

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

“AUDITORÍA INTERNA AL PROCESO DE PAGO DE COMISIONES A  
DISTRIBUIDORES AUTORIZADOS POR LA VENTA DE SERVICIO  
DE TELEFONÍA MÓVIL PREPAGO EN UNA EMPRESA DE  
TELECOMUNICACIONES”

TESIS

PRESENTADA A LA HONORABLE JUNTA DIRECTIVA DE  
LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

POR

OSCAR EDISON GUARÁN MAZARIEGOS

PREVIO A CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE

CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR

EN EL GRADO ACADÉMICO DE

LICENCIADO

Guatemala, julio 2017

MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Decano:	Lic. Luis Antonio Suárez Roldán
Secretario:	Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales
Vocal primero:	Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez
Vocal segundo:	MSc. Byron Giovanni Mejía Victorio
Vocal tercero:	Vacante
Vocal Cuarto:	P. C. Marlon Geovani Aquino Abdalla
Vocal Quinto:	P.C. Carlos Roberto Turcios Pérez

PROFESIONALES QUE REALIZARON LOS EXÁMENES DE ÁREAS  
PRÁCTICAS BÁSICAS

Matemática - Estadística:	Lic. Felipe Hernández Sincal
Contabilidad:	Lic. Enma Yolanda Chacón Ordoñez
Auditoría:	Lic. Jorge Alberto Trujillo Corzo

PROFESIONALES QUE REALIZARON EL EXAMEN  
PRIVADO DE TESIS

Presidente:	Lic. Salvador Giovanni Garrido Valdez
Secretario:	Lic. Othir Misael Cardona Sales
Examinador:	Dr. Manuel Alberto Selva Rodas

Guatemala, 07 de septiembre 2016

Licenciado  
Luis Antonio Suarez Roldán  
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Su Despacho

Señor Decano


De conformidad con la designación contenida en el DICTAMEN-AUDITORÍA No. 053-2015, de fecha tres de febrero de dos mil quince, en el cual me designa como asesor para el trabajo titulado: "*Auditoría Interna al proceso de pago de comisiones a distribuidores autorizados por la venta de servicio de telefonía móvil prepago en una empresa de telecomunicaciones*", presentado por el estudiante Oscar Edison Guarán Mazariegos, carné 200711273; tengo el agrado de manifestarle que he revisado el trabajo mencionado, el cual merece mi aprobación.

El trabajo detallado presenta los requisitos y procedimientos que una investigación de esta naturaleza exige en lo relacionado a la auditoría interna.

Por lo antes expuesto me permito recomendar la aceptación como base para la realización del examen privado de tesis, previo a obtener el título de Contador Público y Auditor, en el grado de académico de Licenciado.

Sin otro particular y deseándole éxitos en sus labores.

Atentamente,



Sandra Lissette Pérez Flores  
Colegiado CPA-4113

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE  
GUATEMALA



FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS

EDIFICIO 3-8  
Ciudad Universitaria zona 12  
GUATEMALA, CENTROAMERICA

**DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, GUATEMALA,  
VEINTIDÓS DE MAYO DE DOS MIL DIECISIETE.**

Con base en el Punto QUINTO, inciso 5.3, subinciso 5.3.1 del Acta 08-2017 de la sesión celebrada por la Junta Directiva de la Facultad el 11 de mayo de 2017, se conoció el Acta AUDITORÍA 059-2017 de aprobación del Examen Privado de Tesis, de fecha 27 de febrero de 2016 y el trabajo de Tesis denominado: "AUDITORÍA INTERNA AL PROCESO DE PAGO DE COMISIONES A DISTRIBUIDORES AUTORIZADOS POR LA VENTA DE SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL PREPAGO EN UNA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES", que para su graduación profesional presentó el estudiante OSCAR EDISON GUARÁN MAZARIEGOS, autorizándose su impresión.

Atentamente,

*"ID Y ENSEÑAD A TODOS"*

EIC. CARLOS ROBERTO CABRERA MORALES  
SECRETARIO



LIC. LUIS ANTONIO SUÁREZ ROLDÁN  
DECANO



m.ch

## **ACTO QUE DEDICO**

- A Dios** Por su infinita misericordia y haber enviado a su hijo Jesucristo por medio de su madre la Virgen María, quienes me libran de todo mal y guían mis pasos en todo momento.
- A mis padres** Oscar René Guarán y Vicenta Lucía Mazariegos por haberme educado e instruido por el camino del bien.
- A mis amigos** Por el apoyo y por compartir alegrías y tristezas.
- A mí amada** Ana Lorena Sandoval, por su apoyo y amor incondicional.
- A mi inspiración** A la milagrosa imagen del Cristo yacente de San Felipe por los favores concedidos.
- A la facultad** De Ciencias Económicas, por concederme nuevos conocimientos y haberme permitido formarme profesionalmente.
- A la Universidad** De San Carlos de Guatemala, por hacerme sentir orgulloso de pertenecer a tan prestigiosa institución de excelencia académica.

## ÍNDICE

Página

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>i</b>
---------------------	----------

### CAPÍTULO I

#### CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE LAS EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES

1.1	Definición de empresa	1
1.2	Objetivo de las empresas	1
1.2.1	Objetivos económicos	2
1.2.2	Objetivos sociales	2
1.2.3	Objetivos técnicos	3
1.3	Clasificación de las empresas	3
1.3.1	Microempresa	3
1.3.2	Pequeña empresa	4
1.3.3	Mediana empresa	4
1.4	La telefonía móvil	4
1.4.1	Reseña histórica de la telefonía móvil	5
1.4.2	Historia de las telecomunicaciones en Guatemala	7
1.4.3	La telefonía móvil prepago	9
1.5	Empresas de telecomunicaciones	9
1.6	Sistema de numeración telefónica en Guatemala	10
1.7	Legislación aplicable	12
1.7.1	Decretos Números, 94-96, 47-2002, 82-2002, y 11-2006 Ley General de Telecomunicaciones	12
1.7.2	Decreto Número, 8-2013 Ley de Equipos Terminales Móviles	13
1.7.3	Decreto Número, 10-2012 Ley de Actualización Tributaria	13
1.7.4	Decreto Número 27-92, Ley del Impuesto al Valor Agregado	16

**CAPÍTULO II**  
**PROCESO DE PAGO DE COMISIONES A DISTRIBUIDORES**  
**AUTORIZADOS**

2.1	Distribuidor autorizado	19
2.2	La comisión por ventas	19
2.2.1	Tipos de comisión	19
2.2.2	Ventajas y desventajas del sistema de comisiones	19
2.3	Comisiones sobre ventas a distribuidores autorizados	20
2.4	Tipos de comisión	20
2.4.1	Comisión por activación	20
2.4.2	Comisión permanencia	21
2.4.3	Artículos utilizados para la venta del servicio móvil prepago	21
2.4.4	Proyectos de venta utilizados para el pago de comisiones	21
2.5	Registro de la información	22
2.5.1	Registro de ventas por el distribuidor autorizado	22
2.6	Validación y procesamiento de la información	23
2.6.1	Plataforma activaciones	24
2.6.2	Plataforma contable	24
2.6.3	Plataforma registro de ventas del distribuidor (Vitec)	24
2.6.4	Plataforma registro recargas de tiempo de aire	24
2.6.5	Plataforma registro tráfico de llamadas	25
2.7	Sábana de datos	25
2.8	Notificación y pago	25
2.9	Política de comisiones a distribuidores autorizados	26
2.10	Ámbito legal en telefonía móvil prepago	32
2.10.1	Ley de equipos terminales móviles, Decreto Número 08-2013	32
2.10.2	Ley del Impuesto al Valor Agregado Decreto Número 27 -92	33
2.11	El control interno	33
2.11.1	El papel del control interno	34

2.11.2	Los objetivos primarios del control interno	34
2.12	El registro contable	35
2.12.1	Las fases del método contable	36
2.13	Forma de contabilización gastos por comisión	36
2.13.1	Gastos por comisión	36
2.13.2	Información a revelar	37

### **CAPÍTULO III**

#### **AUDITORÍA INTERNA**

3.1	Definición de auditoría interna	39
3.1.1	Antecedentes históricos	40
3.2	Importancia de la auditoría interna	40
3.3	Objetivos de la auditoría interna	40
3.3.1	Objetivo general	40
3.3.2	Objetivos específicos	41
3.4	Marco internacional para la práctica auditoría interna	42
3.4.1	Normas internacionales para el ejercicio de auditoría interna	42
3.4.2	Guías para la práctica de auditoría interna	44
3.4.3	La posición de la auditoría interna	45
3.5	Código de Ética	46
3.5.1	Normas de Ética en Contaduría Pública y Auditoría	47
3.5.2	Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad IFAC	47
3.6	Desarrollo de la auditoría interna	48
3.6.1	Plan de auditoría interna	49
3.6.2	Levantamiento de información	51
3.6.3	Documentación de auditoría (papeles de trabajo)	52
3.6.4	Aplicación de pruebas de auditoría	55
3.6.5	Muestreo de auditoría	55
3.6.6	Evaluación de la información	57
3.6.7	Hallazgos y observaciones de auditoría	58



3.6.8	Requisitos básicos de un hallazgo de auditoría	59
3.6.9	Comunicación de resultados	59
3.6.10	Monitoreo y seguimiento	61

## **CAPÍTULO IV**

### **AUDITORÍA INTERNA AL PROCESO DE PAGO DE COMISIONES A DISTRIBUIDORES AUTORIZADOS POR LA VENTA DE SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL PREPAGO EN UNA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES (CASO PRÁCTICO)**

4.1	Antecedentes de la empresa	62
4.2	Estructura de la organización	63
4.3	Contenido general	66
4.3.1	Índice de papeles de trabajo	67
4.3.2	Estatuto de auditoría interna	69
4.3.3	Nombramiento de auditoría interna	72
4.3.4	Plan de Auditoría Interna al proceso de pago de comisiones	73
4.3.5	Programa de auditoría interna	77
4.4	Informe de auditoría interna	128
4.4.1	Hallazgos y recomendaciones	130
4.5	Monitoreo y seguimiento	133
	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>135</b>
	<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>136</b>
	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>137</b>
	<b>ANEXOS</b>	<b>140</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>No.</b>	<b>Nombre</b>	<b>Página</b>
No. 1	Teléfonos móviles por operador, segundo semestre 2014.	11
No. 2	Distribución dígitos locales según zona geográfica.	11
No. 3	Distribución horas hombre planificación Auditoría Interna.	75
No. 4	Detalle de recursos a utilizar.	75

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>No.</b>	<b>Nombre</b>	<b>Página</b>
No. 1	Flujo de trabajo del área de pago de comisiones.	31
No. 2	Modelo tres líneas de defensa.	45
No. 3	Organigrama institucional.	65

## INTRODUCCIÓN

La facilidad de la comunicación en la sociedad es posible gracias a la tecnología, consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos, desde el punto de vista técnico se entiende por comunicación el hecho que un determinado mensaje originado en el punto A llegue al punto B, distante del anterior en el espacio tiempo.

La comunicación comienza en los primeros signos de vida y procesos de cambio muy sutil, a las conversaciones completas. La comunicación humana se revolucionó hace 200,000 años, los símbolos se desarrollaron hace 30,000 años y la escritura 7,000 años.

La comunicación es parte esencial de la experiencia humana; sin embargo, cuando la humanidad evoluciona, la tecnología está evolucionando con ella y afecta la forma en que el aspecto comunicativo funciona. Los efectos de la tecnología moderna en la forma en que las personas se comunican entre sí son muy amplias y variadas, con impactos negativos o positivos. La tecnología moderna está aumentando la accesibilidad de la comunicación y la ampliación de la cobertura del teléfono e internet está permitiendo a las personas de las zonas más remotas y rurales interactuar unas con otras. Esto no sólo amplía las bases de experiencia, sino que permite a las personas trabajar desde casi cualquier lugar. Esta tecnología crea posibilidades de comunicación que no existían.

Guatemala no es ajena a esta tendencia, ya que la telefonía móvil ocupa un sector económico importante, siendo el servicio móvil prepago el preferido por los usuarios, debido a que se adquiere de forma fácil y es de rápida contratación, las compañías que operan estos servicios permiten activar el

servicio a bajo costo y el usuario puede controlar el presupuesto comprando tiempo de aire de un monto determinado, cuyo valor puede variar desde cinco (Q 5.00) hasta doscientos quetzales (Q 200.00), la ventaja de esta es que no hay un contrato y el usuario elige cuando y cuanto gastar.

El aumento en los usuarios que utilizan este servicio, representa un crecimiento económico para las empresas de telecomunicaciones, por tanto el profesional de las ciencias económicas, se ve en la necesidad de actualizarse constantemente en este tema, para poder reducir los riesgos relacionados con las operaciones en este tipo de empresas.

El presente trabajo de tesis pretende dar a conocer al estudiante de la carrera de Contaduría Pública y Auditoría, así como al público en general, desde el punto de auditoría interna al proceso de pago de comisiones a distribuidores autorizados por la venta del servicio de telefonía móvil prepago.

En el capítulo I se dan algunas definiciones de empresa, así como las distintas clasificaciones, antecedentes históricos sobre la telefonía móvil en Guatemala y el marco legal en que se rigen las empresas de telecomunicaciones.

En el capítulo II describe el proceso de pago de comisiones en las empresas de telecomunicaciones, así como de control interno por la venta de servicio de telefonía móvil prepago.

En el capítulo III puntualiza la importancia que tiene la auditoría interna en cualquier ámbito económico, se detallan las fases de la Auditoría interna, los diferentes tipos de objetivos, el plan de auditoría así como el informe final de auditoría.

En el capítulo IV se desarrolla un caso práctico donde se revisará el proceso existente de pago de comisiones por la venta del servicio de telefonía móvil prepago a distribuidores autorizados, de manera que se tenga certeza del cumplimiento de las políticas, procedimientos y normativas aplicables.

Como último punto se presentan las conclusiones y recomendaciones, en donde se han plasmado los puntos más significativos del trabajo de auditoría interna en el proceso de pago de comisiones por la venta de servicio de telefonía móvil prepago a distribuidores autorizados.

# **CAPÍTULO I**

## **CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE LAS EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES**

### **1.1 Definición de empresa**

Desde el punto de vista de la economía se ha definido como aquella organización de factores de producción (bienes naturales, trabajo y técnicas) que tienden a producir mercancías o a la prestación de servicios destinados a la concurrencia en el mercado guiada por el deseo de lucro.

La aparición de la empresa se deriva con la producción de los bienes para satisfacer las necesidades humanas, en el seno de cada familia en régimen de autoconsumo.

