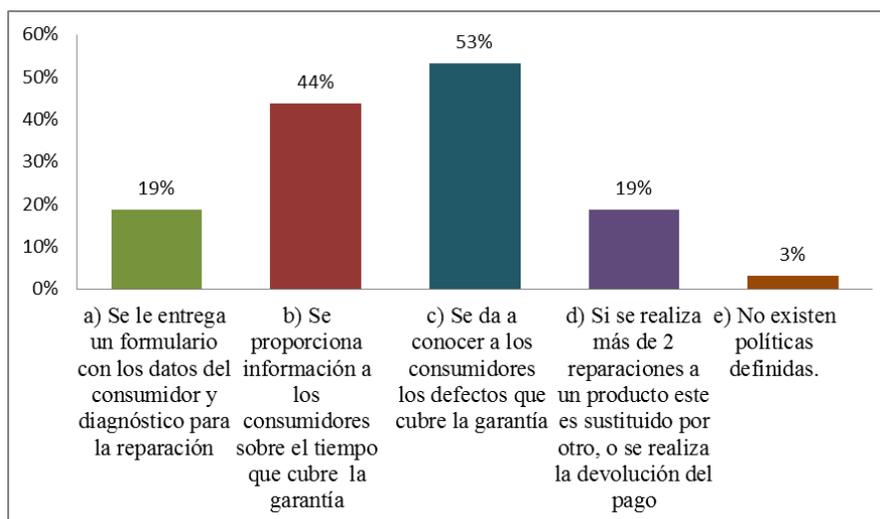
Objetivo 14: verificar la existencia de políticas para hacer efectivas las garantías ofrecidas en cuanto a la calidad de los productos vendidos.

¿Posee la empresa, políticas definidas para la cobertura de garantías de los productos?

Cuadro N° 14

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|---|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Se le entrega un formulario con los datos del consumidor y diagnóstico para la reparación | 6/32 | 19% |
| b) Se proporciona información a los consumidores sobre el tiempo que cubre la garantía | 14/32 | 44% |
| c) Se da a conocer a los consumidores los defectos que cubre la garantía | 17/32 | 53% |
| d) Si se realiza más de 2 reparaciones a un producto este es sustituido por otro, o se realiza la devolución del pago | 6/32 | 19% |
| e) No existen políticas definidas. | 1/32 | 3% |

Gráfico N°14



Análisis

La mayoría cuenta con políticas definidas para la cobertura de garantías de los productos, solamente el 3% no posee. El 53% da a conocer a los consumidores los defectos que cubren la garantía y los daños que quedan fuera de la responsabilidad de la empresa. Asimismo, se informa el tiempo que posee en caso de hacer reclamos según el literal b) con el 44%.

Pregunta N° 15

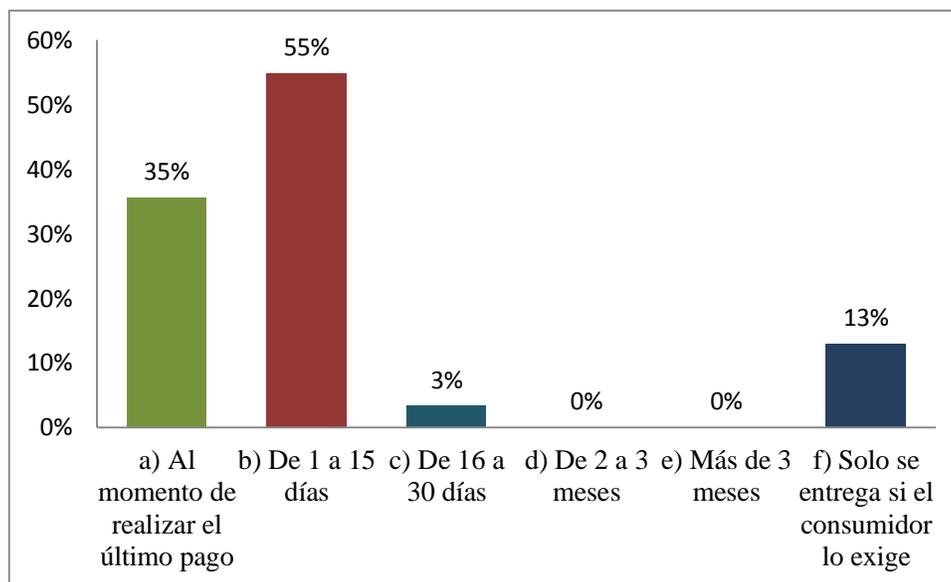
Objetivo 15: conocer si las empresas cumplen el tiempo legal establecido para entregar los documentos que respaldan la finalización de una contraprestación.

Al finalizar el plazo del contrato o la contraprestación de los bienes, ¿cuánto tiempo se demora para entregar el finiquito al consumidor?

