

---

### UNIDAD 3: CONTROL INTERNO

<b>GOVERNANCE.....</b>	<b>2</b>
1.1) INTRODUCCIÓN.....	2
1.2) CONCEPTO DE MISIÓN.....	3
1.3) CONCEPTO DE VISIÓN.....	4
<b>OBJETIVOS DE NEGOCIO.....</b>	<b>5</b>
2.1) INTRODUCCIÓN.....	5
2.2) NATURALEZA DE LOS OBJETIVOS.....	5
<b>METAS DE NEGOCIO.....</b>	<b>9</b>
<b>CONTROL INTERNO.....</b>	<b>11</b>
<b>COMPONENTES DEL CONTROL INTERNO.....</b>	<b>14</b>
5.1) INTRODUCCIÓN.....	14
5.2) OBJETIVOS DE CONTROL.....	14
5.3) PROCEDIMIENTOS DE CONTROL.....	14
5.4) PROCEDIMIENTOS DE AUDITORÍA.....	16
5.4.1) <i>Introducción</i> .....	16
5.4.2) <i>Pruebas de auditoría</i> .....	16
5.5) RIESGOS.....	17
5.6) IMPACTO.....	18
5.7) DOCUMENTACIÓN DEL CONTROL INTERNO.....	20
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>22</b>

## Governance

### Introducción

Governance, en el lenguaje internacional de administración, significa “Sistema mediante el cual las corporaciones son dirigidas y controladas para lograr sus objetivos de negocio”.

Como sabemos, la responsabilidad de coordinar y dirigir los recursos de una empresa en apoyo de sus objetivos, corresponde a la alta gerencia de la organización, la cual ha sido designada por los accionistas para tal efecto y es depositaria de su confianza para llevar a la empresa al éxito.

La alta gerencia debe establecer sistemas de administración que le permitan planear, dirigir, coordinar, supervisar y controlar los recursos de la entidad, de tal forma que los objetivos institucionales sean logrados de la mejor forma posible.

Estos sistemas de administración corresponden al concepto de Governance.

De aquí surge un nuevo término de **IT governance**, el cual , debe entenderse como: **“Sistema mediante el cual la Tecnología de Información es dirigida y controlada, con el propósito de estar alineada al negocio y habilitar el logro de sus objetivos estratégicos”**.

También encontraremos el concepto de **control interno**, el cual como veremos más adelante juega un papel protagónico en el contexto de las empresas.

Podemos decir que estos dos conceptos, Governance y control interno, presentan tanta similitud que prácticamente pueden considerarse sinónimos.

Se han realizado diversos estudios sobre control interno y se han generado distintas definiciones. Sin embargo, parece existir una coincidencia de criterios en el sentido de que su propósito fundamental es apoyar el logro de los objetivos de la empresa.

Un importante elemento en la definición de control interno, que resulta de interés y debería ampliarse, es precisamente el concepto de los “objetivos de la entidad” (que se desean lograr mediante el establecimiento del control interno).

El enfoque dado originalmente al control interno (en su orientación a la auditoría de estados financieros) hace referencia a un conjunto de métodos y procedimientos existentes en una empresa. Sin embargo para nuestros efectos deberíamos ampliar la visión original y reconocer que dicho conjunto de elementos representa en realidad un subconjunto de todos los métodos que debe tener establecidos una organización para lograr sus verdaderos objetivos de negocio.

Para esta nueva conceptualización de control interno debemos también reconocer la evolución que han tenido los elementos de administración en respuesta a la propia evolución de las organizaciones.

Estos elementos incluyen, entre otros: conceptos como calidad total (TQM), reingeniería de procesos de negocio (BPR), administración del cambio (OCM) e ingeniería de información (IE). Estos conceptos proporcionan una nueva visión de las empresas, resaltando sus elementos humanos, la orientación hacia los clientes y la necesidad de relacionarse y reaccionar en forma más eficiente ante su medio ambiente.

Ya sea como governance o como control interno, deseamos ubicar de manera clara este concepto en el marco de referencia empresarial y definir un modelo que tome en consideración los elementos estratégicos que fundamenten la existencia de una empresa y den cauce al empleo de sus recursos.

El primer elemento que exploraremos es el de Misión.

### Concepto de Misión

La misión de una empresa representa la declaración que dicha empresa hace sobre el propósito de su existencia, es decir, la Misión indica la *razón* de existir de la empresa.

Normalmente, las misiones de las empresas tienen un alto componente filosófico, no tienen un horizonte de tiempo y concentran en forma equilibrada todos los elementos que desean alcanzarse y a los cuales se dirigen todos los recursos de la empresa.

Un buen postulado de misión debe indicar qué es lo que hace una empresa, por qué lo hace y cómo es que lo hace mejor que los demás.

La misión de las empresas ayuda a:

- ✓ Establecer y mantener la consistencia y la claridad del propósito en toda su empresa.
- ✓ Proporcionar un marco de referencia para todas las decisiones de planeación importantes que tomarán usted y su equipo administrativo, así como las otras unidades de su empresa.
- ✓ Obtener el compromiso de todos a través de una comunicación clara de la naturaleza y el concepto del negocio de su empresa.