“El conjunto de trabajo, de elementos materiales y de valores incorpóreos coordinados, para ofrecer al público, con propósito de lucro y de manera sistemática, bienes o servicios. La empresa mercantil será reputada como un bien mueble”. (1:112)

### **1.2 Objetivo de las empresas**

La empresa al actuar dentro de un marco social e influir directamente en la vida del ser humano, necesita un patrón u objetivos deseables que le permita satisfacer las necesidades del medio en que actúa, fijándose así los objetivos empresariales que son:

### **1.2.1 Objetivos económicos**

Son los que tienden a lograr beneficios monetarios estos son:

- a) Cumplir con los intereses monetarios de los inversionistas al retribuirlos con dividendos justos sobre la inversión realizada.
- b) Cubrir los pagos a acreedores por intereses sobre préstamos concedidos.
- c) Mantener el capital a valor presente.
- d) Obtener beneficios arriba de los intereses bancarios para repartir utilidades a inversionistas.
- e) Reinvertir en el crecimiento de la empresa.

### **1.2.2 Objetivos sociales**

Aquellos que contribuyen al bienestar de la comunidad, en los que se enmarcan los siguientes:

- a) Satisfacer las necesidades de los consumidores con bienes o servicios de calidad, en las mejores condiciones de venta.
- b) Incrementar el bienestar socioeconómico de una región al consumir materias primas y servicios; y a crear fuentes de trabajo.
- c) Cubrir, mediante organismos públicos o privados, seguridad social.
- d) Contribuir al sostenimiento de los servicios públicos mediante el pago de cargas tributarias.
- e) Producir productos y bienes que no sean nocivos al bienestar de la comunidad.

### **1.2.3 Objetivos técnicos**

Son los dirigidos a la optimización de la tecnología, estos son:

- a) Utilizar los conocimientos actuales y las aplicaciones tecnológicas modernas en las diversas áreas de la empresa, para contribuir al logro de sus objetivos.
- b) Propiciar la investigación y mejoramiento de técnicas actuales para la creación de tecnología nacional.
- c) Investigar las necesidades del mercado para crear productos y servicios competitivos.

### **1.3 Clasificación de las empresas**

Según el Ministerio de Economía de Guatemala las empresas se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Microempresa.
- Pequeña empresa.
- Mediana empresa.

#### **1.3.1 Microempresa**

Toda unidad de producción, que realiza actividades de transformación, servicios o comercio, con un mínimo de un (1) trabajador que puede ser el mismo propietario a un máximo de diez (10) trabajadores con una generación en ventas anuales equivalentes a un mínimo de un (1) salario mínimo a un máximo de (190) salarios mínimos mensuales de actividades no agrícolas.



### **1.3.2 Pequeña empresa**

Toda unidad de producción, que realiza actividades de transformación, servicios o comercio, con un mínimo de once (11) trabajadores y un máximo de ochenta (80) con una generación en ventas anuales equivalentes a un mínimo de ciento noventa y uno (191) salarios mínimos a un máximo de tres mil setecientos (3,700) salarios mínimos mensuales de actividades no agrícolas.

### **1.3.3 Mediana empresa**

“Toda unidad de producción, que realiza actividades de transformación, servicios o comercio, con un mínimo de ochenta y uno (81) trabajadores y un máximo de doscientos (200) con una generación en ventas anuales equivalentes a un mínimo de tres mil setecientos uno (3,701) salarios mínimos a un máximo de quince mil cuatrocientos veinte (15,420) salarios mínimos mensuales de actividades no agrícolas.”(13:2)

## **1.4 La telefonía móvil**

Es un sistema de comunicación telefónica totalmente inalámbrica, en este caso los sonidos se convierten en señales electromagnéticas, que viajan a través del aire, siendo recibidas y transformadas nuevamente en mensaje a través de antenas repetidoras o vía satélite.

La telefonía móvil, también llamada telefonía celular, básicamente está formada por dos grandes partes: una red de comunicaciones y los terminales que permiten el acceso a dicha red.

La comunicación telefónica es posible gracias a la interconexión entre centrales móviles y públicas. Según las bandas o frecuencias en las que opera el móvil, podrá funcionar en una parte u otra del mundo.

La telefonía móvil consiste en la combinación de una red de estaciones transmisoras o receptoras de radio llamados repetidores, estaciones base y una serie de centrales telefónicas de conmutación que posibilita la comunicación entre terminales telefónicos portátiles o entre terminales portátiles y teléfonos de la red fija tradicional. En su operación, el teléfono móvil establece comunicación con una estación base y a medida que se traslada, los sistemas computacionales que administran la red van transmitiendo la llamada a la siguiente estación base, de forma transparente para el usuario. Las estaciones base forman una red de celdas, cual panal de abeja, sirviendo cada estación base a los equipos móviles que se encuentran en su celda.

#### **1.4.1 Reseña histórica de la telefonía móvil**

Los primeros sistemas de telefonía móvil civil empezaron a desarrollarse a finales de los años de 1940 en los Estados Unidos. Eran sistemas de radio analógicos que utilizaban en el primer momento modulación en amplitud modulada (AM) y posteriormente modulación en frecuencia modulada (FM). Se popularizó el uso de sistemas FM gracias a su superior calidad de audio y resistencia a las interferencias. El servicio se daba en las bandas de HF y VHF.

Los primeros equipos eran enormes y pesados, por lo que estaban destinados casi exclusivamente a su uso a bordo de vehículos, generalmente se instalaba

el equipo de radio en el maletero y se pasaba un cable con el teléfono hasta el salpicadero del vehículo.

A finales de los años de 1950 el científico soviético Leonid Kupriyanovich desarrolló un sistema de comunicación móvil que culmina en el modelo KL-1 que utiliza ondas de radio y es capaz de alcanzar una distancia de 30 km pudiendo servir a varios clientes. Este teléfono móvil fue patentado el 11 de enero de 1957 con el certificado de patente Número 115494. Este fue la base para su investigación que comenzó el año siguiente en el Instituto de Investigación Científica de Voronezh. De esta investigación y desarrollo surgió el "Altay" que fue distribuido comercialmente en 1963 llegando a estar presente en más de 114 ciudades de la Unión Soviética, dando servicio a hospitales y médicos. El sistema se extendió por otros países de Europa del este como Bulgaria quien lo mostraría en la exposición internacional. En 1961 diseñó un terminal, pequeño que cabía en la palma de la mano y tenía un alcance de más de 30 kilómetros.

Una de las compañías pioneras que se dedicaron a la explotación de este servicio fue la estadounidense Bell. Su servicio móvil no era un servicio popular porque era extremadamente caro, pero estuvo operando con actualizaciones tecnológicas desde 1946 hasta 1985.

En 1955, Leonid Kupriyanovich publicó en una revista científica para amantes de la radio, una descripción de su aparato walkie-talkie, capaz de hacer conexiones de hasta 1.5 kilómetros de distancia. Pesaba cerca de 1,2 kilos y funcionaba con dos tubos de vacío. En 1957 presentó la misma versión de su walkie-talkie, pero esta vez con un alcance de 2 kilómetros de distancia y con un peso de 50 gramos. El inventor soviético patentó su teléfono móvil en 1957, el 3 de abril de 1973 Martín Cooper directivo de Motorola realizó la primera

llamada desde un teléfono móvil del proyecto DynaTAC 8000X desde una calle de Nueva York. Precisamente a su mayor rival en el sector de telefonía: Joel Engel, de los Bell Labs de AT&T.

El DynaTAC 8000X es presentado oficialmente en 1984, año en que se empezó a comercializar. El teléfono pesaba cerca de 1 kg y su batería duraba una hora de comunicación o una jornada laboral (ocho horas) en espera, con pantalla de led; Ameritech Mobile Communications, fue la primera empresa en los Estados Unidos en proporcionar servicio de telefonía móvil al público general.

#### **1.4.2 Historia de las telecomunicaciones en Guatemala**

En el año 1881 que se formaliza la utilización telefónica pública mediante el enlace existente de línea física telegráfica entre la ciudad capital y la ciudad de Antigua Guatemala, iniciándose el servicio público por parte del Estado a sólo cinco años del nacimiento del teléfono en el mundo.

La Compañía de Teléfonos de Guatemala tuvo un significativo crecimiento durante los primeros años de este siglo, llegando a contar con 900 abonados en 1909. El capital de esta compañía se forma por 4,000 acciones de US\$100.00 cada una. El servicio prestado al público es de excelente calidad y sin interrupciones durante las 24 horas diarias y todos los días de la semana. El centro operativo constituido por el salón general de conmutación manual interconecta a los 900 abonados de la ciudad capital de Guatemala.

Las acciones de la Compañía son progresivamente adquiridas por alemanes y en el año 1916 la empresa fue intervenida y nacionalizada, permaneciendo

así hasta 1927, cuando el sistema sufrió el cambio tecnológico hacia el servicio telefónico automático, el derrocamiento de Estrada Cabrera y la instalación del oligarca liberal Carlos Herrera como presidente (1920-1921) significaron un fortalecimiento de la tendencia hacia el control nacional de la infraestructura. La nueva Constitución de 1921 estableció que el Estado se reserva la propiedad de los servicios postales, telegrafía, radiotelegrafía, navegación aérea, emisión de dinero. No obstante, en 1925 la compañía estadounidense All American Cables Incorporated inició operaciones en el campo de servicios de telecomunicaciones internacional.

El presidente en aquel entonces General Jorge Ubico puso un fuerte énfasis en la construcción de edificios públicos, carreteras, en la electricidad y las comunicaciones. La construcción de medios para la electricidad y la telefonía se extendió a paso rápido, y hacia 1940 la red alcanzaba todos los departamentos de la República, con solo dos departamentos que disponían de menos de cinco agencias telegráficas.

La principal intención de Ubico, con el establecimiento de un programa de comunicación, era extender su propio poder y control. Se dice que él habría estado totalmente impunto de las implicaciones políticas de las comunicaciones instantáneas, las que permitían un control directo de la nación entera desde la capital, y más específicamente desde la Casa Presidencial. Las comunicaciones oficiales eran responsabilidad del departamento de Obras Públicas, pero todos los proyectos requerían la aprobación personal de Ubico.

Sin embargo, Ubico pronto descubrió las limitaciones financieras que el magro ingreso estatal le imponía a su trabajo. Una característica del Estado guatemalteco eran sus severas restricciones fiscales, pero también su contención en cuanto al aumento de los impuestos y la adquisición de

préstamos extranjeros. La renuencia a incurrir en deudas se originó a finales del siglo XIX, cuando los oligarcas locales prefirieron invertir directamente en infraestructura, en vez de aceptar préstamos externos para ello.

El 15 de septiembre de 1932, día en que se conmemora la independencia en Centroamérica, se inaugura el servicio telefónico manual en tres poblaciones del suroriente del país: Fraijanes, Barberena y Cuilapa; extendiéndose hasta la frontera con la hermana república de El Salvador con lo que queda formalmente activo el servicio entre las dos capitales. En el año 1959 se ponen en servicio los primeros teléfonos monederos. En total son 60 aparatos localizados en la capital y otras ciudades (Quetzaltenango, Antigua, Amatitlán y Escuintla), siendo ésta la primera fase del proyecto que llega a 400 unidades al final de su realización, y a la fecha el servicio ha ido evolucionando a pasos agigantados llevando su cobertura a nivel nacional.

### **1.4.3 La telefonía móvil prepago**

Tipo de abono o contratación de los servicios de telefonía móvil consistente en abonar por adelantado una cierta cantidad de dinero al operador. A cambio éste entrega una recarga electrónica para un consumo equivalente al importe abonado, aunque el coste resultante de la llamada suele ser mayor que el del abono fijo.

## **1.5 Empresas de telecomunicaciones**

La industria de las telecomunicaciones ofrece los servicios de telefonía tradicional, telefonía móvil, acceso a Internet de banda ancha y transmisión de video.

El ente regulador en Guatemala es la Superintendencia de Telecomunicaciones, este tiene a su cargo el velar por el cumplimiento de las normas vigentes, este es un organismo eminentemente técnico del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda, que como funciones principales tiene las siguientes:

- a) Administrar y supervisar la explotación del espectro radioeléctrico.
- b) Administrar el Registro de Telecomunicaciones.
- c) Dirimir las controversias entre los operadores surgidas por el acceso a recursos esenciales.
- d) Elaborar y administrar el plan nacional de numeración.
- e) Aplicar cuando sea procedente, las sanciones contempladas en la Ley General de Telecomunicaciones.
- f) Participar como el órgano técnico representativo del país, en coordinación con los órganos competentes, en las reuniones de los organismos internacionales de telecomunicaciones y en las negociaciones de tratados, acuerdos y convenios internacionales en materia de telecomunicaciones.

## **1.6 Sistema de numeración telefónica en Guatemala**

La República de Guatemala cuenta con el código de área internacional 502 (lista de prefijos telefónicos), localmente la numeración de 8 dígitos desde el 18 de septiembre de 2004, es en realidad una división de los números en áreas de 7 dígitos cada una, con el número de área integrado en cada marcación.

### CUADRO No. 1

#### Teléfonos móviles por operador, Segundo semestre 2014

	Telefónica	Comcel	Telgua	Total	%
Terminales Móviles de Crédito	312,905	357,644	413,098	1,083,647	5%
Terminales Móviles de Prepago	4,551,682	9,942,938	6,138,090	20,632,710	95%
<b>Total</b>	<b>4,864,587</b>	<b>10,300,582</b>	<b>6,551,188</b>	<b>21,716,357</b>	<b>100%</b>

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones de Guatemala

### CUADRO No. 2

#### Distribución dígitos locales según zona geográfica

Región	Área + Teléfono
Ciudad de Guatemala	2 + 7 dígitos locales (2-1234567)
Zona Metropolitana	6 + 7 dígitos locales (6-1234567)
Resto del País	7 + 7 dígitos locales (7-1234567)
Redes Móviles	3 + 7 dígitos locales (3-1234567)
Redes Móviles	4 + 7 dígitos locales (4-1234567)
Redes Móviles	5 + 7 dígitos locales (5-1234567)

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones de Guatemala



## **1.7 Legislación aplicable**

Las empresas de telecomunicaciones que operan en Guatemala, están sujetas a las disposiciones fiscales y legales, en lo que se refiere al aspecto fiscal la entidad encargada de regir sus actividades tributarias es la Superintendencia de Administración Tributaria, en lo que se refiere a las disposiciones legales, es sujeta por la Superintendencia de Telecomunicaciones. A continuación se mencionan las principales leyes que tienen relación con las actividades de estas:

### **1.7.1 Decretos Números, 94-96, 47-2002, 82-2002, y 11-2006 Ley General de Telecomunicaciones**

El objeto de esta ley es establecer un marco legal para desarrollar actividades de telecomunicaciones y normar el aprovechamiento y la explotación del espectro radioeléctrico, con la finalidad de apoyar y promover el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones, estimular las inversiones en el sector, fomentar la competencia entre los diferentes prestadores de servicios de telecomunicaciones.