Cuadro N° 15

| Opciones de respuesta | Frecuencia | |
|--|------------|----------|
| | Absoluta | Relativa |
| a) Al momento de realizar el último pago | 11/32 | 35% |
| b) De 1 a 15 días | 17/32 | 55% |
| c) De 16 a 30 días | 2/32 | 3% |
| d) De 2 a 3 meses | 0 | 0% |
| e) Más de 3 meses | 0 | 0% |
| f) Solo se entrega si el consumidor lo exige | 4/32 | 13% |

Gráfico N°15



Análisis

El 13% de los encuestados respondieron que se entrega el finiquito por compras al crédito únicamente cuando el consumidor lo exige y un 3% posterior a los 15 días luego de cancelada la deuda, incumpliendo con lo establecido en la LPC. El resto de encuestados cumple con lo regulado, entregando el documento en menos de 15 días; el 35% lo entrega en el momento que se realiza el último pago y el 55% en los primeros 15 días.

Anexo 8: Modelo de cuestionario de evaluación y aceptación de cliente



González, auditores y consultores
Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.
Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv

Cuestionario de evaluación y aceptación de clientes

Nombre del cliente: Muebles y más, S.A. de C.V.

Período: 2017

Aspectos generales de la entidad

| Información general | Respuesta |
|-------------------------------|--|
| Nombre de la empresa | Muebles y más, S.A. de C.V. |
| Dirección | 79 Av. Norte, #673 Colonia Escalón, San Salvador |
| Teléfono y correo electrónico | Tel: 22634590 |

| Información general | Respuesta |
|--|--|
| ¿La empresa está legalmente constituida? | Si, desde el 23 de abril de 1991 |
| ¿La empresa cuenta con sucursales? | No |
| Actividad, industria o sector | Venta de electrodomésticos y muebles |
| Nombre del personal clave, puesto que desempeña, número de teléfono y correo electrónico | |
| Catalina de Murcia, Representante legal | Tel. 22634591. catalina.murcia@mueblesymas.com |
| Carlos Antonio Velásquez, jefe de mercadeo y ventas | Tel. 22634570. carlos.velasquez@mueblesymas.com |
| José Francisco Hernández, contador general | Tel. 22634570. jose.hernandez@mueblesymas.com |
| La empresa tiene solidez financiera | Si |
| ¿La empresa ha tenido demandas ante la Defensoría del Consumidor? | Si |
| ¿Se elabora un plan de trabajo y se compara los resultados con los objetivos establecidos? | No |
| Nombre de la firma de auditoría anterior | Anteriormente no se han realizado auditorías de cumplimiento. |



González, auditores y consultores

Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.

Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv

a) Aspectos a cuestionar para la aceptación del trabajo

| Información general | Si | No | Observaciones |
|--|----|----|--|
| ¿El personal clave de la dirección está conformado por uno o pocos individuos? | | X | |
| ¿Se cambian frecuentemente a los ejecutivos? | | X | |
| ¿Se involucran los administradores en las operaciones diarias de la empresa? | | X | |
| ¿Se ha identificado a miembros del personal clave de la dirección, con algún perfil que cause o pueda originar riesgos de auditoría? | | X | |
| ¿Opera en actividades de negocio de alto riesgo? | | X | |
| ¿Existe la expectativa de la venta del negocio en el futuro? | | X | |
| ¿El auditor cuenta con algún cargo directivo en la empresa a ser auditada? | | X | |
| ¿El auditor o la sociedad poseen acciones en la empresa auditada? | | X | |
| ¿Existen vínculos de consanguinidad o afinidad con los dueños, representante legal o administradores de la firma? | | X | |
| ¿Se manejan relaciones empresariales distintas a la auditoría? | | X | |
| ¿Existe presión por parte del cliente para realizar la auditoría en tiempo reducido o bajo condiciones dificultosas? | | X | |
| ¿Existen razones alarmantes por la cuales los auditores no fueron nombrados nuevamente? | | X | No se ha realizado una auditoría de cumplimiento anteriormente |
| ¿Se cambian frecuentemente de auditores? | | X | |
| ¿En los informes anteriores, se encuentran aspectos negativos de gran importancia? | | X | |
| ¿Han reusado otras firmas a prestar sus servicios a la entidad? | | X | |



González, auditores y consultores

Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.

Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv

b) Indagación con los auditores anteriores previo a la aceptación del encargo

| Información general | Si | No | Observaciones |
|--|----|----|---------------|
| ¿Se ha tenido autorización de la empresa para contactar a los auditores anteriores? | | | |
| ¿Se ha indagado con los auditores anteriores aspectos importantes para la aceptación del trabajo como: | | | |
| a) Falta de cooperación por parte de la empresa, para la información requerida por el auditor; | | | |
| b) Honorarios no pagados; | | | |
| c) Desacuerdos en procedimiento de auditoría, aplicación de leyes u otros asuntos de importancia; | | | |
| d) Integridad de la dirección y personal clave; | | | |
| e) Razones para el cambio; | | | |
| f) Existen razones éticas o técnicas por las cuales no es aconsejable aceptar el encargo? | | | |
| ¿Se ha obtenido comunicación escrita con los auditores anteriores donde se les explica la decisión de cambiar de auditores y la autorización de brindar información de tipo profesional? | | | |
| ¿Se obtuvo permiso de la firma predecesora para revisar los papeles de trabajo del período anterior? | | | |

c) Clientes recurrentes

Se ha verificado que los puntos anteriores se mantienen o no han cambiado de manera significativa, pudiendo afectar el trabajo de la auditoría. Además de validar la información anterior se deben considerar los siguientes aspectos:



González, auditores y consultores
Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.
Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv

| Información general | Si | No | Observaciones |
|---|----|----|---------------|
| ¿Existen nuevas circunstancias que puedan afectar la independencia con la entidad? | | | No aplica |
| ¿Recientemente se han realizado adquisiciones significativas por parte de la entidad? | | | No aplica |
| ¿Se han tenido desacuerdos significativos con la entidad que no pudieron ser solventados? | | | No aplica |
| ¿Se ha tenido problemas con el pago de honorarios de la auditoría? | | | No aplica |
| ¿Se presentó alguna imposición de limitaciones al alcance de la auditoría? | | | No aplica |

d) Aceptación de cliente para la realización de la auditoría

Por medio de la evaluación de los aspectos antes descritos y pudiendo concluir que:

- ✓ No hay prohibiciones que impidan a la firma aceptar el trabajo de auditoría.
- ✓ No se tiene conocimiento que existan factores que puedan afectar la independencia o apariencia de independencia.
- ✓ Se está satisfecho con la información obtenida para determinar si aceptar o no el encargo.

Se puede determinar que la aceptación del cliente ha sido **aprobada**

Lic. Rafael Antonio González Pérez
Socio

González, auditores y consultores

Sello



05 de enero 2017
Fecha

Anexo 9: Oferta de servicios



González, auditores y consultores
Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.
Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv

Oferta de servicios

San Salvador 09 de enero del 2017

Junta General de Accionistas

Presente

Reciban un cordial saludo de parte de la firma González, auditores y consultores, quienes esperamos se encuentren cosechando éxitos en las labores que desempeñen.

Nos es grato informales que nuestra empresa presta servicios de auditoría, con base a Normas Internacionales de Auditoría, rigiéndose por las leyes establecidas en el país. Por las cuales se pone a su disposición nuestras oficinas, para poder realizar el trabajo de auditoría de cumplimiento para evaluar la Ley de Protección al Consumidor requerido por la entidad Muebles y más, S.A. de C.V., para lo cual es importante mencionar los siguientes aspectos:

Planeación

Nuestras actividades consisten entre otras, el conocimiento del negocio del ente económico y realización de procedimientos para evaluar los controles ejecutados por la empresa; la mayoría de estas actividades implican reunir información, que nos permita evaluar el riesgo a nivel de procedimientos, para evaluar la aplicabilidad de la Ley de Protección al Consumidor y desarrollar un plan de auditoría adecuado.

Informe

Se presentará además una conclusión dirigida a la Junta General de Accionistas, sobre el cumplimiento de los procedimientos aplicados por la entidad al momento de evaluar la aplicación de la referida Ley.



González, auditores y consultores

Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.

Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv

Educación continuada

La firma González, auditores y consultores, cuenta con un programa de capacitación permanente para sus funcionarios, tanto para lo que tiene que ver con el ejercicio de la práctica de la auditoría, como la actualización en los temas de mayor trascendencia que afecten la práctica de la profesión.

Esta educación se hace extensiva a nuestros usuarios, mediante organización de eventos externos programados de acuerdo con los temas de interés y de actualidad.

Valor del servicio

El monto total de los honorarios será por un valor de tres mil quinientos sesenta y cinco dólares de los Estados Unidos de América, \$3,565, más IVA; los cuales serán cancelados el 50% al inicio y el 50% al final del trabajo, comprometidos a entregar un avance en cada ocasión en que se obtenga un hallazgo.

Antecedentes de la firma

Es importante mencionar que la firma de auditoría ha brindado sus servicios a prestigiosas empresas de nuestro país, tales como: OFIMUEBLES, S.A. DE C.V., Almacén La Rosa, S.A. de C.V., Almacén Méndez Díaz, S.A. de C.V., PRIM, S.A. de C.V., GCA, S.A. de C.V.



González, auditores y consultores

Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.

Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv

Al reiterar nuestro agradecimiento por su atención y la oportunidad que nos ha concedido de poder presentarles esta propuesta, nos es grato expresarle nuestros mejores deseos.

Manifestamos que sería un honor proporcionar los servicios de auditoría a la empresa Muebles y más S.A. de C.V.

Favor de confirmar su consentimiento con los términos antes mencionados, firmando copia de esta carta y devolviéndola a uno de nuestros representantes.

F: _____



Lic. Rafael Antonio González Pérez
Socio
González, auditores y consultores

F: _____

Licda. Catalina de Murcia
Representante legal
Muebles y más S.A. de C.V.