La misión es el concepto que da cauce a todos los recursos de la empresa y permite establecer aspiraciones concretas para cada uno de sus elementos. Estas aspiraciones son representadas mediante objetivos de negocio.

Citaremos dos ejemplos de misiones empresariales:

*La Misión de Cynthus es contribuir a la prosperidad de nuestros clientes, socios, colaboradores y la comunidad en general, mediante el establecimiento de relaciones profesionales y de confianza, a través de las cuales proporcionemos a nuestros clientes productos y servicios de la más alta calidad relacionados con tecnología de información, procesos de negocio y recursos humanos.*

**Grupo Cynthus**

*Satisfacer en forma competitiva los requerimientos del mercado nacional e internacional en la solución de necesidad de servicio de logística, contando con los mejores recursos humanos y tecnológicos. Comprometidos a mantener una operación rentable que nos permita invertir en nuestra gente, continuar creciendo, cubrir los riesgos y cumplir con nuestra responsabilidad social.*

**Dimalsa / Huromo**

### **Concepto de Visión**

Este es otro elemento que ayuda en la definición estratégica de las empresas.

Una Visión es, como su nombre lo indica, es una representación de cómo debe ser el futuro para la organización ante los ojos de todos sus interesados.

Normalmente la Visión describe a la empresa considerando las características que los altos directivos o los accionistas desean ver en su futuro y, evidentemente, está alineada con la Misión de la empresa.

La definición de la visión es importante debido a que muestra la esencia de lo que debe ser la organización, permite orientar los recursos de una organización hacia un fin común y estandariza criterios y expectativas.

Una visión debe presentar las siguientes características:

- ✓ Ser breve
- ✓ Ser fácil de captar y recordar
- ✓ Ser creíble
- ✓ Ser consistente con la Misión y los valores de la empresa.

Veremos algunos ejemplos de Visión:

*Seremos vistos como el proveedor de máximo valor en cada mercado que sirvamos.*

*Seremos la mejor compañía en nuestro ramo en términos de satisfacción del cliente y rentabilidad.*

## Objetivos de negocio

### Introducción

Los objetivos representan las aspiraciones de una empresa, permiten obtener una idea más precisa de lo que la empresa desea obtener, aseguran que todos los elementos de la misión serán debidamente atendidos y permiten alinear los recursos de la empresa a la consecución de un fin común (la misión).

Los objetivos no tienen necesariamente un horizonte de tiempo definido.

Es importante que una empresa defina todos y exclusivamente los objetivos que tengan relación con su misión empresarial. En caso de fallar en la primera condición (que no se definan todos los objetivos) se corre el riesgo de que algún componente de la misión no reciba los recursos y la atención suficiente para ser logrado. Si falla la segunda condición (que existan más objetivos que los debidos) la empresa podría estar invirtiendo recursos en aspectos que no tienen relación con su misión empresarial, es decir, con su razón de ser.

Cada empresa puede tener objetivos diferentes dependiendo de su giro, de sus dimensiones y de su contexto. Sin embargo, en la mayoría de los casos los objetivos típicamente tendrán la siguiente naturaleza:

### Naturaleza de los objetivos

**Rentabilidad:** Este es probablemente el tipo de objetivo más común en países de regímenes económicos que promueven o permiten el libre mercado.

Uno de los objetivos más importantes de las empresas ha sido el de obtener rendimientos económicos derivados de su operación.

Los objetivos de rentabilidad normalmente se representan en ingresos o rendimiento sobre la inversión.

**Crecimiento institucional:** Cualquier empresa que tenga una visión a largo plazo no se conformará con medir su desempeño en términos de beneficios económicos, sino que utilizará indicadores que reflejen su crecimiento como institución. Este crecimiento puede manifestarse en cobertura geográfica, número de empleados, líneas de servicio o productos, etc.

Dependiendo de la situación de la empresa con relación a su ciclo de vida (creación, estabilización o crecimiento) y a las condiciones económicas de su entorno, este tipo de objetivo puede traducirse en distintas formas, como puede ser desde mantener a la empresa con vida hasta buscar un crecimiento espectacular.

**Calidad:** La calidad, aún cuando no puede considerarse un objetivo si no es aplicada a algún fin específico relacionado con los intereses de negocio, se ha vuelto una de las filosofías de administración más importantes en las últimas décadas.

Las teorías de calidad han dado origen a importantes mejoras en el desempeño empresarial, por tal motivo, muchas organizaciones establecen objetivos relacionados precisamente con conceptos de calidad aplicados a sus operaciones, a sus productos o a sus servicios.

**Posicionamiento Competitivo:** Otra forma en que las empresas establecen sus aspiraciones y evidentemente miden sus resultados es la posición que ocupan en su mercado. Este criterio es un reconocimiento a que la empresa es un sistema abierto y a que debe ser analizada no sólo en aspectos internos, como lo son indicadores de rentabilidad, crecimiento y calidad, sino externamente, comparándolas con otras empresas que tengan giros similares.