La Superintendencia, por medio del Superintendente, de conformidad con lo preceptuado en los artículos anteriores, tendrá las funciones siguientes:

- a) Crear, emitir, reformar y derogar sus disposiciones internas.
- b) Administrar y supervisar la explotación del espectro radioeléctrico.
- c) Administrar el registro de Telecomunicaciones.
- d) Dirimir las controversias entre los operadores surgidas por el acceso a recursos esenciales.

- e) Elaborar y administrar el plan nacional de numeración.
- f) Aplicar, cuando sea procedente, las sanciones contempladas en la presente ley.
- g) Participar como el órgano técnico representativo del país, en coordinación con los órganos competentes, en las reuniones de los organismos internacionales de telecomunicaciones y en las negociaciones de tratados, acuerdos y convenios internacionales en materia de telecomunicaciones.
- h) Velar por el cumplimiento de esta ley y demás disposiciones aplicables.

### **1.7.2 Decreto Número, 8-2013 Ley de Equipos Terminales Móviles**

El presente decreto tiene como objetivo crear y regular, un registro de los usuarios actuales y futuros de los servicios de telecomunicaciones móviles, así como un registro de importadores, vendedores y distribuidores de equipos terminales móviles.

Un registro de los distribuidores y comercializadores por la venta y distribución de tarjetas SIM en el país. La restricción del uso y portación de equipos terminales móviles que sean denunciados como robados, hurtados o reportados como extraviados, así como aquellos equipos que hayan sido alterados.

### **1.7.3 Decreto Número, 10-2012 Ley de Actualización Tributaria**

Se refiere a un impuesto sobre toda renta que obtengan las personas individuales, jurídicas, entes o patrimonios, domiciliados o no en el país y que están obligadas al pago del impuesto cuando se verifique el hecho generador

del mismo. Como renta de fuente guatemalteca se considera todo ingreso que haya sido generado por capitales, bienes, servicios y derechos de cualquier naturaleza invertidos en el país, o que tenga su origen en cualquier actividad en Guatemala.

Dentro de los tipos de régimen están:

- Régimen Sobre las Utilidades de Actividades Lucrativas.

Los contribuyentes que se inscriban al régimen sobre las utilidades de actividades lucrativas, deben determinar su renta imponible, deduciendo de su renta bruta las rentas exentas y los costos y gastos deducibles y debe sumar los costos y gastos para la generación de rentas exentas.

En el artículo 36 se indica que los contribuyentes inscritos a este régimen aplican a la base imponible determinada el tipo impositivo del veinticinco por ciento (25%). Los contribuyentes sujetos al impuesto sobre la renta en el régimen sobre las utilidades de actividades lucrativas deben realizar pagos trimestrales, y para determinar el monto del pago trimestral el contribuyente podrá optar por una de las siguientes fórmulas:

- a) Efectuar cierres contables parciales o una liquidación preliminar de sus actividades al vencimiento de cada trimestre, para determinar la renta imponible; o
- b) Sobre la base de una renta imponible estimada en ocho por ciento (8%) del total de las rentas brutas obtenidas por actividades que tributan por este régimen en el trimestre respectivo, excluidas las rentas exentas.

Una vez seleccionada cualquiera de las opciones establecidas en las literales anteriores, ésta no podrá ser variada sin la autorización previa de la Administración Tributaria. El pago del impuesto se efectúa por trimestres vencidos y se liquida en forma definitiva anualmente.

“El pago del impuesto trimestral se efectúa por medio de declaración jurada y debe realizarse dentro de los diez (10) días siguientes a la finalización del trimestre que corresponda, excepto el cuarto trimestre que se pagará cuando se presente la declaración jurada anual. Los pagos efectuados trimestralmente serán acreditados para cancelar el Impuesto Sobre la Renta de este régimen en el referido período anual de liquidación.”(2:29)

- Régimen opcional simplificado sobre ingresos de actividades lucrativas

Este régimen se encuentra contemplado en el artículo 43 del Libro I e indica que los contribuyentes inscritos al régimen opcional simplificado sobre ingresos de actividades lucrativas, deben determinar su renta imponible deduciendo de su renta bruta las rentas exentas y el tipo impositivo.

Los contribuyentes inscritos en este régimen, deberán presentar declaración jurada mensual en la que describirán el monto total de rentas obtenidas durante el mes inmediato anterior, el monto de las rentas exentas, el monto de las rentas de las cuales fue objeto de retención y el monto de las rentas de las cuales presentará pago en forma directa y el impuesto a pagar derivado de estas últimas, dentro del plazo de los primeros diez (10) días del mes siguiente a aquel en que emitió las facturas respectivas. A dicha declaración se acompañará un anexo que para el efecto pondrá a disposición la Administración Tributaria, en el que se detalle las facturas emitidas, las

retenciones que le fueron practicadas, el nombre y Número de Identificación Tributaria del cliente, el monto facturado. Los contribuyentes inscritos en este régimen deben presentar declaración jurada informativa anual.

Los contribuyentes bajo este régimen deben hacer constar en sus facturas de ventas o prestación de servicios la frase "sujeto a retención definitiva".

#### **1.7.4 Decreto Número 27-92, Ley del Impuesto al Valor Agregado**

Este indica que son contribuyentes de este impuesto toda persona individual o jurídica que realicen en el territorio nacional, en forma habitual o periódica, actos gravados según lo indicado con esta ley. Este impuesto debe pagarse en el mes inmediato siguiente a la fecha de la emisión de la factura o en que el contribuyente perciba la remuneración. De acuerdo a lo indicado en esta ley se entenderá por servicio la acción o prestación que una persona hace para otra y por la cual percibe un honorario siempre que no sea en relación de dependencia.

La base imponible en la prestación de servicios será el precio de los mismos menos los descuentos concedidos. El débito fiscal es la suma del impuesto cargado por el contribuyente en las operaciones afectas realizadas y el crédito fiscal es la suma del impuesto cargado al contribuyente por las operaciones afectas realizadas durante el mismo período.

El impuesto pagado por la adquisición, importación o construcción de activos fijos, se reconocerá como crédito fiscal cuando los mismos estén directamente vinculados al proceso de producción o de comercialización de los bienes y servicios del contribuyente, no integrará el costo de adquisición de los mismos

para los efectos de la depreciación anual. Para establecer qué bienes o servicios se consideran vinculados con el proceso de producción o de comercialización de bienes y servicios del contribuyente, la Administración Tributaria aplicará los siguientes criterios: a) Que los bienes o servicios formen parte de los productos o de las actividades necesarias para su comercialización nacional o internacional. b) Que los bienes o servicios se incorporen al servicio o a las actividades necesarias para su prestación dentro o fuera del país.

El crédito fiscal se reconocerá cuando se cumpla con lo siguiente: que se encuentre respaldado por las facturas, facturas especiales, notas de crédito; que dichos documentos se emitan a nombre del contribuyente y que tengan su Número de Identificación Tributaria; que el documento indique en forma detallada la compra de bienes y clase de servicio; se encuentren registrados en el libro de compras. Los contribuyentes deberán llevar y mantener al día un libro de compras y servicios recibidos y otro de ventas y servicios prestados que podrán ser llevados en forma manual o computarizada.

## **CAPÍTULO II**

### **PROCESO DE PAGO DE COMISIONES A DISTRIBUIDORES AUTORIZADOS**

#### **2.1 Distribuidor autorizado**

La definición según el diccionario de la Real Academia Española:

“Distribuidor -ra adj./s. m. y f. Se aplica a la persona o entidad que recibe un producto del fabricante y lo entrega a los comerciantes.”(20)

Los distribuidores son compañías que compran bienes o servicios y los comercializan a otras compañías para obtener ganancias. Dichas compañías a veces son llamadas mayoristas.

Los distribuidores además deben conocer bien el nicho para satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores finales. Aunque los distribuidores pocas veces les venden a los consumidores, ellos son los que manejan la demanda de un producto. Los pequeños negocios compran a los distribuidores debido a estos consumidores. Escoger un producto que tenga mucha demanda es difícil, y más difícil aún es mantener esa demanda.

#### **2.2 La comisión por ventas**

Generalmente una comisión es un porcentaje sobre el precio de venta de un producto. Por ejemplo, si un vendedor recibe un 10% de comisión sobre sus ventas y vende un mil quinientos quetzales (Q1,500.00) de mercancías, ganaría una comisión de ciento cincuenta quetzales (Q150.00).

Las comisiones de venta son un pago extra que un vendedor recibe por realizar una venta exitosamente. A mayor cantidad de ventas, mayor cantidad de comisiones recibe. Al ofrecer comisión de ventas, las compañías fuerzan los incentivos de los vendedores a alinearse con los propios de la empresa: vender la mayor cantidad de un producto, con la mayor eficiencia posible. Un empleado al que le pagan un salario por hora puede ganar lo mismo que otro quien trabaja el doble de horas. Bajo un sistema de comisiones, quien produce más, es mejor compensado.

### **2.2.1 Tipos de comisión**

Todas las comisiones envuelven el pagar por realizar una venta, pero la forma como se calculan las comisiones varía. A veces, las comisiones son un porcentaje directo del valor del artículo vendido. Un agente podría hacer un porcentaje del 3% de todas las ventas.

También existen las comisiones planas, donde un vendedor obtiene un valor nominal por cada venta. Un ejemplo podría ser un vendedor de autos quien gana Q 5,000.00 de comisión por cada auto que vende. Las comisiones también pueden venir en forma de un sistema de bonos que premia a los vendedores productivos periódicamente por el rendimiento total de ventas, en vez de por cada venta específica.

### **2.2.2 Ventajas y desventajas del sistema de comisiones**

La mayor ventaja del sistema de comisiones es que premia el éxito y la productividad, y que les da a los vendedores un potencial ilimitado de ingresos. Esto resulta frecuentemente en motivación para quienes están dispuestos a



trabajar más tiempo. Una gran desventaja de este sistema es que los clientes suelen preferir no trabajar con vendedores por comisión, porque vendedores que tienen un interés en particular en realizar una venta pueden ser agresivos e imponentes, aunque el cliente no muestre interés. Otra desventaja es que algunos empleados obtienen poco y a veces ningún sueldo aparte de sus comisiones, por lo tanto si no venden el producto, reciben muy poco o nada de sueldo, lo que hace que el ambiente de trabajo sea estresante y tenso.

### **2.3 Comisiones sobre ventas a distribuidores autorizados**

La empresa de telecomunicaciones objeto de estudio hace uso de los servicios de distribuidores autorizados, como medio para la adquisición del servicio de telefonía móvil prepago por parte del público en general, convirtiéndose en el principal medio para la realización de ventas.

### **2.4 Tipos de comisión**

Es oportuno nombrar los diferentes tipos de comisión que utiliza la empresa de telecomunicaciones para el pago a los distribuidores autorizados los cuales se basan en las políticas establecidas.

#### **2.4.1 Comisión por activación**

Este se basa en pagar una comisión a un número telefónico que se encuentra en estado "FT" (first time, y/o primera vez) y pasa a un estado "NORMAL", (activo) asignado al Distribuidor Autorizado, este es detectado por la plataforma de activaciones, mediante una recarga de tiempo de aire o mediante el método de recarga por tarjeta prepago, dependiendo del valor

monetario recargado se pagará la comisión que ya se encuentra establecida en políticas de la empresa de telecomunicaciones.

#### **2.4.2 Comisión permanencia**

Este se basa en monitorear por un tiempo establecido en días o meses dependiendo del proyecto de comisión, al comportamiento de consumo en recargas de tiempo de aire a los números telefónicos activados con anterioridad, la comisión dependerá de lo que se recargue mes a mes y de la política que se aplique.

#### **2.4.3 Artículos utilizados para la venta del servicio móvil prepago**

La venta del servicio de telefonía móvil prepago, cuenta con una variedad de dispositivos móviles y de accesorios que hacen posible la conexión a la red telefónica y de datos ofrecidos por la empresa de telecomunicaciones los cuales se detallan a continuación:

- a) Kit (Aparato celular más tarjeta sim).
- b) Tarjeta Sim (chip telefónico).
- c) Recargas electrónicas (tiempo de aire).

#### **2.4.4 Proyectos de venta utilizados para el pago de comisiones**

La comisión por venta del servicio de telefonía móvil prepago a Distribuidores Autorizados es diversa, esta depende de los diferentes proyectos de ventas diseñados conforme estudios de mercado dependiendo del área geográfica al que se ofrece, estos se detallan a continuación:

- a) Proyecto activación ventas calle (aplica kit y tarjeta sim).
- b) Proyecto activación en puntos de venta del distribuidor autorizado (aplica kit y tarjeta sim).
- c) Proyecto de ventas mediante el uso de empresas de marketing (aplica kit y tarjeta sim).

La función primordial de los proyectos desarrollados es ofrecer al usuario el servicio de telefonía móvil prepago, para ello cuenta con el servicio de plan de voz (llamadas) y el complemento con aparatos telefónicos con tecnología de punta, en sus diferentes ámbitos.

## **2.5 Registro de la información**

El proceso de pago de comisiones debe llevarse a cabo cuando el Distribuidor Autorizado ingresa sus ventas en una plataforma informática llamada “Vitec”, desarrollada con ese fin, el cual, además de detallar las ventas, cumple con ciertos aspectos de carácter normativo por parte de la Superintendencia de Telecomunicaciones.

### **2.5.1 Registro de ventas por el distribuidor autorizado**

El Distribuidor Autorizado debe ingresar en la plataforma informática Vitec un registro de ventas, para que posteriormente esta pueda ser evaluada para el pago de comisión, cada venta debe contener la siguiente información:

- a) Tipo de Producto (Kit, o Sim).
- b) Número telefónico.

- c) Imei del aparato telefónico.
- d) Imei de la tarjeta sim (chip).
- e) Código del aparato telefónico.
- f) Descripción del modelo de aparato telefónico.
- g) Nombre del Distribuidor Autorizado que reporta la venta.
- h) Área geográfica de venta.
- i) Documento personal de identificación (DPI) del comprador.

## **2.6 Validación y procesamiento de la información**

El encargado del procesamiento y validación de la información enviada por el Distribuidor Autorizado, es el departamento de comisiones, que tiene como fin realizar el pago por concepto de comisiones por venta de telefonía prepago, producto de las activaciones realizadas en los diferentes proyectos de ventas.

Este pago de comisión es posible mediante el análisis de la información que se genera en las diferentes plataformas informáticas que posee la empresa de telecomunicaciones, y extraídos los fragmentos de información, estas se describen a continuación:

- Plataforma de activaciones.
  - a) Plataforma contable.
  - b) Plataforma registro de ventas del distribuidor (vitec).
  - c) Plataforma registro recargas de tiempo de aire.
  - d) Plataforma registro tráfico de llamadas.

### **2.6.1 Plataforma activaciones**

Esta se basa en registrar las nuevas activaciones de los números telefónicos en estado first time (FT), por medio de una o varias recargas electrónicas, su estado cambia a normal (ACTIVO).