Anexo 10: Oferta técnica



González, auditores y consultores
Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.
Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv

Oferta Técnica y económica

ÍNDICE

1. Objetivos de la auditoría
 - 1.1 Objetivo general
 - 1.2 Objetivos específicos
2. Alcance de la auditoría
3. Enfoque de auditoría propuesto
4. Metodología del trabajo
 - 4.1 Estrategia del trabajo
 - 4.2 Principales componentes a evaluar
5. Informes a presentar
6. Comunicación
7. Ingreso a la entidad auditada
8. Presupuesto de horas de trabajo
9. Cronograma de actividades
10. Costos de mano de obra según hora de trabajo
11. Nombramiento de personal de auditoría



González, auditores y consultores

Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.

Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv

1. Objetivos de la auditoría

1.1. Objetivo general

Emitir una conclusión sobre el cumplimiento de las actividades y controles implementados por la empresa, evaluando si están acordes o no con las regulaciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor.

1.1 Objetivos específicos

- ✓ Emitir una conclusión independiente, sobre el cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor en las actividades ejecutadas por la empresa para el año 2017.
- ✓ Evaluar el control interno que la compañía utiliza considerando; el riesgo de control e identificando condiciones reportables que contemplan deficiencias importantes.

2. Alcance de la auditoría

Comprende la revisión y evaluación de las operaciones implementadas por la empresa Muebles y más, S.A. de C.V., para poder emitir una conclusión independiente sobre el cumplimiento de las regulaciones a las que está sujeta la entidad, por ser una institución que se dedica a la venta de electrodomésticos y muebles.

La capacidad para expresar una conclusión dependerá de los hechos y circunstancias a la fecha del informe. Si por algún motivo, se está imposibilitado completar la auditoría, esto será discutido con el representante legal.



3. Enfoque de auditoría propuesto

- ✓ La base del examen será el resultado de la evaluación del control interno que opera en la sociedad y del seguimiento de las observaciones expresadas en ella.
- ✓ La realización del trabajo, será efectuado de acuerdo a Normas Internacionales de Auditoría, las cuales requieren una planificación y supervisión del encargo.

4. Metodología del trabajo

4.1. Estrategia del trabajo

La metodología incluye los siguientes procesos:

- ✓ Elaboración de plan de trabajo: donde se conocerán los aspectos básicos de la empresa y se determinarán los volúmenes de información.
- ✓ Recopilación de información: consiste en recolectar la información relacionada con los aspectos a evaluar por medio de cuestionarios, revisión documental, inspección física, observación, entrevistas con el personal, entre otros.
- ✓ Análisis de la información: la información recopilada es analizada a fin de establecer tanto los resultados como la consecución de los objetivos del trabajo.
- ✓ Presentación del informe: de acuerdo a la evidencia obtenida se emite el informe, sobre el cumplimiento o no de las regulaciones establecidas en la Ley.



González, auditores y consultores

Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.

Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv

La realización del encargo a la sociedad, se hará bajo la observancia de las Normas Internacionales de Auditoría y las emitidas por el Consejo de Vigilancia de la Contaduría Pública y Auditoría, así como aquellas leyes y reglamentos que apliquen.

Las normas establecen que debemos efectuar nuestro trabajo bajo el siguiente lineamiento:

- ✓ Planificación: ésta se hace en el tiempo inicial, analizando la estructura de control interno de la sociedad y determinando sus factores de riesgo que merezcan por su importancia, una atención especial.
- ✓ Aplicación de técnicas de auditoría: éstas se utilizarán de acuerdo a la naturaleza del control interno que se esté analizando, así deberá diseñarse pruebas de cumplimiento en cuanto a las diferentes operaciones y pruebas sustantivas en los diferentes recursos de la sociedad cuya naturaleza sea de evaluación crítica, todo ello usando técnicas como la entrevista, observación, verificación de documentos, cálculos matemáticos y el análisis de casos.
- ✓ Diligencia: nos apegaremos a un tiempo de ejecución, para lo cual se asignará personal calificado que permita obtener eficiencia y cumplimiento con los estándares profesionales para el ejercicio de la auditoría.

4.2. Principales componentes a evaluar

Los principales componentes a evaluar serán las actividades que se consideran de mayor vulnerabilidad a ser expuestos a incumplimientos como lo son: cláusulas



González, auditores y consultores

Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.

Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv

contractuales, información confidencial sobre clientes, cálculo en la tasa de interés, cuentas por cobrar a los consumidores, entre otros; por supuesto sin dejar de lado, todas aquellas obligaciones que tiene la entidad.

5. Informes a presentar

Nuestra firma se compromete a entregar un informe presentado a la Junta General de Accionistas.

Lo anterior se presentará en copias digitales en CD y uno en físico; así mismo, se enviará la documentación descrita al correo electrónico del gerente general y los miembros de la Junta General de Accionistas.

6. Comunicación

Toda información y/o documentación estará dirigida a la licenciada Catalina de Murcia, quien es la representante legal de la empresa Muebles y más, S.A. de C.V. y será la responsable de hacer del conocimiento de los miembros de la Junta General de Accionistas, la documentación remitida por la firma de auditoría.

7. Ingreso a entidad auditada

El ingreso del personal del equipo de trabajo de nuestra firma será con previa identificación de los mismos y de ser aplicable, con la portación de un carné de visitante proporcionado por la entidad al estar en sus instalaciones.