**Productos y servicios:** Los productos y/o servicios que genere una compañía como parte de su actividad sustantiva son frecuentemente utilizados para establecer objetivos de negocio. Estos objetivos pueden referirse a características intrínsecas de los productos o servicios, a aspectos de posicionamiento individual en el mercado o a otros aspectos que les sean aplicables en forma específica.

**Recursos humanos:** Uno de los elementos más valiosos y difíciles de administrar en las empresas lo representan sus recursos humanos. En los últimos años se han iniciado movimientos de administración enfocados al aspecto humano de las empresas, lo cual trae de forma natural la necesidad de establecer objetivos institucionales que reflejen las aspiraciones de una empresa con relación a su personal, en términos de motivación, permanencia, desarrollo, productividad, calidad de vida, etc.

**Imagen:** Los fenómenos de apertura comercial y globalización que han caracterizado a la economía mundial en los últimos años han traído como consecuencia que las empresas se preocupen más por su imagen, reconocen que esto puede ser un elemento decisivo en la preferencia del público consumidor.

Es importante considerar que una empresa debe considerar como “objetivos” de su imagen a todos los que tienen algún interés en la empresa, este concepto se conoce en inglés como *stake holder*, es decir:

- ✓ Clientes.
- ✓ Consumidores.
- ✓ Gobierno.
- ✓ Accionistas.
- ✓ Inversionistas (en bolsa de valores).
- ✓ Proveedores.
- ✓ Empleados y Comunidad en general.

**Impacto en la comunidad:** Este concepto representa un tipo de objetivo que puede variar enormemente en cuanto a su importancia en el contexto de una empresa. El impacto en la comunidad trata de determinar los efectos que tiene la operación de una empresa en la sociedad. La importancia que puede tener este tipo de objetivo lo constituyen las organizaciones sin fines de lucro orientadas al servicio social o a la

beneficencia pública. Este tipo de organizaciones no tienen como objetivo primario la rentabilidad de su operación, sino la procuración del bienestar social de la comunidad a la que sirve.

**Productividad:** Un aspecto que no puede olvidarse, independientemente de los objetivos primarios de una organización, es su productividad. Ya sea por objetivos de rentabilidad o por objetivos de servicios públicos, una empresa tiene la “obligación” de ser altamente productiva, para optimizar la inversión de sus accionistas, la contribución social a su comunidad o los subsidios gubernamentales.

Por lo anterior, resulta más que lógico el que las empresas determinen objetivos de productividad en los que se establezcan aspiraciones relacionadas con la eficiencia y efectividad de sus procesos de trabajo.

**Clientes:** Aquí veremos los objetivos relacionados con los clientes de una empresa.

Los objetivos que las empresas establecen con relación a sus clientes no sólo pueden referirse a niveles de satisfacción, lealtad y rentabilidad de su clientela, sino también pueden incluir aspiraciones sobre la calidad ética, la solidez o la compatibilidad de valores y creencias de los clientes con quienes se desea establecer relaciones.

Como ejemplo se enuncian algunos objetivos de la siguiente empresa:

### **La Comisión Federal de Electricidad**

La organización ha sido creada y opera buscando satisfacer siete objetivos estratégicos:

1. Satisfacer la demanda de energía eléctrica (objetivo relacionado con clientes (demanda)).
2. Desarrollar un sistema eléctrico altamente confiable y seguro (objetivo relacionado con servicio).
3. Conformar una organización eficaz y productiva, administrada con modernos criterios empresariales (objetivo relacionado con productividad).
4. Crear y proyectar una imagen corporativa de eficiencia y calidad en el suministro del servicio (objetivo relacionado con imagen).
5. Asegurar la disponibilidad de recursos humanos calificados y promover su desarrollo profesional y personal (objetivo relacionado con recursos humanos).
6. Operar con criterios de rentabilidad económica y financiera (objetivo relacionado con rentabilidad).
7. Proteger el ambiente y promover el bienestar social (objetivo relacionado con impacto en la comunidad).

El contar con objetivos permite a las empresas tener mayor claridad sobre la dirección y orientación que deben darle a sus recursos institucionales, pero lamentablemente esto no es suficiente para lograr un control adecuado sobre el logro de los objetivos.

Los objetivos por sí mismos no son medibles, por lo que requieren de un elemento adicional que le permita conocer a la empresa el grado de cumplimiento de cada uno de sus objetivos, este elemento de administración lo constituyen las *Metas*.



## Metas de negocio

Las metas de negocio representan propósitos específicos que la empresa establece para lograr sus objetivos. Las metas normalmente son medibles y tienen un horizonte de tiempo a corto plazo que va típicamente de 6 a 18 meses.

Podemos decir que las metas son la forma en que se mide el cumplimiento de los objetivos de una organización.