### **2.6.2 Plataforma contable**

En esta se encuentra la información contable de las ventas realizadas a los distribuidores autorizados en donde se describen todos los aspectos generales de los productos, como lo son: número de imei, número telefónico, código artículo, descripción.

### **2.6.3 Plataforma registro de ventas del distribuidor (Vitec)**

Esta plataforma es alimentada el distribuidor de las activaciones que realiza durante determinado mes y en esta se encuentran descritos los aspectos generales de los productos como lo son: número de imei, número telefónico, código artículo, descripción, nombre de agencia, nombre del vendedor, nombre del comprador, documento personal de identificación (DPI).

### **2.6.4 Plataforma registro recargas de tiempo de aire**

Como su nombre lo indica en ella se almacenan las recargas por tiempo de aire ya sea de manera electrónica o por medio de tarjetas prepago.

### **2.6.5 Plataforma registro tráfico de llamadas**

En ella se almacenan los registros de tráfico de llamadas que tiene cada imei, y cada detalle contiene el número telefónico con que cruzó llamadas, así como de la cantidad de llamadas, el tiempo en minutos, segundos y el número de eventos un ejemplo de esto es la cantidad de mensajes de texto.

Con la información que se genera de estas plataformas informáticas esta es recopilada, almacenada, comparada y analizada en un servidor propio. Para que posteriormente este genere los pagos de comisión por venta de telefonía móvil prepago conforme a las políticas existentes.

### **2.7 Sábana de datos**

También llamada matriz de datos es una base de información que se crea de las diferentes plataformas informáticas y que sirve para el posterior análisis y pago del pago de comisiones a distribuidores autorizados por la venta del servicio de telefonía móvil en Comunicación Inalámbrica, S. A.

### **2.8 Notificación y pago**

Posterior a la realización del análisis correspondiente se cuantifica el valor a pagar por concepto de comisiones y se detalla un expediente físico y se traslada a firmas, por medio de la persona que realizó el análisis luego por el coordinador del área de comisiones para que posteriormente sea el gerente de operaciones financieras quien dé el visto bueno.

Con esta acción el expediente es contabilizado en la plataforma contable y trasladado al área de tesorería para que se proceda al pago correspondiente para ello, dicho departamento requiere una solicitud de fondos firmada por el coordinador de comisiones y el gerente de operaciones financieras, junto con una factura del distribuidor por el monto a pagar, el valor es acreditado en la cuenta del distribuidor en 5 días hábiles.

## **2.9 Política de comisiones a distribuidores autorizados**

### **Visión general**

Este esquema de comisiones tiene como objetivo incrementar la participación de mercado mediante la recuperación y captura de nueva cartera de clientes de áreas estratégicas, a través de la venta de kit y sim prepago aplica para ventas calle, ventas en puntos de venta y activadores marketing.

#### **1. Comisión por activación:**

- a) Se establece la siguiente comisión por activación de los productos kit y sim prepago en a nivel Guatemala.

La comisión se determinará de acuerdo a la siguiente escala:

Región	Producto	Comisión por activación
Todas las regiones	Kit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El valor de la recarga inicial hasta un máximo de Q 50.00.</li> <li>• El valor de la recarga inicial se restará para el pago de comisión por permanencia del primer mes.</li> </ul>
	Sim	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El valor de la recarga inicial hasta un máximo de Q 25.00.</li> <li>• El valor de la recarga inicial se restará para el pago de comisión por permanencia del primer mes.</li> </ul>

- b) El distribuidor deberá registrar en el sistema Vitec las ventas de kit y sim realizadas durante el mes. Caso contrario no se reconocerá la comisión.
- c) Los números identificados como "SIN FICHA" no serán considerados para pago de comisión.

## **2. Comisión por permanencia ventas calle y activadores marketing:**

- a) Los kit y chip prepago vendidos aplicarán a comisión por recargas acumuladas durante 150 días, con cortes cada 30 días.



La comisión se determinará de acuerdo a la siguiente escala:

Región	Producto	Recarga acumulada		Comisión
		De	A	
Metro	Kit, Chip	Q 15.00	Q 24.99	Q 7.00
		Q 25.00	Q 44.99	Q 13.00
		Q 45.00	Q 59.99	Q 18.00
		Q 60.00	Q 74.99	Q 22.00
		Q 75.00	Q 99.99	Q 27.00
		Q 100.00	Q 199.99	Q 30.00
		Q 200.00	>	Q 60.00

- b) El pago de la comisión será cancelado mensualmente hasta alcanzar 150 días calendario.
- c) Para el pago de comisión en los primeros 30 días se restará el valor de la recarga inicial a la recarga acumulada.
- d) Para el primer mes no aplican a pago de comisión los números activados que no superen los 5 eventos, incluyen llamadas y mensajes.

### **3. Comisión por permanencia activaciones puntos de venta**

- a) Aplicarán a pago de comisión por permanencia los kit y sim prepago de acuerdo con las recargas acumuladas durante 90 días posteriores a su fecha de activación, con cortes cada 30 días.
- b) Para que aplique el pago por permanencia la recarga mínima acumulada deberá ser de Q 20.00 mensuales para kit y Q 35.00 para sim, pagándose la comisión donde se alcanzó el mínimo requerido.

- c) Cuando la recarga acumulada mensual sea de Q 100.00 se reconocerá una comisión de Q 20.00, pagándose la comisión en los meses donde alcanzó la recarga acumulada establecida.
- d) El total de la comisión acumulada se pagará al cierre de los 90 días.
- e) No aplican a pago de comisión los kits que posteriores a su activación hayan sido desasociados (separación de terminal y sim), activación de sim y aparato telefónico sin tráfico de llamadas, sim sin registro de tráfico de llamadas, números suspendidos por fraude.

#### **4. Responsabilidades**

##### Gerencias de distribución regional

- a) Notificar a cada distribuidor las condiciones generales de la política, así como las existencias de cada modelo autorizado para los proyectos de comisión.
- b) Validar el cumplimiento de las condiciones de operación de activaciones.
- c) Dar seguimiento a los reportes de alerta temprana de inventario sin activación.

##### Gerencia de operaciones Comerciales

- a) Elaborar cálculo de pago de comisiones con base a los reportes generados en el sistema "Vitec", validando como mínimo.
  - Que no existan registros duplicados.
  - Que las series reportadas correspondan a las compras realizadas.
  - Que los modelos vendidos correspondan a los autorizados.
  - Que haya cumplimiento con la recarga mínima.

- Que la fecha de venta y la primera recarga esté dentro de los parámetros establecidos en esta política.
- Notificación al distribuidor y realizar solicitud de pago.

## **5. Penalización**

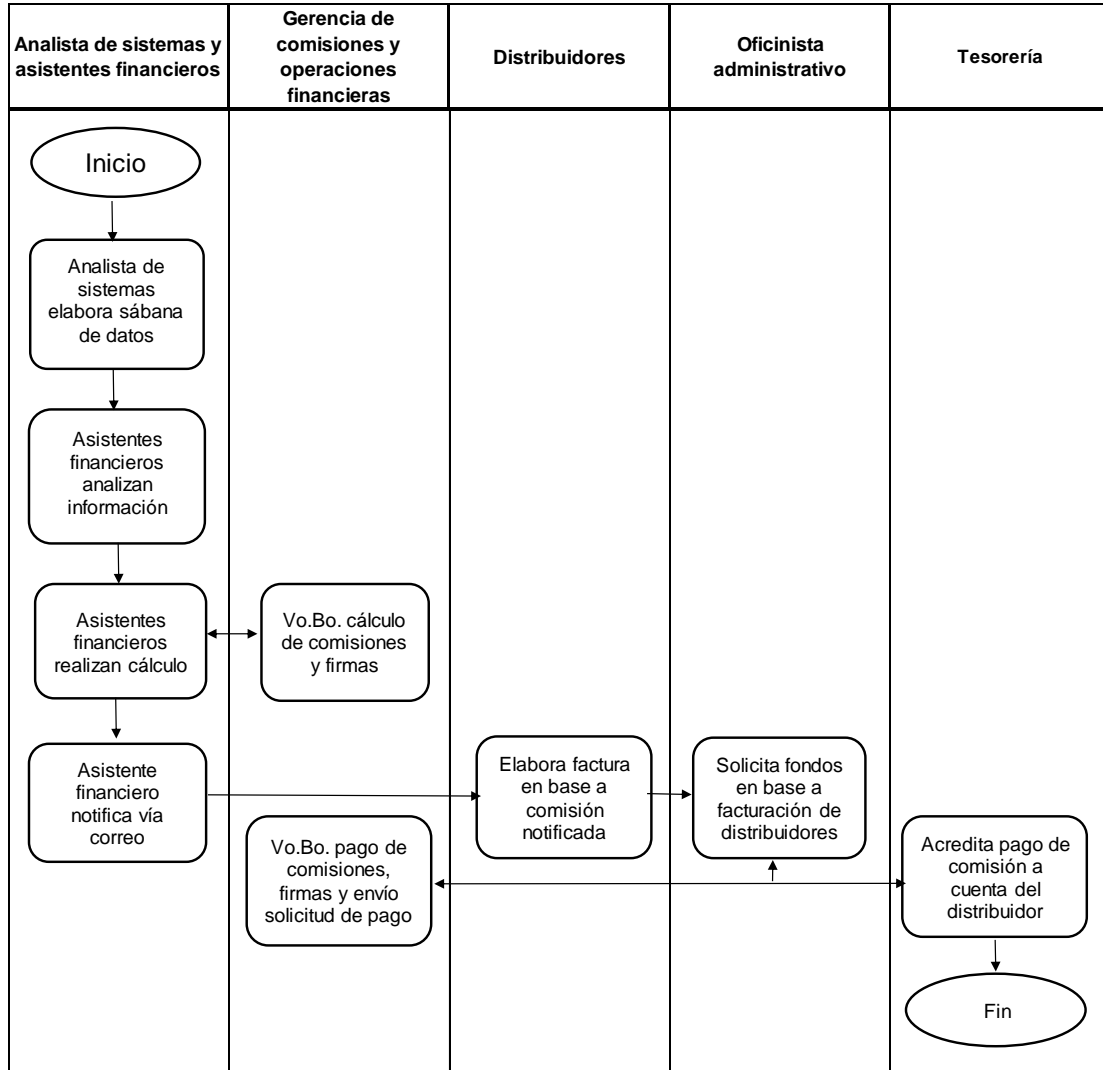
Los kits y sim suspendidos por fraude no aplicarán a comisión, y se descontará el valor de la comisión pagada (activación + permanencia) más Q 25.00 por penalización. Adicional se descontará el subsidio de los mismos por los equipos exportados.

Los distribuidores que no continúen en el proyecto deberán quitar la imagen de la empresa en un plazo máximo de 15 días.

Si se identifica a algún distribuidor manipula el comportamiento de las activaciones y recargas para obtener beneficios de este esquema, quedará inmediatamente fuera de él.

**FIGURA No. 1**

**FLUJO DE TRABAJO DEL ÁREA DE PAGO DE COMISIONES**



Fuente: Elaboración propia de información de Comunicación Inalámbrica, S. A.

## **2.10 Ámbito legal en telefonía móvil prepago**

La normativa legal en este caso la Ley de Equipos Terminales Móviles, Decreto 08 -2013, es la que se toma en cuenta para que las ventas de los Distribuidores Autorizados sean tomadas como válidas para el proceso de revisión de pago de comisión en la empresa de telecomunicaciones.

### **2.10.1 Ley de equipos terminales móviles, Decreto Número 08-2013**

El primer aspecto que se menciona en la Ley de Equipos Terminales Móviles es la creación de un registro de usuarios y que en la plataforma de registro de ventas “Vitec”, se encuentra descrita con el nombre de “Ficha”.

“Registro de usuarios a cargo de operadores y confidencialidad de la información. Constituye obligación de cada uno de los operadores de telefonía y comunicación móvil, crear y administrar permanentemente un registro de cada uno de sus usuarios del servicio móvil, tanto en la modalidad de la línea contratada en plan pospago o tarifario, como de líneas prepago u otras formas contractuales que en el futuro pudieren crearse.”(3:2)

El segundo aspecto es el cumplimiento del artículo 14, en donde menciona que todo comprador o aquella persona que quiera ser usuario del servicio de telefonía móvil prepago debe identificarse, por tanto lo por cada venta realizada se debe de digitalizar el documento de identificación personal de cada comprador.

“Es obligación del vendedor de la tarjeta SIM verificar que el portador del documento corresponda al comprador, es decir a la persona que lo presenta.

Es obligación del usuario o comprador que adquiere una tarjeta SIM, proporcionar al vendedor una copia física o electrónica de su documento legal de identificación personal, en esta copia queda en posesión del vendedor se debe anotar el número de SIM, es decir el número de teléfono que está adquiriendo el usuario, o suscribir en formulario respectivo que podrá ser electrónico los datos antes mencionados, debiendo conservar el vendedor esos archivos o documentación por un periodo de (3) años.”(3:3)

### **2.10.2 Ley del Impuesto al Valor Agregado Decreto Número 27 -92**

Según el artículo 2 todo servicio esta afecto a este impuesto, y como tal se consideran las comisiones siempre que no sea alguna, “remuneración en relación de dependencia.”(4:2)

“Por servicio: La acción o prestación que una persona hace para otra y por la cual percibe un honorario, interés, prima, comisión o cualquiera otra forma de remuneración, siempre que no sea en relación de dependencia.” (4:3)

El artículo 3 recalca nuevamente como hecho generador la prestación de servicios.

### **2.11 El control interno**

El control interno es un proceso que lleva a cabo la alta dirección de una organización y que debe estar diseñado para dar una seguridad razonable, en relación con el logro de los objetivos previamente establecidos en los siguientes aspectos básicos: efectividad y eficiencia de las operaciones;

confiabilidad de los reportes financieros y cumplimiento de leyes, normas y regulaciones, que enmarcan la actuación administrativa.

### **2.11.1 El papel del control interno**

“El control interno se define como cualquier acción tomada por la gerencia para aumentar la probabilidad de que los objetivos establecidos y las metas se han cumplido. La Gerencia establece el control interno a través de la planeación, organización, dirección y ejecución de tareas y acciones que den seguridad razonable de que los objetivos y metas serán logrados.”(6:217)

### **2.11.2 Los objetivos primarios del control interno**

Los objetivos primarios de un sistema de control interno implementado por la gerencia de una empresa deben ser:

- a) Confiabilidad e integridad de la información.
- b) Cumplimiento de políticas, planes, procedimientos, leyes y regulaciones.
- c) Salvaguardia de los bienes.
- d) Uso eficiente y económico de los recursos.
- e) Cumplimiento de objetivos establecidos y de metas de operaciones y programas.

Como se ve el control interno es un concepto universal que se aplica indistintamente en todas las empresas y en especial en países con alto desarrollo gerencial.