González, auditores y consultores

Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.

Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv

10. Costos de mano de obra según hora de trabajo

| Personal | Cantidad de personal | Costo unitario horas trabajo | Total horas trabajo | Costo total |
|--------------|----------------------|------------------------------|---------------------|----------------|
| Socio | 1 | \$28.00 | 30 | \$840 |
| Gerente | 1 | \$15.00 | 50 | \$750 |
| Supervisor | 1 | \$3.00 | 75 | \$225 |
| Asistente | 1 | \$1.75 | 500 | \$875 |
| Asistente | 1 | \$1.75 | 500 | \$875 |
| Total | 5 | | 1155 | \$3,565 |

11. Nombramiento del personal para la auditoría

Fecha: 13 de enero de 2017

Ciente: Muebles y más, S.A. de C.V.

Estimados señores,

Como parte de los procedimientos establecidos en el proceso de realización de la auditoría de cumplimiento para el período 2017, la firma ha nombrado al equipo encargado de ejecutar el trabajo indicado, el cual está conformado de la siguiente manera:

Socio del Compromiso: Licenciado Rafael Antonio González Pérez

rafael.gonzalez@auditoresyc.com

Gerente: Licenciada Mariana Alexandra Flores de Martínez

mariana.flores@auditoresyc.com

Supervisor: Licenciado José Rodrigo Vásquez López

jose.vasquez@auditoresyc.com



González, auditores y consultores

Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.

Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv

Asistentes

1. Licenciado Ángel Eduardo Chávez

angel.chavez@auditoresyc.com

2. Licenciada Ana Carolina Fuentes Segovia

ana.fuentes@auditoresyc.com

Dichos nombramientos tienen como precedente las declaraciones de confidencialidad y no conflicto de intereses con la entidad auditada, emitidas a nuestra firma por los profesionales indicados, generando las condiciones de seguridad para el cliente y continuar con los siguientes procedimientos en el desarrollo de la auditoría.

| Nombre | Cargo | Descripción del trabajo |
|-----------------------------|---|---|
| Rafael González | Representante legal y socio responsable | Realizar funciones de Gerente de Auditoría cuya responsabilidad es coordinar cada uno de los servicios y mantener una comunicación con la administración de la empresa en cuestiones como la evaluación de sus procesos, observación y recomendaciones planteadas para mejorar sus operaciones, asuntos técnicos y gerenciales aplicables a la compañía, discusión y presentación a la administración del costo beneficio, el enfoque sustantivo del resultante examen. |
| José Vásquez | Supervisor | Es responsable de la supervisión de la auditoría y asesora a los asistentes asignados, con el propósito de asegurar la calidad del trabajo de campo ejecutado, discutir con el representante legal los servicios profesionales que el cliente pueda requerir, entre otros. |
| Ángel Chávez Ana Fuentes | Asistentes | Tendrán a cargo la ejecución del trabajo de campo y la comunicación de asuntos importantes con el equipo de auditoría. Este equipo de trabajo podrá interactuar en todo el proceso de auditoría, pudiendo ser apoyado por el profesional adicional de la firma en caso de ser necesario. |

Anexo 11: Carta compromiso



González, auditores y consultores
Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.
Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv

Carta compromiso

Señores:

Junta General de Accionistas

Muebles y más, S.A. de C.V.

Presente.

De acuerdo con su solicitud que realicemos una evaluación a la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor, por medio de la presente, tenemos el agrado de confirmar nuestra aceptación y nuestro entendimiento de este compromiso. La auditoría será realizada con el objetivo de expresar una conclusión sobre el cumplimiento o no de la normativa.

Efectuaremos la auditoría de acuerdo con Normas Internacionales de Auditoría, las cuales requieren que se planee y desarrolle el encargo para emitir una conclusión sobre los procedimientos empleados por la entidad y si cumple o no, con las regulaciones de la Ley.

En virtud de la naturaleza comprobatoria y de otras limitaciones inherentes de una auditoría, junto con las de cualquier sistema de control interno, hay un riesgo inevitable de que puedan permanecer sin ser detectadas.

Nos permitimos recordarles que la responsabilidad de los adecuados procedimientos de control interno corresponde a la administración de Muebles y más, S.A. de C.V., Esto incluye el mantenimiento de controles internos adecuados, la selección y aplicación de políticas.



González, auditores y consultores

Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador.

Tel: (503) 2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web: www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv

Como parte del proceso de nuestra auditoría, solicitaremos a la administración, confirmación escrita referente a las presentaciones hechas a nosotros en relación con la auditoría.

Se espera la cooperación total del personal y se confía en que ellos, pondrán a disposición de la firma, toda la documentación y otra información que se requiera en relación con el encargo.

Los honorarios se facturarán 50% al inicio y 50% al final del encargo, se basan en el tiempo requerido por las personas asignadas más gastos directos. Las cuotas por horas individuales varían según el grado de responsabilidad involucrado, la experiencia y pericia requeridas.