La dirección de una empresa sabrá si un objetivo es alcanzado en la medida en que las metas que de él se deriven sean logradas. Las metas también permiten obtener un conocimiento más detallado de los requerimientos que existen para cumplir con los objetivos de negocio, lo que facilitará la definición de estrategias y de planes de trabajo específicos que guiarán las actividades de los procesos y actividades de la empresa.

Un problema típico en la definición de las estrategias es que normalmente las personas tienden a definir sus metas haciendo uso de las estrategias que piensan utilizar para lograr dichas metas, es decir, en vez de indicar lo **que** se pretende lograr (y su forma de medición) indican la forma en que piensan lograrlo, es decir, definen el **cómo**.

Veamos un ejemplo de metas, en una institución de educación superior:

- a) **Meta impostora:** Realizar una campaña publicitaria de captación de nuevos alumnos.
- b) **Meta auténtica:** Alcanzar una población total de 7.500 alumnos en el semestre enero-mayo.

La diferencia principal es que el hecho de realizar la campaña podría interpretarse erróneamente como el logro de la meta (primer ejemplo), cuando en **realidad lo que interesa realmente es la captación de alumnos y no la campaña por sí misma** (segundo ejemplo).

El pensar en la forma en que las metas se pueden medir, ayuda a definir o a analizarlas. Esto se hace normalmente utilizando:

- ✓ Valores monetarios.
- ✓ Valores porcentuales.
- ✓ Valores unitarios (alumnos, clientes, kilos, cajas, etc.).
- ✓ Valores “binarios” (algo se logra o no se logra, no existen valores intermedios).
- ✓ Valores ordinales (posición relativa dentro de un grupo: primero, segundo, etc.).

Veamos otro ejemplo de una institución educativa:

- a) Objetivo de **crecimiento institucional** en cuanto a población estudiantil:

**Meta:**

- ✓ Alcanzar una población total de 7.500 alumnos en el semestre enero-mayo.

b) Objetivo de **calidad** relacionado con la excelencia académica:

**Metas:**

- ✓ Tener en las cuatro divisiones académicas un 0% de alumnos admitidos por debajo de estándares de admisión en el presente año.
- ✓ Lograr un índice de baja y deserción de alumnos máximo del 7% en el primer semestre del presente año escolar.
- ✓ El promedio de evaluación de alumnos a profesores en el primer semestre del año de 2000 será de 5.5 no teniendo más de un 7% de grupos con evaluación igual o menor a 4.5 en una escala de 1 a 7, donde 7 representa excelencia.

## Control interno

Retomando el propósito de definir el control interno y para llegar a la definición que adoptaremos, se darán tres definiciones de control para establecer un marco comparativo:

### Control interno es:

*“Las políticas, procedimientos, prácticas y estructuras de organización diseñadas para proporcionar certeza razonable de que los objetivos de negocio serán alcanzados y que los eventos indeseables serán prevenidos o detectados y corregidos”.*

Information Systems Audit and Control Association, COBIT

### Control interno es:

*“Un conjunto de procesos, funciones, actividades, subsistemas y personal que se encuentran agrupados o segregados en forma conscientes, para asegurar el logro efectivo de metas y objetivos”.*

The Institute of Internal Auditors, SAC

### Control interno es:

*“Un proceso establecido por el consejo de administración, la dirección y otro personal, diseñado para proporcionar certeza razonable sobre el cumplimiento de objetivos en las siguientes áreas:*

*Efectividad y eficiencia de las operaciones  
Confiabilidad de información financiera  
Cumplimiento de leyes y regulaciones aplicables”.*

Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, COSO

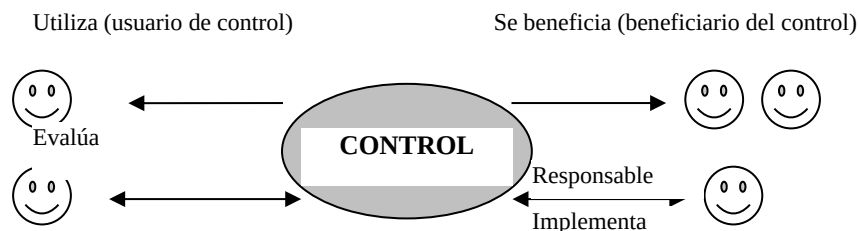
Tomando como base las definiciones anteriores y tratando de conjuntar sus principales ideas para fundamentar la elevación del concepto de control interno a un nivel institucional, la definición que proponemos es la siguiente:

**“Control interno es el conjunto de elementos de administración que una empresa establece en forma coordinada para lograr sus objetivos institucionales y cumplir con su misión, es decir, cumplir con su razón de existir como empresa”.**

Este planteamiento incluye todos los elementos de control interno que se conocen hoy en día, pero con la diferencia de que establece una asociación con otros elementos críticos en las empresas que hasta ahora se encontraban marginados.