“Un buen sistema de control interno, no permite que la compañía se exponga innecesariamente a riesgos financieros que podrían ser manejados y controlados, así como garantizar que la información financiera usada dentro del negocio sea confiable. Los objetivos de una compañía, su organización interna y el ambiente en el que funciona se encuentran en desarrollo continuo, entonces, los riesgos que enfrenta también cambian. Por esta razón, el mantenimiento de un buen sistema de control interno dependerá de la evaluación cuidadosa acerca de la naturaleza y el grado de riesgos a los que está expuesta la compañía, por lo que los beneficios que pueda obtener son, en parte, la recompensa por los riesgos tomados en el negocio.”(11:205)

Los principales factores que conforman el control interno son:

- a) Las políticas de procedimientos.
- b) Los sistemas informáticos de la empresa de telecomunicaciones.
- c) El cumplimiento de las leyes de telefonía móvil vigentes en Guatemala.

## **2.12 El registro contable**

Registro contable es un concepto que suele emplearse como sinónimo de apunte contable o de asiento contable. Se trata de la anotación que se realiza en un libro de contabilidad para registrar un movimiento económico.

El registro contable, da cuenta del ingreso o de la salida de dinero del patrimonio de una corporación. Cada nuevo registro contable implica un movimiento de recursos que se registra, en debe (el ingreso) o en haber (la salida).



Por lo general, el registro contable siempre mantiene su doble condición. Todo movimiento supone una modificación del activo y del pasivo: al ingresar dinero, crece el activo y se reduce el pasivo; al egresar, pasa lo contrario.

Los registros contables suelen componerse de la fecha, las cuentas intervinientes, el importe y una descripción. Todos estos datos quedan registrados en el libro contable y permiten controlar el estado económico de la entidad.

### **2.12.1 Las fases del método contable**

“El método contable consta de 4 fases con funciones diferentes: análisis de datos, medición y valoración de flujos, registro contable de las transacciones, la información y síntesis. Los asientos contables se incluyen en los instrumentos para el registro contable de las transacciones, cuya función es la inscripción de éstas en los libros contables.”(14:11)

### **2.13 Forma de contabilización gastos por comisión**

Siendo el pago de comisiones un gasto sobre ventas este se registra en el estado de resultados.

#### **2.13.1 Gastos por comisión**

La empresa de Telecomunicaciones provisiona los gastos que puede tener al finalizar el ejercicio, aunque su cálculo en cuanto a fechas e importes no sea exacto.

Según la Norma Internacional de Contabilidad (NIC 1) “Presentación de los Estados Financieros” todo gasto del giro habitual de la organización deberá revelarse en el estado de resultados, se incluirá como mínimo, rubricas específicas con los importes que correspondan a las siguientes partidas del ejercicio:

- a) Ingresos ordinarios.
- b) Gastos financieros.
- c) Impuestos sobre las ganancias.
- d) Resultado del ejercicio

“Todas las partidas de Ingreso o gasto reconocidas en el ejercicio, se incluirán en el resultado del mismo, a menos que una norma o interpretación establezca lo contrario.” (8:20)

### **2.13.2 Información a revelar**

“La entidad presentará un desglose de los gastos, utilizando para ello una clasificación basada en la naturaleza de los mismos o en la función que cumplan dentro de la entidad, dependiendo de cuál proporcione una información que sea fiable y más relevante.”(8:23)

La empresa de telecomunicaciones utiliza el método para presentación de sus gastos por comisiones mencionado en la Norma Internacional de Contabilidad No. 1 Presentación de los estados financieros “coste de las ventas” y la describe de la siguiente forma:

Consiste en clasificar gastos de acuerdo con su función como parte del coste de las ventas o por ejemplo, de los gastos de las actividades de distribución. Siguiendo este método, la entidad revelará al menos, su coste de ventas con independencia de los otros gastos. Este tipo de presentación puede suministrar a los usuarios una información más relevante que la ofrecida presentando los gastos por naturaleza.

La clasificación se presenta de la siguiente manera:

	Ingresos ordinarios	x
(-)	Costo de ventas	<u>x</u>
	Margen bruto	x
	Otros ingresos	x
(-)	Gastos de distribución	x
(-)	Gastos de Administración	x
(-)	Otros Gastos	<u>x</u>
	Resultado del ejercicio	x

## **CAPÍTULO III**

### **AUDITORÍA INTERNA**

#### **3.1 Definición de auditoría interna**

Es aquella que se práctica como instrumento de la propia administración encargada de la valoración independiente de sus actividades.

Debe funcionar como una actividad concebida para agregar valor y mejorar las operaciones de una organización, así como contribuir al cumplimiento de sus objetivos y metas, aportando un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar y mejorar la eficacia de los procesos de gestión de riesgos, control y dirección.

“Auditoría interna es una función que coadyuva con la organización en el logro de sus objetivos para ello se apoya en una metodología sistemática para analizar los procesos del negocio y las actividades y procedimientos relacionados con los grandes retos de la organización, que deriva en la recomendación de soluciones.

La auditoría interna es una función practicada por auditores internos profesionales con un profundo conocimiento en la cultura de negocios, los sistemas y los procesos. La función de auditoría interna provee seguridad de que los controles internos instaurados son adecuados para mitigar los riesgos y alcanzar el logro de las metas y objetivos de la organización.”(16:11)

### **3.1.1 Antecedentes históricos**

“Los primeros indicios sobre la utilización del término auditor se encuentran en escritos atribuidos a Aristófanes, César y Cicerón en Grecia y Roma. De manera simultánea documentos con una antigüedad aproximada de 2,500 años revelan que durante el reinado de Ptolomeo Filadelfo II se practicaban auditorías internas para administrar el estado de Grecia. Estas nacientes Auditorías se ocupaban de examinar la exactitud de los registros contables y evaluaban que fueran apropiadas las actividades reflejadas en las cuentas.”(16:4)

### **3.2 Importancia de la auditoría interna**

La auditoría interna es una importante actividad que permite a las organizaciones mejorar sus funciones en forma continua. La auditoría interna tiene como propósito verificar las actividades relacionadas con la calidad, el aseguramiento y consulta de las operaciones.

### **3.3 Objetivos de la auditoría interna**

El ejercicio de auditoría interna es una actividad de aseguramiento y consulta el cual se basa en los objetivos siguientes:

#### **3.3.1 Objetivo general**

- a) Comprobar el cumplimiento de los sistemas de control interno en vigor, así como de aquellos que por las características propias de la entidad haya sido necesario establecer, determinando su calidad, eficiencia y

fiabilidad, así como la observancia de los principios generales en que se fundamentan.

- b) Verificar el cumplimiento de las normas de contabilidad y de las adecuaciones, que para la entidad, hayan sido establecidas, a partir del clasificador de cuenta en vigor.
- c) Verificar la calidad, fiabilidad y oportunidad de la información contable financiera que rinde la entidad, realizando análisis correspondientes de los indicadores económicos fundamentales.
- d) Comprobar el cumplimiento de la legislación económico financiera vigente.

### **3.3.2 Objetivos específicos**

- a) Verificar la efectividad de las actividades
- b) Determinar el adecuado funcionamiento de los procesos y procedimientos establecidos y si los mismos garantizan los resultados previstos.
- c) Determinar la eficiencia y eficacia de los recursos financieros, físicos y de información.
- d) Establecer si se utilizan adecuados sistemas de información y comunicación que permitan la confiabilidad de los reportes generados a nivel interno y externo. Así mismo establecer la existencia de

controles en la identificación, almacenamiento, protección y recuperación de los documentos y registros que se manejan por cada uno de los procesos.

### **3.4 Marco internacional para la práctica auditoría interna**

El marco internacional para la práctica de auditoría interna es la referencia básica que todo Auditor Interno debe tomar en cuenta al desempeñar su trabajo, de manera que desarrolle nuevas técnicas e implementa mejores prácticas en este campo tan creciente y cambiante.

Las guías internacionales de la profesión de auditoría interna son numerosas y sirven para ayudar a los auditores internos de todo el mundo a implementar las mejores prácticas.

Estas se estructuran de la siguiente forma:

- a) Normas internacionales para el ejercicio de auditoría interna.
- b) Guías para la práctica de auditoría interna.
- c) Consejos para la práctica de auditoría interna.
- d) La posición de la auditoría interna.
- e) Código de ética.

#### **3.4.1 Normas internacionales para el ejercicio de auditoría interna**

Las normas de Auditoría interna son las formalidades indispensables que guardan relación con la independencia de la unidad, la integridad y capacidad

profesional del Auditor Interno, el proceso de su trabajo y la dirección de la unidad a su cargo.

Estas están constituidas por las normas sobre atributos, desempeño y las de implantación. Las normas sobre atributos tratan las características de las organizaciones y de los individuos que desarrollan actividades de auditoría interna. Las normas sobre desempeño describen la naturaleza de las actividades de auditoría interna y proveen criterios de calidad con los cuales puede evaluarse el desempeño de estos servicios. Las de atributos y sobre desempeño se aplican a todos los servicios de auditoría interna en general, mientras que las de implantación se aplican a determinados tipos de trabajos.

Sin embargo, podrá haber múltiples grupos de normas de Implantación: las que han sido establecidas para aseguramiento y actividades de consultoría.

Estas forman parte del marco para la práctica profesional. El cual comprende la definición de auditoría interna, el código de ética, las normas, y otras guías profesionales.

Las normas emplean términos que tienen significados específicos, los cuales están comprendidos en el glosario.

“El desarrollo y la emisión de las Normas es un proceso continuo. El consejo de normas de auditoría interna realiza un extenso proceso de consulta y debate antes de emitir las normas. Esto incluye la solicitud de comentarios mundiales mediante el proceso de borrador de exposición.”(18:2)



Los propósitos de las Normas son:

- a) Definir principios básicos que representen el ejercicio de la auditoría.
- b) Proveer un marco para ejercer y promover un amplio rango de actividades de auditoría interna de valor añadido.
- c) Establecer las bases para evaluar el desempeño de la auditoría interna.
- d) Fomentar la mejora en los procesos y operaciones de la organización.

### **3.4.2 Guías para la práctica de auditoría interna**

Las guías para la práctica proporcionan pautas detalladas para realizar actividades de auditoría interna. Incluyen procesos y procedimientos detallados, herramientas, técnicas y programas paso a paso incluyendo ejemplos.

Estas guías apoyan a los auditores internos en la promoción de una buena práctica en la aplicación de la definición de auditoría interna, el código de ética y las normas. Están dirigidas hacia el enfoque, la metodología y los aspectos relativos de la auditoría interna, pero no detallan procesos y procedimientos.

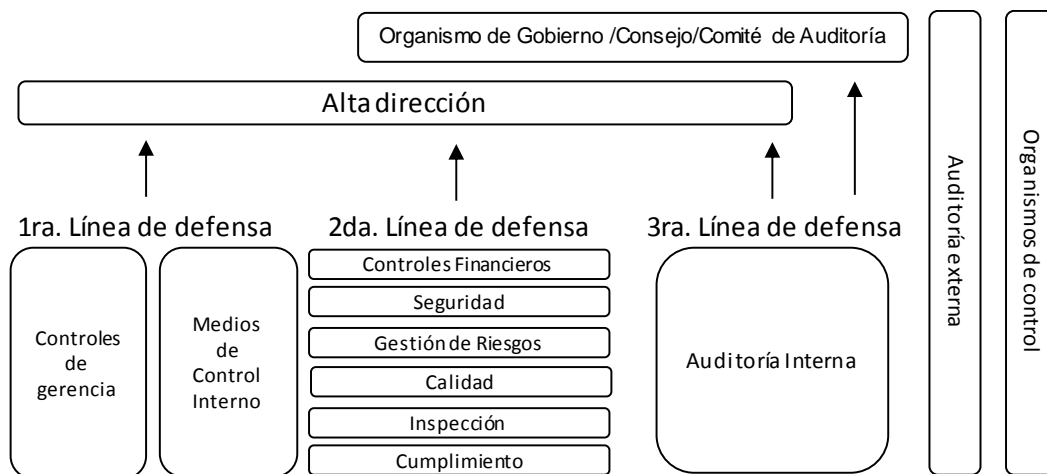
Incluyen prácticas relativas a aspectos internacionales, locales o de industrias específicas, y refieren los tipos de compromisos y consideraciones legales o regulatorios. Estas guías están interrelacionadas con las Normas Internacionales de Auditoría Interna todas vigentes a enero de 2013.

### 3.4.3 La posición de la auditoría interna

El departamento de auditoría interna debe ser relevante para asegurar un amplio margen de cobertura y asegurar acciones efectivas y recomendaciones de auditorías seguras. Debe estar en los primeros niveles de la organización, para que permita asegurar un amplio margen de cobertura. Caso contrario si se ubicara en el tercer o cuarto nivel no tendría la potestad suficiente para auditar, ser aceptado y respetado.

La ubicación del departamento de auditoría interna a mayor nivel jerárquico, mayor peso tiene en la organización, mayor respeto y autoridad sobre los hallazgos u observaciones, así como la aceptación a las recomendaciones y sugerencias. El departamento de auditoría interna puede reportar a diferentes niveles pero siempre será dependiendo de la empresa, su tamaño y necesidades.

**FIGURA NO. 2**  
**MODELO DE LAS TRES LÍNEAS DE DEFENSA**



Fuente: IIA Instituto de Auditores internos declaración de posición

### **3.5 Código de Ética**

“El propósito del código de ética del Instituto de Auditores Internos es promover una cultura ética en la profesión de auditoría interna.”(16:49)

La auditoría interna es una actividad de aseguramiento y consultoría independiente, objetiva, concebida para agregar valor y mejorar las operaciones de una organización. Con el fin de cumplir sus objetivos aportando un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar y mejorar la eficacia de la gestión de riesgos, control y gobierno.

Un código de ética es necesario y adecuado para la profesión de auditoría Interna, fundada como está en la confianza depositada en su aseguramiento objetivo sobre la gobernanza, gestión de riesgos y control.

El código de ética del Instituto de Auditores Internos abarca más allá de la definición de auditoría interna para incluir dos componentes esenciales:

- a) Principios que son relevantes para la profesión y práctica de la auditoría interna.
- b) Reglas de conducta que describen las normas de comportamiento que se espera de los Auditores Internos. Estas reglas son una ayuda para interpretar los principios en aplicaciones prácticas y están destinadas a guiar la conducta ética de los Auditores Internos.

### **3.5.1 Normas de Ética en Contaduría Pública y Auditoría**

El Colegio de Contadores Públicos y Auditores de Guatemala se dedica al cumplimiento de la Ley de Colegiación Profesional Obligatoria, decreto Número 72-2001 del Congreso de la República, así como a la defensa de la ética y la transparencia en el ejercicio de la profesión, tanto para su dignificación y bienestar, uno de los aspectos que cabe resaltar es la formación y actualización de sus agremiados que contribuyen con el crecimiento y desarrollo profesional,

El código de ética del Colegio de Contadores Públicos y Auditores de Guatemala, fue aprobado el 30 de enero de 2013, en asamblea general extraordinaria para adoptar el código de ética de IFAC (International Federation of accountants), ya que este es el responsable de promover la divulgación y cumplimiento de normas, técnicas e interpretaciones que rigen la contabilidad y auditoría en Guatemala.