Esta carta será efectiva para años futuros a menos que se cancele, modifique o sustituya.

Favor de firmar y devolver la copia adjunta de esta carta para indicar su comprensión y acuerdo sobre los arreglos para la auditoría.

San Salvador, 16 de enero 2017.

Atentamente

F: _____



Lic. Rafael Antonio González Pérez
Socio
González, auditores y consultores

F: _____



Licda. Catalina de Murcia
Representante legal
Muebles y más S.A. de C.V.
17 de enero 2017

Anexo 12: Ejemplo de información de conocimiento del cliente

Ejemplo 1 Datos generales de la entidad

Nombre de la empresa: Muebles y más.

Razón social: Muebles y más, S.A. de C.V.

Número de Identificación Tributaria: 0604-230491-101-2

Número de registro de contribuyente: 455-7

Dirección: 79 Av. Norte, #673 Colonia Escalón, San Salvador

Fecha de constitución: 23 de abril de 1991

Misión:

La empresa está comprometida con los clientes, a ofrecer artículos con la mejor tecnología y calidad para el hogar, ayudándolos en sus necesidades y proporcionándoles un mejor estilo de vida, comodidad, con plena satisfacción de nuestra atención y garantía.

Visión:

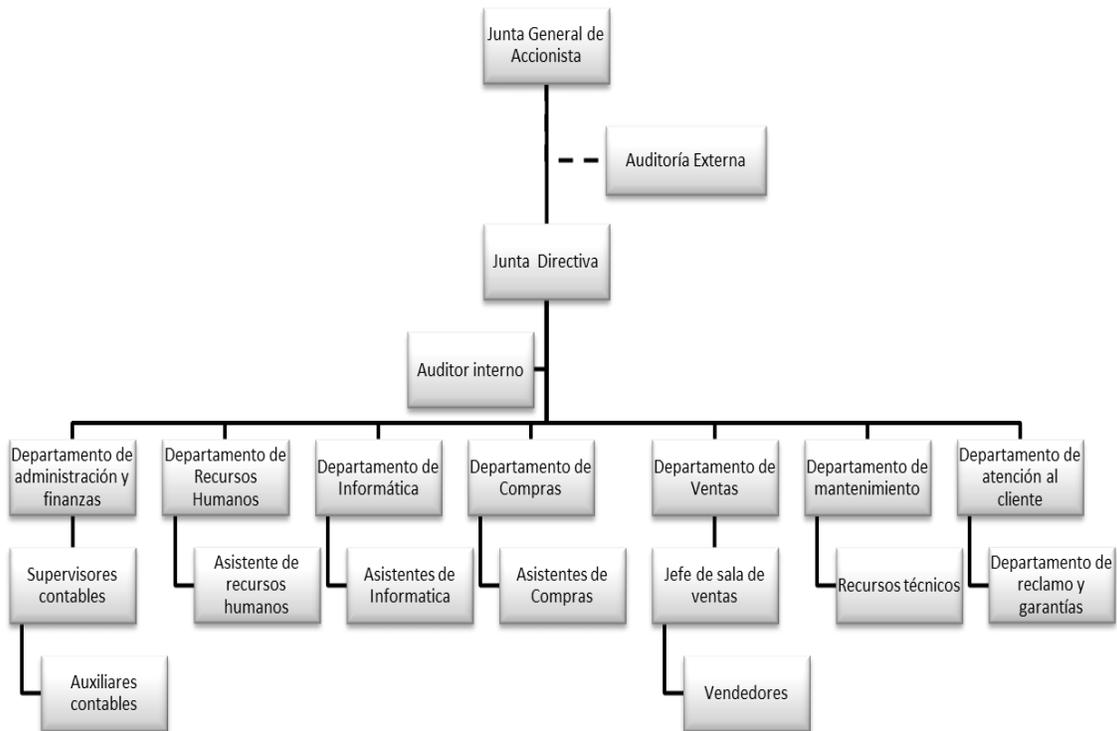
Ser una empresa líder a nivel nacional, en venta de artículos para el hogar, que ayude a mejorar la vida de los consumidores, facilitando su accesibilidad y promoviendo su bienestar, ofreciendo siempre garantía y calidad.

Giro de la empresa: venta de electrodomésticos y muebles.

Productos que comercializa: audio y video, electrónica, lavadoras y secadoras, refrigeración, cocinas, electrodomésticos, muebles, máquinas de ejercicio y hogar.

Ejemplo 2 Estructura organizativa de la empresa

Organigrama de la empresa Muebles y más, S.A. de C.V.



Elaboración: grupo de investigación E89

Ejemplo 3 Políticas de control interno

1. Principales políticas de atención al cliente

✓ Envío y retiro de productos en la tienda

Los artículos pueden ser retirados en la tienda y en ese caso no habrá cargos por envío. Si la entrega es a domicilio, los fletes de entrega varían por departamento.

✓ Devoluciones y cambios

Se podrá devolver mercadería a la tienda con la opción de recibir un cambio, si se cumple con los criterios para las devoluciones.