Un aspecto interesante de mencionar es que el concepto de control no sólo resulta de interés para los auditores. En realidad, existen distintos grupos de “interesados” en el control, siendo los más importantes los siguientes:

- ✓ *El responsable de la existencia de control.* Este grupo incluiría en primera instancia a la administración de la empresa y en general a los niveles jerárquicos, encargados de diseñar e implementar el control en la empresa.
- ✓ *El responsable de evaluar el control.* De manera natural este grupo corresponde a los auditores u otro tipo de revisores de control, quienes no tienen responsabilidad del diseño del mismo, pero sí sobre la evaluación de la eficiencia y efectividad del mismo.
- ✓ *El usuario del control.* Este grupo incluye a todos los que realizan sus actividades rutinarias con la seguridad de que cuentan con los elementos suficientes para desarrollar su trabajo de forma eficiente, efectiva, segura y consistente.
- ✓ *El beneficiario del control.* Este grupo es el más grande, ya que involucra a todos los que reciben los beneficios de que una empresa opera con adecuados procedimientos de control.



### Control Interno en TI es:

*“Control interno en tecnología de información es el conjunto de elementos de administración que una empresa establece en forma coordinada para que el empleo de sus recursos de tecnología de información apoyen en forma efectiva los objetivos institucionales de la empresa”.*

### Clasificación del Control Interno

- Controles generales o controles de medio ambiente: es el control que se aplica a todas las actividades desarrolladas en el Área de TI.

Deben proveer control sobre todos los servicios y productos generados por el Área de Tecnología de Información.

- Controles específicos o controles de aplicación: se aplican en forma específica a una aplicación para asegurar que las transacciones son manejadas de acuerdo a los objetivos de control; que la información conserva todos sus atributos y características y que los sistemas cumplen con los objetivos para los cuales fueron creados.

Ejemplos de controles generales:

- Plan estratégico de sistemas
- Organigrama del área
- Plan de continuidad del negocio
- Metodología de desarrollo de sistemas

Ejemplos de controles específicos:

- Entrada de Datos
  - Uso de passwords
  - Dígito verificador
  - Totales de control
  - Uso obligatorio de menú de acceso

El hecho de que los controles generales sean adecuados no garantiza que los controles de aplicación serán también adecuados. Sin embargo, si los controles generales son deficientes, muy probablemente los controles de Aplicación serán también deficientes.

## Componentes del control interno

### 5.1) Introducción

El control interno representa la columna vertebral del sistema de administración establecido por una empresa y su propósito fundamental es apoyar el logro de los objetivos de negocio.

Veremos la relación que existe entre el control interno y el auditor. Como sabemos, el objetivo de la auditoría es (o debería ser) evaluar el cumplimiento de los objetivos institucionales de una empresa y emitir recomendaciones para mejorar dicho cumplimiento.

Esto plantea una relación muy clara, ya que al ser el control interno el instrumento principal de una empresa para lograr sus objetivos y al tener la auditoría que evaluar el cumplimiento de dichos objetivos, resulta claro que el auditor le interesa de manera especial conocer la efectividad del control interno para así fundamentar su evaluación sobre el logro de los objetivos institucionales.

Ahora podemos conceptualizar al control interno en su contexto, es decir, consideramos al control interno como un elemento de la empresa y no como un objeto aislado de estudio, lo cual nos proporciona una perspectiva en la que se reconocen los elementos de interacción del control interno con la empresa.

### 5.2) Objetivos de control

Podríamos definir a un *objetivo de control* como:

El resultado o propósito que se desea alcanzar mediante la implementación de procedimientos de control en los procesos de trabajo de una empresa.

Debemos recordar que todos los recursos del control interno estarán orientados al logro satisfactorio de los objetivos de control y finalmente el logro de los objetivos de negocio.

**Objetivo de control en TI:** es aquello que busca lograr el control interno en TI y que ayudará a dar soporte a los objetivos de negocio de la empresa.

### 5.3) Procedimientos de control

Los *procedimientos de control* son: **todos los elementos de administración que una empresa establece con la intención de lograr sus objetivos de control.**

Sin embargo, no es necesario mencionar que los sistemas de control interno pueden resultar complejos y de grandes dimensiones (imaginemos la magnitud y complejidad

de los sistemas de control interno de empresas como bancos, compañías de seguros, etc.).

Los procedimientos de control pueden manifestarse como: estructuras de organización, procedimientos de trabajo, estándares, políticas, reglamentos, programas de capacitación, pólizas de seguro, planes de contingencia, arquitecturas de seguridad de acceso a la información.

### **Procedimientos de Control en TI**

Son mecanismos de administración que una empresa establece con la intención de lograr sus objetivos de control en tecnología de información, ellos son:

- |               |              |
|---------------|--------------|
| - Preventivos | - Detectivos |
| - Correctivos | - Proactivos |

Procedimientos Preventivos: su propósito es prevenir o evitar la ocurrencia de situaciones que pongan en riesgo el logro de los objetivos de control. Este tipo de procedimientos normalmente corresponde a procedimientos de carácter normativo, tales como: formato preimpresos, políticas, estándares, programas de capacitación, etc.