### **3.5.2 Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad IFAC**

Este Código de Ética para profesionales de la contabilidad publicado por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores (International Ethics Standards Board for Accountants – IESBA-) de la Federación Internacional de Contadores (International Federation of Accountants), ha sido traducido al español por el instituto de censores jurados de cuentas de España en marzo de 2010 y se reproduce con permiso de la -IFAC-. Dichos pronunciamientos, tienen como objetivo regular el ejercicio profesional ético del contador público y auditor, con lo cual se busca el desarrollo y enriquecimiento en todo el mundo de la profesión contable con normas

armonizadas, capaz de proporcionar servicios de calidad, consistentemente altas para el interés público y poder contribuir al desarrollo de las economías internacionales. A fin de lograr esta misión, la IFAC ha establecido el Consejo de Normas de Ética para Contadores, cuyo objetivo es desarrollar y emitir, bajo su propia autoridad, normas éticas de alta calidad.

Es importante mencionar que la parte C del Código de Ética de IFAC para profesionales de la contabilidad, establece claramente que este código es de observancia para los profesionales que prestan los servicios profesionales en forma dependiente de una empresa, organización gubernamental y entidades sin ánimo de lucro; en el ámbito de Guatemala puede considerar a quienes ejercen la profesión como auditores internos y/o empleados del gobierno. El Código de ética para profesionales de la contabilidad emitido por la Federación Internacional de Contadores (IFAC, en inglés). Cobró vigor el 1 de enero de 2011.

### **3.6 Desarrollo de la auditoría interna**

La auditoría interna es un trabajo profesional. Una forma de hacer prevalecer ese estatus es cuando se lleva a cabo según las normas y los criterios que regulan su ejercicio y con una metodología que asegure su dirección y control para obtener resultados deseados.

La metodología que a continuación se detalla contempla en las siguientes etapas:

- a) Plan de auditoría interna.

- b) Levantamiento de información.
- c) Documentación de auditoría interna (papeles de trabajo).
- d) Aplicación de pruebas de auditoría.
- e) Evaluación y observaciones de la información.
- f) Hallazgos de auditoría.
- g) Comunicación de resultados.
- h) Monitoreo y seguimiento.

### **3.6.1 Plan de auditoría interna**

Es un documento de planeación en el cual se consignan los trabajos por realizar de las unidades administrativas, las actividades y los procesos susceptibles a ser auditados o intervenidos por la función de auditoría interna. Este plan por lo regular se diseña para un año calendario, pero puede planificarse a mediano plazo (uno a tres años) o a largo plazo (más de tres años). Debe reconocerse que estas extensiones son poco visibles o prácticas en virtud de futuros cambios en las políticas y reglamentaciones así como las modificaciones en los procesos administrativos.

Al planear la auditoría Interna el auditor debe obtener una comprensión de la importancia y complejidad de las actividades del sistema de información automatizado establecido y la disponibilidad de datos para su uso.

El Auditor tendrá en cuenta que si es la primera vez que se realiza una auditoría sobre una temática específicamente, algunos aspectos de la planeación se realizan sobre la marcha a medida que se vaya acumulando la información necesaria.

“2010 planificación - El director de auditoría interna debe establecer un plan basado en los riesgos, a fin de determinar las prioridades de la actividad de auditoría interna. Dichos planes deberán ser consistentes con las metas de la organización.”(18,11)

En el diseño del plan anual de trabajo (a distribuir por meses), que deberá ser consistente con las metas de la organización, se considerarán:

- a) Los objetivos de la actividad a revisar o de la consultoría a realizar y los medios por los cuales esa actividad controla su desempeño.
- b) Los riesgos significativos de la actividad, sus objetivos, recursos y operaciones y los medios a través de los cuales se mantiene a nivel aceptable el impacto potencial de esos riesgos.
- c) La adecuación y eficacia de los procesos de administración de riesgos y de los procesos de control de la actividad comparado con modelos de control.
- d) Las oportunidades de proponer mejoras significativas en los procesos de administración de riesgos y de control de la actividad.
- e) La determinación de prioridades y otras intervenciones que se pueden des-ahogar durante el transcurso de un año. La determinación de prioridades debe establecerse en función a los riesgos y a la forma como están siendo administrados.
- f) Los requerimientos de la administración y otras áreas interesadas.

- g) La atención a auditores externos, auditores de gobierno y otro tipo de auditores.
- h) Plazos razonables de tiempo de fuerza de auditoría que se reservarán para atender emergencias o requerimientos no planeados de origen.

### **3.6.2 Levantamiento de información**

Son las actividades que lleva a cabo el Auditor para obtener evaluar información del comportamiento y desempeño de las actividades de la empresa de tal manera de sustentar la aplicación de las pruebas de auditoría.

“No todo el trabajo es sobre los números; el Auditor debe penetrar en la estructura de la empresa; conocer a fondo los sistemas que hacen posible la dinámica de sus operaciones y producen las aplicaciones contables; navegar en los ciclos de ingresos, egresos, producción, tesorería e información.”(15:4)

A continuación se mencionan algunas de las técnicas utilizadas para el levantamiento de la información:

- a) Entrevistas.
- b) Observaciones de campo.
- c) Obtención de evidencia documental.
- d) Combinación y aplicación simultánea de técnicas.
- e) Suficiencia y competencia de la información recopilada.



### **3.6.3 Documentación de auditoría (papeles de trabajo)**

Los papeles de trabajo de información complementaria que soportan la auditoría y que deben ser preparados y recopilados por el Auditor y revisados por el director de auditoría interna. Los papeles de trabajo contendrán información relativa a las técnicas y los procedimientos aplicados, evidencia relevante obtenida durante la auditoría.

La base de un Auditor es la revisión que se realiza de acuerdo con las normas internacionales de auditoría interna. Por consiguiente, depende de la obtención y evaluación de evidencia suficiente y adecuada bajo la forma de papeles de trabajo.

Los papeles de trabajo son registros que mantiene el auditor de los procedimientos aplicados como pruebas desarrolladas, información obtenida y conclusiones pertinentes a que se llegó en el trabajo.

Además, cada Auditor, o unidad de dirección de auditoría, tiene por lo general ciertas preferencias por la manera exacta como se deben preparar los papeles de trabajo.

El Auditor que comienza recibe instrucciones en sesiones formales de entrenamiento o del supervisor en el trabajo. Este se refiere sobre todo a los aspectos generales de los papeles de trabajo y se debe contemplar como guía para el trabajo, en el cual se puede consultar y adaptar a las condiciones y características de cada trabajo ordenado y no necesariamente como un modelo que se debe adoptar.

Los papeles de trabajo (formato papel o digital) constituyen el vínculo entre el trabajo de planeamiento y ejecución y el informe que se elabore. Por tanto deben contener la evidencia necesaria para fundamentar los hallazgos, conclusiones y recomendaciones que se presentan en el informe.

Los requisitos principales a tener en cuenta son:

- a) Expresar los objetivos, el alcance, la metodología y los resultados de la auditoría interna.
- b) Incluir aquellos programas que se requieran confeccionar específicamente para la ejecución de la auditoría interna.
- c) Ser completos y exactos de forma que permitan sustentar debidamente los hallazgos, conclusiones y recomendaciones y demostrar la naturaleza y el alcance del trabajo realizado. La concisión es importante, pero no deberá sacrificarse la claridad y la integridad con el único fin de ahorrar tiempo o papel.
- d) Suficientemente claros, comprensibles y detallados para que un tercero, que no haya mantenido una relación directa con la auditoría interna, esté en capacidad de fundamentar las conclusiones y recomendaciones, mediante su revisión. No deben requerir de explicaciones orales.
- e) Ser legibles y ordenados, pues de lo contrario podrían perder su valor como evidencia. Deben contener índices y referencias adecuados;

- f) Contener información relevante, esto es, limitarse a los asuntos que sean pertinentes e importantes para cumplir los objetivos del trabajo encomendado.

Si en el transcurso de dicho término no se ha ejecutado una nueva auditoría interna, los papeles de trabajo deben conservarse hasta que ésta se ejecute, oportunidad en la que se analizará la conveniencia de conservar o no todos o una parte de éstos.

El propósito de los papeles de trabajo, como una acumulación de toda la evidencia obtenida durante el desarrollo de la auditoría tiene varias funciones, estos propósitos son:

- a) Ayudar a organizar y coordinar las muchas fases de la revisión de auditoría.
- b) Proporcionar información que será incluida en el informe de auditoría.
- c) Servir como respaldo de la opinión del Auditor.

Los papeles de trabajo también sirven como evidencia en caso de demandas legales, fuente de información para futuras declaraciones y otros informes especializados, solicitados por otros órganos de competencia y como guía para exámenes de auditoría posteriores.

### **3.6.4 Aplicación de pruebas de auditoría**

La aplicación de las pruebas de auditoría requiere la adopción de un criterio sobre la extensión de la información a analizar. Así mismo, tan importante como establecer la fuente de evidencia para cada afirmación, es señalar cuál va a ser el origen y cuál el destino de la prueba. Las conclusiones pueden ser erróneas, si el sentido que adopta la prueba no permite cumplir el objetivo que se trata de alcanzar.

Dado que no es práctico revisar la totalidad de las operaciones o transacciones (universo susceptible de auditarse) que se dan en la unidad administrativa, actividad o proceso sujeto a auditoría, debido al volumen o cantidad de éstas y al tiempo programado para la revisión ya que resultara demasiado oneroso y fuera de contexto el efectuar revisiones al 100% excepto en casos de fraude o situaciones verdaderamente excepcionales que lo justifiquen el Auditor Interno habrá de aplicar sus procedimientos de auditoría a sólo una parte del total de las operaciones y transacciones que pueden ser objeto de revisión. Este proceso se denomina pruebas selectivas y la determinación y selección del número de pruebas o muestras se hará con base en un muestreo.

### **3.6.5 Muestreo de auditoría**

“El muestreo en la auditoría es un procedimiento mediante el cual se obtienen conclusiones sobre las características de un conjunto numeroso de datos (universo) a través del examen de un grupo parcial de ellas.”(16:169)

En un principio, las labores profesionales de auditoría eran en su mayor parte exámenes exhaustivos de las operaciones y registros de una empresa, tendientes a corregir y modificar los efectos de métodos deficientes de contabilidad y control interno. Sin embargo, corriendo paralelamente con la evolución de las empresas y con el avance de los métodos de contabilidad y de control interno, los auditores fueron entendiendo lo impráctico y antieconómico que resultaba un examen exhaustivo de operaciones, registros y comprobantes y aprendieron a tomar como base su opinión profesional en exámenes parciales que fueron llamados “pruebas selectivas”.

La extensión del uso de la prueba selectiva obedece a que ofrece ventajas con respecto a la revisión exhaustiva. Algunas de ellas son las siguientes:

- a) Economía: La ventaja más importante de la prueba selectiva, el costo de una revisión está en proporción al número de datos revisados en igualdad de otras circunstancias y posibilidad de poder obtener una conclusión con un examen menor.
- b) Oportunidad: permite, por la misma razón de disminuir el número de registros a examinar, reducir el tiempo entre la fecha en registros que son sometidos al Auditor y la fecha que éste puede emitir su dictamen.
- c) Minuciosidad: hace posible que cada una de las pruebas sea estudiada, procesada y analizada de modo más completo y satisfactorio.

El muestreo estadístico constituye el mismo proceso general seguido mediante el método de muestreo con base en el juicio tradicionalmente utilizado por el Auditor, pero aquel incluye ciertos perfeccionamientos, en especial la selección al azar de los elementos. El muestreo estadístico es una

herramienta que permite al Auditor determinar la confiabilidad de la muestra y el riesgo de aceptarla. El método requiere que el auditor defina claramente los estándares utilizados para precisar la amplitud de la muestra, dando lugar a que sea representativa de todo el grupo.

Las técnicas de muestreo estadístico no constituyen un sustituto para el juicio del Auditor, lo cual no deberá suponerse superior al anterior muestreo con base en el juicio.

Es con frecuencia considerado como un método científico aun cuando provee al auditor de bases objetivas para calcular la confiabilidad de su muestra y el riesgo relativo al aceptar los resultados del mismo, requiere que éste ejerza el mismo grado de juicio necesario en la aplicación de la técnica tradicional.

Cuando se recurre al muestreo estadístico es importante determinar los procedimientos de auditoría requeridos que se acomodan al proceso de muestreo estadístico. Así, se tiene que no todos los procedimientos de auditoría son aplicables mediante una muestra.

### **3.6.6 Evaluación de la información**

Por evaluación se entenderá el proceso mediante el cual se evalúa lo que está sucediendo o se está haciendo en la actividad sujeta a auditarse, así como la calidad de acción y los resultados obtenidos, contra lo que debe ser o lo ideal a hacer; en síntesis, es comparar lo que es con lo que debe ser, él debe ser implica un adecuado conocimiento del Auditor Interno de la teoría y práctica de lo que está evaluando.

### **3.6.7 Hallazgos y observaciones de auditoría**

La palabra "hallazgo" tiene muchos significados y connotaciones, además transmite una idea diferente a distintas personas. Sin embargo, en la auditoría se le debe dar un sentido de recopilación y síntesis de información específica sobre una operación, actividad, organización, condición u otro asunto que se haya analizado y evaluado y que se considere de interés o utilidad para los funcionarios de la entidad. Normalmente se la emplea en un sentido crítico y se refiere a deficiencias o debilidades presentadas a través del informe de auditoría; pero cabe señalar que también existen hallazgos positivos.

La Real Academia Española define esta palabra como la acción y efecto de hallar. También se utiliza ese término para definir a "a la cosa hallada". La definición de este término refiere a una observación novedosa u original, de algún aspecto de la realidad, normalmente un fenómeno natural. También suele denominarse popularmente de esta manera cuando se trata de algo sorprendente e inesperado.

Un hallazgo de auditoría es algo que el Auditor ha observado o encontrado durante su examen. La información en la cual se basa está disponible en la entidad y posiblemente es conocida por otros. Es el resultado de la información desarrollada, una reunión lógica de datos y una presentación objetiva de los hechos y otra información pertinente. Un hallazgo es la base para una o más conclusiones y recomendaciones, pero éstas no constituyen partes del mismo.

### **3.6.8 Requisitos básicos de un hallazgo de auditoría**

Los siguientes constituyen requisitos básicos de cualquier hallazgo de auditoría:

- a) Importancia relativa que merezca su comunicación;
- b) Basado en hechos y evidencias precisas que figuran en los papeles de trabajo.
- c) Objetivos.
- d) Basado en una labor suficiente como para respaldar conclusión y recomendación resultante.
- e) Convincente a una persona que no ha participado en la auditoría.