✓ **Privacidad**

Toda la información que provee el cliente al momento de registrarse o realizar una compra, será tratada con absoluta confidencialidad y privacidad. La empresa se limita a resguardar la información del cliente como su nombre, domicilio, número de teléfono y correo electrónico.

✓ **Disponibilidad de productos.**

En los casos que no se contara con existencia de productos, se le notificará al cliente; si es una compra en línea, la notificación se hará por medio de correo electrónico, el cual contendrá la siguiente información:

- a. El tiempo estimado para realizar el envío del producto.
- b. Opciones de productos sustitutos, similares o relacionados, si se da el caso que el producto no entrará más en inventario.

Si las opciones anteriores no satisfacen las expectativas del cliente, este deberá de comunicarlo, contestando el correo electrónico enviado y se hará efectiva la liberación de los montos reservados en la forma de pago seleccionada.

El color y las imágenes de los productos pueden variar dependiendo del equipo de cómputo en que se esté consultando en la página web o dependiendo de los accesorios de cada uno de ellos.

✓ **Precio**

Los precios presentados, incluyen todos los impuestos de venta, según normativa vigente al momento de realizar la compra.

Los precios no incluyen los gastos de envío, estos se incluirán al seleccionar la dirección de entrega y pueden variar según la distancia.

✓ **Promociones**

Las promociones publicadas deben estar disponibles durante el período establecido o hasta agotar existencias.

✓ **Envío de productos**

Cuando por razones fuera del alcance no se pueda hacer la entrega del producto, porque no se encontró a ninguna persona que lo reciba, se procederá de la siguiente forma:

- a) Se dejará una notificación escrita o se le enviará un correo electrónico al cliente, en el cual se le manifestará que se visitó el domicilio indicado, que se comunique vía telefónica o por email, con el fin de coordinar la entrega del producto.
- b) Cuando se haga la entrega de la mercadería en el domicilio del cliente, se le solicitará a la persona que la reciba su nombre y firma.

✓ **Devolución de mercadería**

No se aceptarán reclamos pasados los treinta días desde la fecha de entrega, al menos que este reclamo sea por desperfecto de fábrica.

2. Principales políticas de crédito

✓ Solicitud de crédito

Al llenar el formulario correspondiente permite ahorrarle tiempo y esfuerzo al cliente. Simplemente se realiza una investigación de rutina y luego la persona encargada del caso se comunicará directamente para completar el proceso.

3. Principales políticas de garantía

✓ Contrato de servicio de reparación

Todos los artículos incluyen la garantía de proveedor, que puede variar según el artículo adquirido, pero puede también adquirir un contrato de servicio de reparación para el producto que elija. Ambos tipos de garantía se pueden hacer efectivas en la tienda.

✓ Garantía

La garantía de fábrica de cada producto viene incluida en el precio y la vigencia dependerá del producto que se compre.

Ejemplo 4 Principales clientes y proveedores

✓ Los principales clientes con los que cuenta Muebles y más son:

Comercial Rodríguez, S.A. de C.V.

El Roble, S.A. de C.V.

Dambientes, S.A. de C.V.

Diseño y decoración, S.A. de C.V.

Muebles Bayona, S.A. de C.V.

Muebles y sillas para oficinas, S.A. de C.V.

MOBLAR, S.A. de C.V.

✓ **Los principales proveedores de Muebles y más son:**

Muebles metálicos El Salvador, S.A. de C.V.

Muebles diversos, S.A. de C.V.

Mobiliario contemporáneo, S.A. de C.V.

Desing, S.A. de C.V.

Anexo 13: Aplicación de muestro de auditoria

Por ejemplo, si se quiere determinar una muestra para evaluar las cuentas por cobrar, en el área de créditos y cobros, se debe hacer uso del método estadístico utilizando la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q \cdot Z^2}{(N - 1)e^2 + P \cdot Q \cdot Z^2}$$

En donde,

- ✓ n= tamaño de la muestra, valor buscado.
- ✓ N= población, se tomará en cuenta el total de las cuentas por cobrar.
- ✓ Z= Coeficiente de confianza, determinado en tabla estadística, (Anderson, 2008, p.267) entre más grande sea la confianza mayor será el tamaño de la muestra evaluar y los resultados serán más seguros.
- ✓ e = margen de error, porcentaje que se puede aceptar como error.
- ✓ P = probabilidad de éxito, se considera el 0.95.
- ✓ Q= probabilidad de fracaso, se considera el restante de la probabilidad de éxito 0.05.

Al sustituir los datos anteriores en la formula se puede determinar el tamaño de la muestra que será sujeta de la evaluación.

$$n = \frac{(590)(0.95)(0.05)(0.95^2)}{(590 - 1)0.05^2 + ((0.95)(0.05)(0.95^2))}$$

$$n = \frac{25.2925625}{}$$

$$1.4725+0.04286875$$

$$n = \frac{25.2925625}{1.51536875}$$

$$n = 16.69069822$$

Una vez determinada la muestra y utilizando cada uno de los métodos antes descritos se obtiene:

Método Aleatorio:

De acuerdo a este método, una vez determinado el número de elementos a verificar se seleccionan al azar o a través de una tabla aleatoria los 17 elementos.