Procedimientos Detectivos: su propósito es detectar la ocurrencia de situaciones que ponen en riesgo el logro de los objetivos de control. Son procedimientos que reaccionan cuando una situación de ese tipo ya ocurrió. En sistemas de información, normalmente se aplican a grupos de transacciones y al final de algún proceso. Ejemplos de ellos son: procesos de verificación, conciliación de cifras, verificación de passwords, verificación de cifras, inspección de bitácoras de actividad, etc.

Procedimientos Correctivos: su propósito como su nombre lo indica es eminentemente correctivo. Se utiliza una vez identificada una situación problemática, con el propósito de aplicar las medidas correctivas que sean necesarias. Estos procedimientos deben incluir en su alcance tanto la corrección de las causas que originaron la situación problemática, esto es con el propósito de evitar su recurrencia.

Procedimientos Proactivos: su propósito fundamental es el de promover o activar en forma constante los procesos de trabajo en la búsqueda de los objetivos de control, tienen una esencia proactiva y representan más bien una diferencia de actitud entre una administración dinámica y comprometida con los objetivos institucionales, a una administración conformista y sin visión a largo plazo. Un ejemplo de este tipo de procedimientos consiste en contar con un proceso de investigación y desarrollo de tecnología o contar con un programa de aseguramiento de la calidad en una empresa.

## 5.4) Procedimientos de auditoría

### 5.4.1) Introducción

En un contexto de control interno, podemos decir que los procedimientos de auditoría representan el conjunto de técnicas formales que el auditor aplica para conocer y evaluar el correcto y consistente funcionamiento de los procedimientos de control (tanto el proceso como sus resultados).

En general los procedimientos de auditoría permiten:

- ✓ Obtener conocimiento sobre el control interno.
- ✓ Analizar las características del control interno.
- ✓ Verificar los resultados del control interno.
- ✓ Fundamentar conclusiones de la auditoría.

### 5.4.2) Pruebas de auditoría

Como hemos visto, los procedimientos de auditoría permiten al auditor conocer y evaluar los procedimientos de control de una empresa. En este sentido, puede resultar difícil o muy comprometedor emitir un juicio sobre dichos procedimientos de control sin examinarlos en forma suficiente, lo cual significa aplicar pruebas que permitan verificar juicios preliminares.

El control interno, a través de sus procedimientos, “genera” productos que en forma conjunta apoyan el logro de las metas de control; estos productos pueden ser de distinta naturaleza aunque la mayoría cuenta con un elevado componente de información. Los “productos” del control interno deben ser evaluados por el auditor al igual que los procedimientos que los generan y precisamente para este efecto se utilizan pruebas de auditoría.

Las pruebas de auditoría podrían ser clasificadas de la siguiente forma:

**Pruebas de existencia.** Este tipo de pruebas tiene el propósito NO de simplemente verificar la existencia de un procedimiento de control, sino de comprobar que un procedimiento que existe, en realidad exista porque proporciona beneficios a la organización.

Es importante cuestionar la existencia de un procedimiento de control antes de evaluar su efectividad, es decir, verificar si el procedimiento de control que se va a utilizar es una necesidad de negocio o simplemente un procedimiento de control que se ha utilizado en forma rutinaria.

Este tipo de pruebas son particularmente importantes cuando la auditoría tiene objetivos de eficiencia.



**Pruebas de cumplimiento o de eficacia.** Estas pruebas se aplican a los procedimientos de control establecidos por la empresa y permiten al auditor verificar que dichos procedimientos:

- Existen
- Son adecuados
- Funcionan consistentemente
- Son efectivos (se obtienen los resultados preestablecidos)

**Pruebas sustantivas.** Son aquellas pruebas tendientes a verificar que las características de los “productos” sean acordes a las especificaciones definidas para los mismos y que dichos productos estén siendo efectivos en el apoyo a los objetivos de control a los que estén asignados. Este tipo de prueba es muy importante en los trabajos de auditoría financiera, ya que su propósito principal es emitir un juicio sobre los estados financieros de una organización.

Particularmente, cuando las pruebas de auditoría implican la revisión de “partidas” o transacciones individuales, es necesario definir algunos criterios bajo los cuales se planean y ejecutan las pruebas de auditoría, los cuales son los siguientes:

**Naturaleza:** Esta característica representa el tipo de prueba que el auditor debe realizar; es decir el **CÓMO**.

**Alcance:** Esta característica representa qué proporción del universo deberá revisar el auditor; es decir **CUÁNTO y CUÁL**. En muchas ocasiones, el auditor se auxilia de métodos de muestreo (incluyendo el método estadístico).

**Oportunidad:** Esta característica representa el tiempo en que se deberá aplicar la prueba de auditoría; es decir el **CUÁNDO**.

## 5.5) Riesgos

**Riesgo:** es la probabilidad de ocurrencia de un evento no deseado (o la falta de ocurrencia de un evento sí deseado) y su impacto potencial. para una empresa.

Todas las organizaciones sin importar su giro o su tamaño operan con riesgos. Una de las funciones de la Dirección de las empresas es la administración adecuada de los riesgos, tratando de eliminarlos o minimizarlos.