Cada uno de estos requisitos está sujeto a interpretaciones personales, es imposible definir términos tales como "importancia", "preciso", "relativa", "convinciente y "suficiente".

### **3.6.9 Comunicación de resultados**

La auditoría interna debe percibirse como un mecanismo de control que brinda asesoría y agrega valor a la gestión institucional apoyando a la administración mediante la generación de recomendaciones al mejoramiento del sistema de control interno; asimismo proporciona una seguridad razonable de la



actuación de la administración. Desde esa perspectiva, la comunicación de los resultados es vital para la consecución del objetivo de la auditoría interna.

La etapa de comunicación de resultados es la más crítica, considerando que por sí misma no consiste sólo en transmitir información, sino en establecer una comprensión mutua entre las partes que interactúan. Durante una comunicación también intervienen filtros que distorsionan los mensajes, es por esto que las partes deben asegurarse que no existen problemas de comunicación y que el mensaje ha llegado en forma correcta.

“2060 – Informe a la alta dirección y al Consejo

El director de auditoría interna debe informar periódicamente a la alta dirección y al Consejo sobre la actividad de auditoría interna en lo referido al propósito, autoridad, responsabilidad y desempeño de su plan. El informe también debe incluir exposiciones al riesgo y cuestiones de control significativas, cuestiones de gobierno y otros asuntos necesarios o requeridos por la alta dirección y el Consejo”. (18:12)

Al emitirse y comunicarse los resultados de la auditoría se pretende cumplir con la norma internacional de auditoría interna 2400 comunicación de resultados.

“Los auditores internos deben comunicar los resultados de los trabajos.”(18:17)

### **3.6.10 Monitoreo y seguimiento**

Las especificaciones del monitoreo y seguimiento se refieren esencialmente a la definición de los parámetros a medir, la frecuencia recomendada para efectuar las mediciones, los sitios o los momentos en los cuales se deben realizar las técnicas aplicables luego de la comunicación de resultados en la Auditoría interna.

- Monitoreo

El director de auditoría interna debe establecer y mantener un sistema de monitoreo de las acciones emprendidas sobre los resultados comunicados a la dirección general.

- Seguimiento

El seguimiento es un proceso mediante el cual los auditores internos evalúan la adecuación, efectividad y oportunidad de las acciones adoptadas por la administración sobre las observaciones y recomendaciones reportadas, incluyendo las de Auditores externos y otros Auditores. Este proceso incluye también la determinación de la dirección general y/o el consejo ha asumido el riesgo de no tomar acciones correctivas sobre las observaciones reportadas.

**CAPÍTULO IV**  
**AUDITORÍA INTERNA AL PROCESO DE PAGO DE COMISIONES A**  
**DISTRIBUIDORES AUTORIZADOS POR LA VENTA DE SERVICIO DE**  
**TELEFONÍA MÓVIL PREPAGO EN UNA EMPRESA DE**  
**TELECOMUNICACIONES**  
**(CASO PRÁCTICO)**

**4.1 Antecedentes de la empresa**

Comunicación Inalámbrica S. A. se dedica a la venta de servicios de telefonía móvil prepago, pospago además de servicios digitales como señal de televisión por cable y servicios online de música, videos y películas entre otros; esta ofrece sus servicios y se ubica en la ciudad de Guatemala.

La escritura de constitución fue inscrita en el Registro Mercantil, folios del 23 al 26 del libro 03 con fecha 29 de noviembre de 2015, las actividades de la empresa se desarrollan cumpliendo las normativas de la Superintendencia de Telecomunicaciones de Guatemala (SIT), así como la normativa laboral y tributaria vigente en Guatemala, ante la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), se encuentra inscrita en el régimen de las utilidades.

Derivado a que ésta es una empresa que opera a nivel nacional, mantiene un constante crecimiento en sus operaciones.

## **4.2 Estructura de la organización**

La organización se compone de diferentes áreas necesarias para mantener un balance y control de sus operaciones estas se describen a continuación:

Asamblea general de accionistas: Formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la sociedad y expresa la voluntad social en las materias de su competencia.

Auditoría externa: tiene por objeto averiguar la razonabilidad, integridad y autenticidad de los estados financieros, expedientes y documentos y toda aquella información producida por los sistemas de la organización, este emite una opinión independiente sobre los mismos.

Consejo de administración: Este es el órgano de dirección máximo dentro de la institución, su función es de dirección y velar por el cumplimiento de objetivos establecidos por la corporación a nivel regional, esta posee amplias facultades de control y vela por la consolidación de la marca a nivel país, así como de evaluación y planificación.

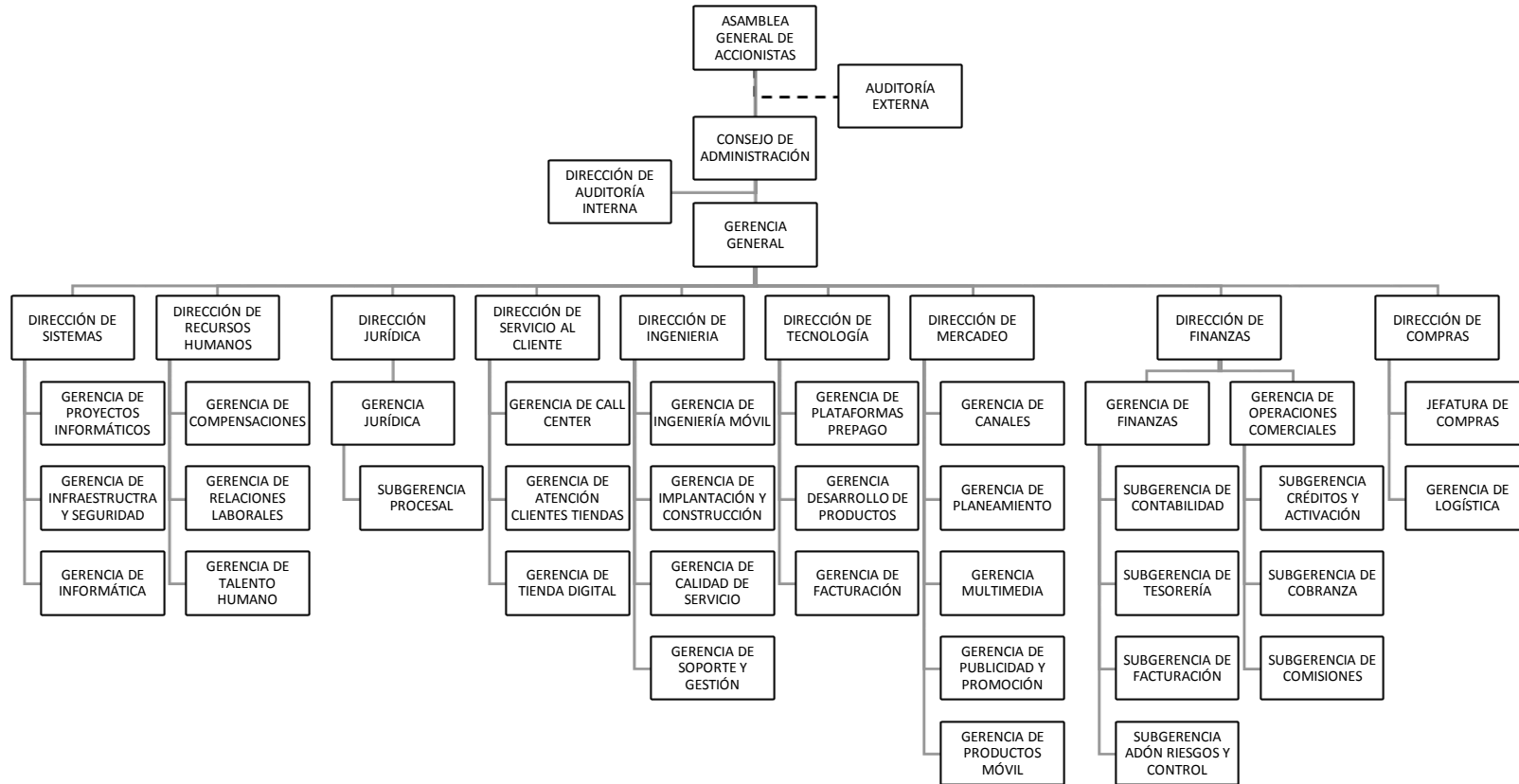
Gerencia general: su función principal es la de coordinar y supervisar las actividades de las políticas establecidas, pero sobre todo el velar por el cumplimiento de objetivos planteados por el consejo de administración.

Dirección de auditoría interna: Esta dirección nace de la necesidad de obtener aseguramiento de las operaciones y de la prevención de posibles fraudes en las operaciones.

Dirección de finanzas: se encarga principalmente de administrar y controlar los recursos financieros, así como los ingresos propios ordinarios y extraordinarios; vigilar la captación y supervisión de los ingresos en cualquiera de sus modalidades; proyectar y realizar inversiones a corto, mediano y largo plazo, considerando los compromisos contraídos, bajo esquemas que garanticen seguridad con el máximo rendimiento; preparar y vigilar los programas de flujo de fondos; vigilar que se cumplan oportunamente los compromisos contraídos, a través de un adecuado sistema de pagos; mantener la posición de solvencia y liquidez de la empresa; cubrir oportunamente el pago de comisiones y cualquier obligación en la que incurra la institución.

A cargo de esta dirección se encuentra la gerencia de operaciones que tiene a su cargo la subgerencia de comisiones, que se encarga de analizar la información de las ventas realizadas por los distribuidores autorizados para su pago posterior por concepto de comisiones.

**FIGURA No. 3**  
**Organigrama Comunicación Inalámbrica, S. A.**



Fuente: Comunicación Inalámbrica, S. A.

Al 31 de diciembre 2016 el área de pago de comisiones se integra por 7 colaboradores distribuidos de la siguiente manera:

#### Personal Administrativo

• Asistente financiero	3
• Oficinista administrativo	1
• Coordinador de área	1
• Analista de sistemas	1
• Subgerente de operaciones	<u>1</u>
<b>Total de colaboradores</b>	<b>7</b>

#### 4.3 Contenido general

Por solicitud de gerencia general, se efectuará la revisión al proceso de pago de comisiones a distribuidores autorizados por la venta del servicio de telefonía móvil prepago, al 31 de diciembre 2016; con el objetivo de garantizar el aseguramiento en las operaciones y controles en el proceso de pago de comisiones.

El contenido de este capítulo, revelará el proceso de planificación, ejecución e informe del trabajo de auditoría interna en el proceso de pago de comisiones a distribuidores autorizados por la venta del servicio de telefonía móvil prepago, cédulas centralizadoras, sumarias, analíticas, así como debilidades de control interno, riesgos y cualquier otra desviación importante que afecte las operaciones de la organización.

### 4.3.1 Índice de papeles de trabajo

<b>NO.</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>REF.</b>	<b>PÁG.</b>
1	Estatuto de auditoría interna.	<b>PA-01</b>	<b>69</b>
2	Nombramiento de auditoría interna.	<b>PA-02</b>	<b>72</b>
3	Plan de auditoría interna.	<b>PA-03</b>	<b>73</b>
4	Programa de auditoría interna.	<b>PA-04 1/2</b>	<b>77</b>
5	Cuestionario de control interno ambiente de control	<b>CI-10</b>	<b>79</b>
6	Cuestionario de control interno actividades de control	<b>CI-11 1/2</b>	<b>80</b>
7	Cuestionario de control interno actividades de control	<b>CI-11 2/2</b>	<b>81</b>
8	Cuestionario de control interno actividades de operación	<b>CI-12</b>	<b>82</b>
9	Cuestionario de control interno ambiente de control	<b>CI-13 1/2</b>	<b>83</b>
10	Esquema de riesgo inherente	<b>CI-14 1/4</b>	<b>85</b>
11	Matriz de riesgo inherente	<b>CI-14 3/4</b>	<b>87</b>
12	Diagrama matriz de riesgo inherente	<b>CI-14 4/4</b>	<b>88</b>
13	Cédula de marcas de Auditoría	<b>MC</b>	<b>89</b>
14	Cédula sumaria gastos por comisiones.	<b>ER-2</b>	<b>90</b>
15	Cédula analítica gastos por comisiones prepago distribuidores.	<b>ER-10</b>	<b>91</b>
16	Cédula variación de saldos ventas calle años 2015 vrs 2016.	<b>ER-11</b>	<b>92</b>
17	Procedimiento de auditoría activación ventas calle.	<b>ER-11-1</b>	<b>93</b>
18	Selección de la muestra activación ventas calle.	<b>ER-11-2</b>	<b>94</b>
19	Comparación de la muestra con políticas vigentes	<b>ER-11-3</b>	<b>95</b>
20	Revisión Cumplimiento Decreto 8-2013, Ley de Equipos Terminales Móviles Activación ventas calle.	<b>ER-11-4</b>	<b>96</b>
21	Cédula variación de saldos activación puntos de venta años 2015 vrs 2016.	<b>ER-12</b>	<b>97</b>
22	Procedimiento de auditoría activación puntos de venta.	<b>ER-12-1</b>	<b>98</b>
23	Selección de la muestra activación puntos de venta.	<b>ER-12-2</b>	<b>99</b>
24	Comparación de la muestra con políticas vigentes.	<b>ER-12-3</b>	<b>100</b>



25	Revisión Cumplimiento Decreto 8-2013, Ley de Equipos Terminales Móviles Activación ventas calle.	<b>ER-12-4</b>	<b>101</b>
26	Cédula variación de saldos activación activadores marketing años 2015 vrs 2016.	<b>ER-13</b>	<b>102</b>
27	Procedimiento de auditoría activación activadores marketing.	<b>ER-13-1</b>	<b>103</b>
28	Selección de la muestra activación activadores marketing.	<b>ER-13-2</b>	<b>104</b>
39	Comparación de la muestra con políticas vigentes.	<b>ER-13-3</b>	<b>105</b>
30	Revisión Cumplimiento Decreto 8-2013, Ley de Equipos Terminales Móviles activación activadores marketing.	<b>ER-13-4</b>	<b>106</b>
31	Cédula variación de saldos permanencia ventas calle años 2015 vrs 2016.	<b>ER-14</b>	<b>107</b>
32	Procedimiento de auditoría permanencia ventas calle.	<b>ER-14-1</b>	<b>108</b>
33	Selección de la muestra permanencia ventas calle.	<b>ER-14-2</b>	<b>109</b>
34	Evaluación de la muestra con políticas vigentes.	<b>ER-14-3</b>	<b>110</b>
35	Esquema de comisión permanencia ventas calle.	<b>ER-14-4</b>	<b>111</b>
36	Análisis estructura de comisión permanencia ventas calle	<b>ER-14-5</b>	<b>112</b>
37	Cédula variación de saldos permanencia puntos de venta años 2015 vrs 2016.	<b>ER-15</b>	<b>113</b>
38	Procedimiento de auditoría permanencia puntos de venta.	<b>ER-15-1</b>	<b>114</b>
39	Selección de la muestra permanencia puntos de venta.	<b>ER-15-2</b>	<b>115</b>
40	Comparación de la muestra con políticas vigentes.	<b>ER-15-3</b>	<b>116</b>
41	Análisis estructura de comisión permanencia ventas calle.	<b>ER-15-4</b>	<b>117</b>
42	Cédula variación de saldos permanencia activadores marketing años 2015 vrs 2016.	<b>ER-16</b>	<b>118</b>
43	Procedimiento de auditoría permanencia activadores marketing.	<b>ER-16-1</b>	<b>119</b>
44	Selección de la muestra permanencia activadores marketing.	<b>ER-16-2</b>	<b>120</b>
45	Evaluación de la muestra comisión permanencia activadores marketing.	<b>ER-16-3</b>	<b>121</b>
46	Esquema de comisión permanencia activadores marketing.	<b>ER-16-4</b>	<b>122</b>
47	Análisis estructura de comisión permanencia activadores marketing	<b>ER-16-5</b>	<b>123</b>
49	Integración contable comisiones por distribuidor.	<b>ER-17</b>	<b>124</b>
50	Detalle desactivaciones por fraude.	<b>ER-18 1/2</b>	<b>125</b>
51	Ajustes y reclasificaciones	<b>AJ-1</b>	<b>127</b>

#### 4.3.2 Estatuto de auditoría interna

PT:	PA-01		
Hecho por:	EL	FECHA:	16/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	06/02/2017

### **Comunicación Inalámbrica, S. A. Del 01 de enero 2016 al 31 de diciembre 2016**

#### Objetivo

Proporcionar un trabajo objetivo de aseguramiento que ayude a cumplir los objetivos de la dirección mediante la aportación de un enfoque sistemático que mejore la eficacia en los procesos.