Método sistemático:

Se debe calcular un coeficiente que se denominaría =k

Entonces:

Dividimos el número total de cuentas por cobrar entre la muestra calculada

$$k=590/17$$

$$k=34.70 \text{ aprox.}=35$$

Luego:

Si tomamos como primer elemento la cuenta por cobrar número 10, la siguiente en la muestra será:

45, 80, 115, 150... hasta llegar a completar el número de muestra que se deben seleccionar.

Método de unidades monetarias:

El valor en libros se debe dividir entre la muestra determinada, por ejemplo, si el monto de las cuentas por cobrar, ascendiera a \$5000.00 y la muestra calculada mediante la fórmula para poblaciones finitas nos diera un resultado de 30, podríamos calcular un intervalo para saber cada cuanto se tendrá que tomar la muestra:

$$\$5000.00/30=167$$

Luego tendríamos que seleccionar un número al azar que sería nuestro primer elemento de la muestra y a ese, le tendríamos que sumar el intervalo calculado; es decir, si se toma como primer elemento 25, nuestro segundo elemento sería el 191, luego 358, hasta conformar las 30 unidades.

Tabla N° 17 *Aplicación de método de unidades monetarias*

| N° | Cliente | Saldo del cliente | Saldos acumulados | muestreo |
|-----------|------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|
| 1 | Gloria Méndez | \$140.00 | \$140.00 | 25 |
| 2 | Mario Montano | \$100.00 | \$240.00 | |
| 3 | Verónica Ramírez | \$490.00 | \$730.00 | 191 |

Elaboración: grupo de investigación E89

La primera cuenta a evaluar es la que tiene las primeras 25 unidades monetarias, luego sigue la cuenta 3, pues en ella se encuentra la unidad monetaria número 191.

Anexo 14: Carta de gerencia



Auditores Externos, Consultores y Contadores
Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Final 25 Av. Norte, San Salvador. Tel: (503)
2225-3545 E-mail: gonzalez@auditoresyc.com.sv Web:
www.gonzalezauditoresyconsultores.com.sv.

Carta de Gerencia

Hallazgos de Auditoría

San Salvador, 30 de junio de 2017

Licda. Catalina de Murcia

Representante Legal

Muebles y más, S.A. DE C.V.

Presente.

De acuerdo con la planeación y ejecución de la Auditoría de cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor, hemos concluido con el examen al período comprendido del 04 de enero al 25 de junio del ejercicio 2017.

Debe reconocerse que los procedimientos de auditoría fueron diseñados principalmente para permitirnos formar una conclusión sobre el cumplimiento de la Ley de protección al Consumidor, y por lo tanto puede no detectar todas las debilidades que pueden existir en los sistemas y procedimientos; sin embargo, procuramos usar el conocimiento de la organización de la compañía que fue obtenido durante nuestro trabajo.

Los procedimientos aplicados consistieron en realizar pruebas de cumplimiento y sustantivas, para determinar el cumplimiento de la aplicación de la Ley.

Por lo tanto, la presente es para hacer de su conocimiento que durante el examen practicado se observaron ciertos aspectos que llamaron nuestra atención y que resultan ser hallazgos de auditoría.

Estaríamos complacidos en discutir los asuntos anteriores, o responder cualesquiera preguntas a su conveniencia, ya que es importante corregir los errores detectados, para concluir así la auditoría practicada a su empresa, y emitir el informe correspondiente.

| Titulo | Uso efectivo de las garantías |
|--|---|
| Condición | Al momento de observar y revisar el proceso a seguir para que el cliente haga efectiva la garantía del producto, se identifica varias deficiencias, pues cuando se le entrega el bien al consumidor, no se le explica la forma, plazos y condiciones que cubre la garantía del producto. |
| Criterio | De acuerdo al art. 33 de la LPC, no se está proporcionando la información completa y oportuna, debido a que no se explican las condiciones generales para hacer efectiva las garantías en los productos adquiridos. |
| Causa | Se verifica que el personal que no brinda información completa a los usuarios, son los que tienen menos de 3 meses de haber ingresado a la institución, al cuestionarlos manifiestan que no se les ha dado una inducción o capacitación sobre las políticas que la entidad posee respecto a la entrega de garantía. |
| Efecto | Ante esta incorrección, la entidad está expuesta a ser sancionada por la Defensoría de Protección al Consumidor, debido a que el cliente al estar insatisfecho con el servicio brindado y la poca información y explicación de cómo hacer efectiva la garantía, puede interponer una denuncia. |
| Recomendación | Es importante reforzar el plan de capacitación e inducción para todo el personal, sea este antiguo o de nuevo ingreso ya que la reputación de la empresa puede tener impacto positivo o negativo entre los usuarios dependiendo del trato e información oportuna que se les brinde. |
| Comentario de la administración | |

F: 

Lic. Rafael Antonio González
Socio
González, auditores y consultores