Algunos riesgos surgen del medio ambiente en que operan las organizaciones, los cuales pueden deberse a situaciones generales de la economía, nuevos competidores, cambios en tendencias de los consumidores, etc.

Otros riesgos surgen de la propia operación de las empresas. Este tipo de riesgos puede deberse a la naturaleza de las empresas (existen actividades que tienen un elevado riesgo en sí mismo, tales como las casas de bolsa, compañías de seguros, bancos, etc.) o

a deficiencias en sus procesos de trabajo que permitan la ocurrencia de errores (accidentales) o irregularidades (voluntarias).

Un elemento adicional lo representa el empleo de tecnología de información, la cual puede brindar ventajas significativas a las empresas, pero también representan riesgos adicionales a los del medio ambiente y a los de operación de las empresas.

Como hemos visto, el nivel de riesgo de una empresa puede variar significativamente de acuerdo con los tres criterios que hemos visto, es decir, empresas que operen en un medio ambiente de alto riesgo, que su operación represente riesgos de negocio intrínsecos, que sus sistemas de trabajo presenten deficiencias de control y que hagan un intenso empleo de tecnología de información.

Las administraciones de las empresas definen e implantan procedimientos de control para administrar sus riesgos en tres formas básicamente:

- a) Evitar que situaciones negativas se presenten (evitar perder). Ej. impedir que se realicen transacciones fraudulentas.
- b) Evitar que situaciones favorables dejen de presentarse (evitar no ganar). Ej. evitar que se pierdan ventas por no contar con información adecuada sobre las existencias.
- c) Promover que se presenten situaciones favorables (ayudar a ganar). Ej. ganar un sector de mercado al ofrecer un nuevo servicio a clientes.

## 5.6) Impacto

El impacto representa uno de los componentes del riesgo y aunque pareciera que el impacto económico resulta el más importante para una empresa, en realidad no es el único ya que, dependiendo de la naturaleza de cada empresa, habría otros tipos de impacto que merecen nuestra atención.

Cualquier impacto que afecta a una empresa se reflejará finalmente en sus objetivos de negocio. Podemos ver como la mayoría de los objetivos de negocio, tendrán finalmente un impacto en el objetivo económico. También resulta interesante analizar el comportamiento del impacto en cada uno de los objetivos. Adicionalmente, este análisis facilitará la aplicación de medidas que tiendan a evitar los impactos y sus posibles consecuencias finales en términos económicos.

Como ejemplo, podemos comentar algunos de los tipos de impacto que resultan más comunes:

### a) Impacto económico.

Un impacto de tipo económico significa:

- la disminución directa de los ingresos de una empresa
- las erogaciones innecesarias o injustificadas o

la pérdida de nuevas oportunidades de negocio derivadas de una situación problemática.

**b) Impacto patrimonial.**

Un impacto importante que se puede manifestar es el daño, abuso o mal uso del patrimonio de la empresa. El patrimonio puede manifestarse en distintas formas:

- valores o dinero en efectivo;
- equipo, propiedades o instalaciones;
- información, tecnología o propiedad intelectual, e inclusive
- aspectos intangibles como la imagen pública de la empresa, su reputación comercial o la moral y ambiente de trabajo de sus colaboradores.

**c) Impacto en productividad.**

Un impacto de productividad representa el bajo aprovechamiento de recursos en el desempeño de las actividades de la empresa y/o cumplimiento de objetivos de desempeño. Este tipo de impacto normalmente tiene una repercusión económica.

**d) Impacto en servicio a clientes.**

Un impacto de este tipo se refleja en una disminución en la atención a clientes; en esta clasificación deben incluirse las deficiencias en la calidad de los productos de empresas de manufactura o comercialización, así como la calidad del servicio, ya sea éste el objetivo principal del negocio o un complemento a sus productos.

**e) Impacto en normatividad.**

Este tipo de impacto se refiere a los posibles incumplimientos a disposiciones o regulaciones que rigen la actividad de la empresa (cualquier violación a lineamientos que impliquen obligatoriedad a cualquier nivel para la empresa).

**f) Impacto en desarrollo institucional.**

El impacto al desarrollo institucional representa limitantes en el crecimiento de la empresa como una entidad económica y social. Lo anterior implica que no sólo se deben considerar problemas para el incremento de operaciones, de activos o de mercados, sino para el crecimiento y estabilidad de los recursos humanos de la organización, así como para el impacto que la empresa tiene en la comunidad.

**g) Impacto en posicionamiento competitivo.**

Este tipo de impacto se refiere a los efectos en los niveles de competitividad de la empresa ante nuevos “jugadores” en el mercado o en la incursión en nuevos mercados que la empresa considera como oportunidades estratégicas.

## 5.7) Documentación del control interno

El trabajo del auditor es susceptible de revisiones externas y de cuestionamientos que pueden surgir de cualquiera de los interesados en el trabajo del auditor. Por esta y otras razones, es necesario que todo el trabajo de auditoría quede debidamente documentado, especialmente la evidencia que soporte las conclusiones y recomendaciones del auditor. Tradicionalmente se han empleado tres métodos para documentar el estudio y evaluación del control interno y aún cuando en estos días se cuente con herramientas de productividad como procesadores de texto o hojas de cálculo, la esencia de los métodos continúa vigente, por cual se comentan a continuación:

### **Cuestionarios:**

Consisten en una serie estructurada de preguntas enfocadas a obtener información sobre la existencia y efectividad de los procedimientos de control interno en una organización. Una desventaja de este método es que los cuestionarios son estándar y en muchas ocasiones representan trabajo adicional al tener que discernir sobre preguntas que deben realizarse.

### **Narrativos:**

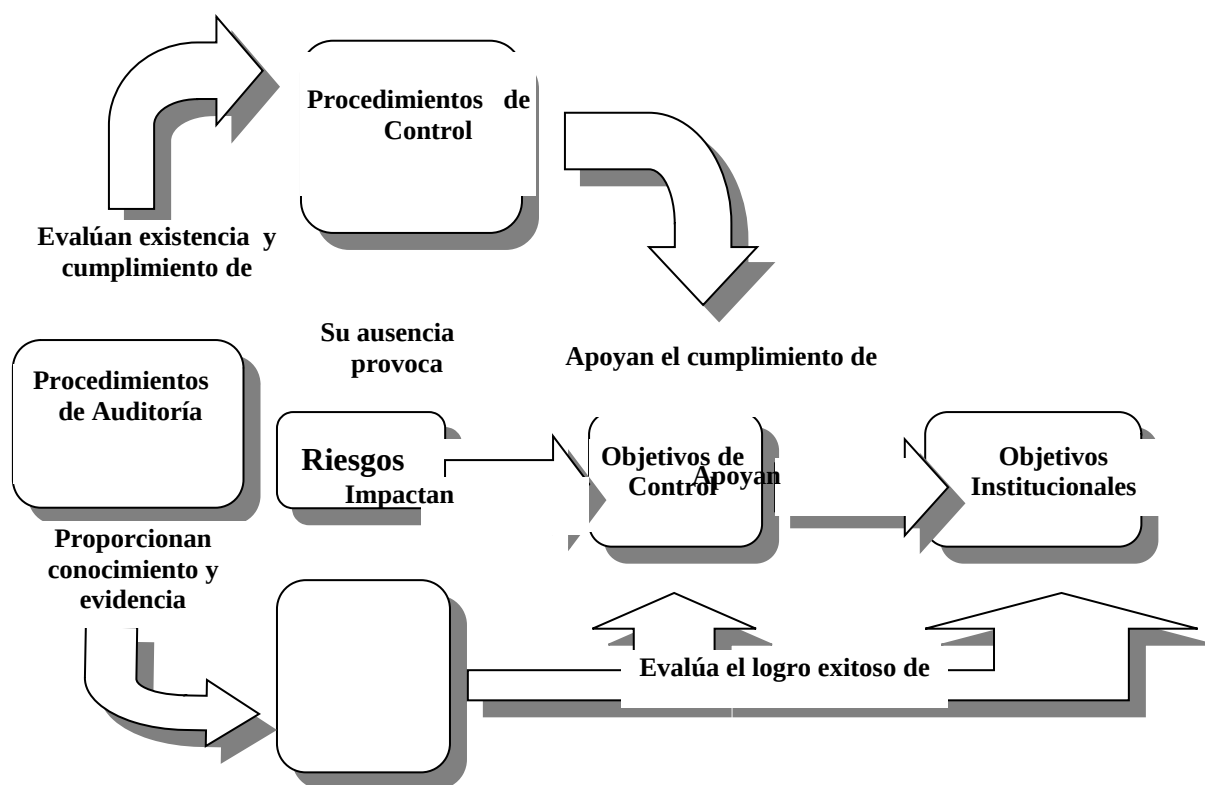
Este método consiste en desarrollar un documento descriptivo de los procedimientos de control interno existentes en una organización, lo cual permite realizar un análisis más detallado y objetivo sobre la eficacia de control interno. Estos narrativos, al contrario que el método anterior carecen de estandarización y propician una dependencia muy grande de las habilidades de análisis, síntesis y redacción del auditor.

### **Diagramas:**

Consisten en una representación gráfica de los procedimientos de control de una organización. Esta técnica es una buena ayuda esquemática, sin embargo existe el riesgo de que los diagramas sean muy complejos o que carezcan de una simbología o nomenclatura estándar, lo cual dificultaría su interpretación.

Una buena documentación del estudio y evaluación de control interno debería consistir en una combinación equilibrada de los tres métodos, sobre todo cuando se cuenta con las facilidades del software de productividad que hemos mencionado.

Veremos en un gráfico las ideas más importantes y la interacción de los conceptos vistos:



## **Bibliografía**

Reingeniería de la Auditoría Informática. Gustavo Adolfo Solís Montes. Capítulo Tercero – Pág. 55

Auditoría en Informática. Un enfoque Metodológico. Enrique Hernández Hernández. CECSA. 1997.