#### Alcance

La auditoría interna tendrá acceso a todos los procesos con el objetivo de dar a conocer los procedimientos de auditoría interna para asegurar la correcta aplicación del proceso de pago de comisiones a distribuidores autorizados por la venta del servicio de telefonía móvil prepago dando a conocer lo siguiente:

- a) Identificar plenamente los riesgos.
- b) Que la información con la que se cuenta y con la que se realiza el proceso financiero de gestión operativa es confiable, precisa y oportuna.
- c) Las acciones de los empleados cumplen con exactitud con las políticas establecidas.
- d) Los recursos son utilizados eficientemente.

- e) Son reconocidas de manera apropiada las leyes y regulaciones utilizadas en Guatemala.

#### De la responsabilidad

El Auditor Interno consiente de sus atribuciones será responsable de:

- a) Informar sobre los hallazgos significativos relacionados con los procesos, incluyendo mejoras en la interpretación de la información.
- b) Desarrollar mejoras, coordinar vigilancia en las funciones de control y revisión.
- c) Evaluar y asesorar las operaciones y procesos de control, monitoreando la buena implantación o expansión.
- d) Asistir en la investigación de sospechas de actividades fraudulentas o de errores en el proceso.

#### De autoridad

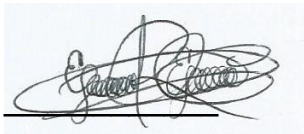
El personal de auditoría interna

- a) Tener acceso total a las funciones y registros del proceso de pago de comisiones.
- b) Acceso comunicación con la dirección general de la organización.
- c) Asignar recursos, alcances de trabajo y aplicar técnicas para cumplir los objetivos de auditoría.
- d) Obtener la colaboración del personal del área de pago de comisiones en la cual se desempeña la auditoría.
- e) El personal de auditoría interna no desempeñará ningún tipo de tarea operativa.

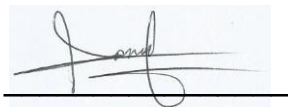
## Normas para el ejercicio de la Auditoría y código de ética

El departamento de auditoría interna cumplirá o excederá las Normas Internacionales para el Ejercicio Profesional de la Auditoría Interna y el Código de Ética.

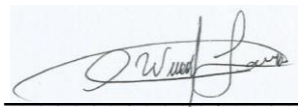
Este estatuto ayuda a establecer el nivel organizacional de la actividad de auditoría interna al definir sus propósitos, autoridades y responsabilidades, y fue elaborado, revisado y autorizado por:



Fernando Pereira  
Auditor Interno



Juan Ramiro Pérez  
Gerente general



Alejandro Sibinal  
Presidente del consejo

Guatemala enero de 2017

#### 4.3.3 Nombramiento de auditoría interna

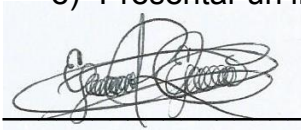
PT:	PA-02		
Hecho por:	EL	FECHA:	16/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	06/02/2017

De: Fernando Pereira (Auditor Interno).  
Para: Julio Ochoa (supervisor de auditoría interna).  
Emilio López (Asistente de auditoría interna)  
Asunto: Auditoría Interna al proceso de pago de comisiones a distribuidores autorizados por la venta del servicio de telefonía móvil prepago.  
Fecha: Enero 2017

Por este medio se les designa para que procedan a realizar una auditoría interna al área de pago de comisiones de la empresa Comunicación Inalámbrica, S.A. por el período comprendido del 01 de enero al 31 de diciembre de 2016.

Esta auditoría tendrá una duración de 30 días hábiles y su responsabilidad será la siguiente:

- a) Planificación y programación de la auditoría.
- b) Evaluación del control interno.
- c) Ejecución del trabajo de auditoría.
- d) Supervisión de la ejecución de la auditoría.
- e) Presentar un informe del trabajo realizado.



Fernando Pereira  
Auditor Interno

#### 4.3.4 Plan de Auditoría Interna al proceso de pago de comisiones

**Comunicación Inalámbrica, S. A.**  
**Al 31 de diciembre 2016**

PT:	PA-03		
Hecho por:	EL	FECHA:	16/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	06/02/2017

A solicitud de la Dirección General y de conformidad con el plan anual de auditoría interna, se llevará a cabo la auditoría interna al proceso de pago de comisiones a distribuidores autorizados por la venta del servicio de telefonía móvil prepago. Considerando que este proceso es de suma importancia para la organización por el tipo de transacciones monetarias, está expuesta a riesgos como fraude y error en las operaciones.

#### **Alcance**

El trabajo de auditoría abarcará operaciones relacionadas con el área de pago de comisiones y efectuadas del 01 de Enero al 31 de Diciembre 2016.

Objetivos de auditoría:

- a. General: cerciorarse que se cumplan los controles existentes en el proceso de pago de comisiones a distribuidores autorizados por la venta del servicio de telefonía móvil prepago.
- b. Específicos
  - Verificar la efectividad de las actividades.
  - Verificar la eficacia y eficiencia de los recursos financieros.

- Evaluar el control interno existente sobre las transacciones relacionadas con el área de pago de comisiones.
- Evaluar el riesgo inherente y residual relacionado con el proceso de pago de comisiones.
- Evaluar la correcta aplicación en el pago de comisiones a distribuidores autorizados descartando posibles fraudes y duplicación en las operaciones.

### **Tiempo**

Considerando el conocimiento en las operaciones y el departamento de pago de comisiones y demás competencias del personal de auditoría interna, el tiempo estimado para la respectiva revisión serán 30 días hábiles equivalentes a 300 horas hombre distribuidos de la siguiente manera: asistente 240 horas, supervisor 50 horas, Auditor Interno 10 horas.





## **Entrevista al personal encargado de las operaciones**

<b>Puesto</b>	<b>Fecha entrevista</b>
Subgerente de comisiones	16/01/2017
Encargado de comisiones	16/01/2017
Asistentes financieros	16/01/2017

## **Comunicación de resultados del trabajo de auditoría**

Se emitirá un informe dirigido a gerencia general, la cual tendrá los resultados obtenidos de los procedimientos aplicados al proceso de pago de comisiones así como las debidas recomendaciones y observaciones sobre el control interno relacionado con dicho rubro.

#### 4.3.5 Programa de auditoría interna

**Comunicación Inalámbrica, S. A.**  
**Al 31 de Diciembre 2016**

PT:	PA-04 1/2		
Hecho por:	EL	FECHA:	17/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	06/02/2017

OBJETIVO		ACIERTO				
		O	E	R	I	EX
1	Evaluar el control interno existentes sobre el proceso de pago de comisiones a distribuidores autorizados.	X	X	X	X	X
2	Evaluar el funcionamiento de los procesos y procedimientos establecidos para el pago de comisiones.	X	X		X	X
3	Evaluar la información existente para el proceso de pago de comisiones.	X	X		X	X
4	Evaluar la eficacia y eficiencia de los recursos físicos y de información.		X		X	X
5	Comprobar que los pagos de comisiones tengan el soporte con la documentación correspondiente.	X		X	X	X

**O** = Oportunidad, **E** = Exactitud, **R** = Revelación, **I** = Integridad,  
**EX** = Existencia

**Programa de auditoría interna**  
**Comunicación Inalámbrica, S. A.**  
**Al 31 de Diciembre 2016**

PT:	PA-04 2/2		
Hecho por:	EL	FECHA:	19/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	06/02/2017

No.	PROCEDIMIENTO	PÁG.	REF	HECHO	REVISADO
1	Establecer reunión con el Subgerente y el encargado del área de comisiones, para indagar sobre el control interno y sobre los procesos en el pago de comisiones a distribuidores autorizados.	80	CI-10	EL 16/01/2017	JO 19/01/2017
2	Esquema de riesgo inherente, considerando los que sean detectados en la evaluación del control interno.	87	CI-14 2/4	EL 19/01/2017	JO 21/01/2017
3	Matriz de riesgo Inherente.	88	CI-14 3/4	EL 19/01/2017	JO 21/01/2017
4	Diagrama matriz riesgo inherente.	89	CI-12	EL 19/01/2017	JO 21/01/2017
5	Cédula sumaria gasto por comisiones.	91	ER-2	EL 21/01/2017	JO 24/01/2017
6	Integración de la cuentas contables gastos por comisiones por distribuidor área metropolitana.	125	ER-17	EL 06/02/2017	JO 27/02/2017
7	Revisión de casos suspendidos por fraude.	127	ER-18 2/2	EL 06/02/2017	JO 27/02/2017
8	Verificación de documentación de soporte y los cálculos de pago de comisiones, que cumplan con las políticas previamente establecidas, de tal manera de cerciorarse de la legitimidad de las transacciones.	92	ER-10	EL 21/01/2017	JO 10/02/2017
9	Comunicación de resultados, mediante informe de auditoría interna.	129, 130			JO 10/03/2017
10	Seguimiento a las recomendaciones de auditoría interna.	134, 135	INF01	EL 31/03/2017	JO 31/03/2017

**Cuestionario de control interno a**  
**Subgerente área de pago de**  
**comisiones**

PT:	CI-10		
Hecho por:	EL	FECHA:	17/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	07/02/2017

No.	Procedimiento	Si	No	OBSERVACIONES
<b>Ambiente de control</b>				
1	¿Existen procedimientos establecidos para el pago de comisiones?	x		El pago de comisiones se basa en políticas establecidas y autorizadas por la gerencia general, gerencia de inteligencia comercial, gerencia de finanzas, gerencia de operaciones financieras, con el visto bueno del presidente de la organización, estos son los lineamientos para sustentar el pago de comisiones a distribuidores autorizados.
2	¿Las personas que firman la documentación están autorizadas por la Dirección General?	x		Las personas autorizadas por la dirección general, para la autorización de asignación de fondos por comisiones son: el gerente de operaciones financieras y la subgerente de operaciones financieras, con el visto bueno del coordinador del área de pago de comisiones.

**Cuestionario de control interno a  
Subgerente área de pago de  
comisiones**

PT:	CI-11 1/2		
Hecho por:	EL	FECHA:	17/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	07/02/2017

Actividades de control				
No.	Procedimiento	Si	No	Observaciones
1	¿Existe algún mecanismo de control en el pago de comisiones?	x		El coordinador del área lleva un control en una hoja de Excel y con un correlativo está al tanto de las comisiones que se pagan.
2	¿Los pagos de comisiones son monitoreados y se cerciora de que el beneficiario reciba el pago?	x		El coordinador de pago de comisiones, maneja en sus registros el estatus de los pagos de comisiones.
3	¿Se tiene algún control que detecte la duplicidad en el pago de comisiones?	x		Se realiza un cruce por medio de una sábana de datos, de toda la información que se maneja, únicamente en el mes que se está trabajando.
4	¿Se pueden realizar pagos de comisiones sin la firma del gerente de operaciones financieras?	x		En ausencia del gerente de operaciones financieras, se pueden realizar los pagos de comisiones únicamente con la firma del sub gerente de comisiones y del encargado del área de pago de comisiones.
5	¿Se elaboran estimaciones para el pago de comisiones?	x		Esta es solicitada por la gerencia de operaciones financieras y por el departamento de contabilidad y se realiza cada final de mes.
6	¿Se monitorean las actividades del personal del área de pago de comisiones?	x		

**Cuestionario de control interno a**  
**Subgerente área de pago de**  
**comisiones**

PT:	CI-11 2/2		
Hecho por:	EL	FECHA:	17/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	07/02/2017

<b>Actividades de control</b>				
<b>No.</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Observaciones</b>
7	¿Los colaboradores firman documentos que sustentan la realización del análisis para el pago de comisiones?	x		Cada cálculo de pago de comisiones el personal tiene la obligación de firmar y dejar de sustento de quien la realizó.
8	¿Existe un lugar establecido en donde se resguarde la documentación de respaldo de pago de comisiones?		x	Actualmente se guardan en las gavetas de los escritorios de quien elabora los cálculos.
9	¿Existe segregación de funciones en las actividades de pago de comisión?	x		
10	¿Existe rotación de actividades para el pago de comisiones?		x	Cada asistente tiene una actividad asignada, aún no se toma en cuenta esta actividad.
11	¿Los empleados pueden realizar transacciones de pago de comisiones sin la firma de las personas autorizadas?		x	El departamento de tesorería acredita fondos únicamente con las firmas de las personas plenamente designadas y autorizadas.
12	¿Existen controles para el resguardo de las claves de los sistemas?		x	Cada persona es responsable de su usuario y contraseña.
13	¿Se tiene acceso a todas las plataformas informáticas necesarias para generar la información de pago?		x	Actualmente no se cuenta con acceso para la plataforma de activaciones, vitec (ventas del distribuidor) y el de recargas.

**Cuestionario de control interno a  
Subgerente área de pago de  
comisiones**

PT:	CI-12		
Hecho por:	EL	FECHA:	17/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	07/02/2017

<b>Actividades de operación</b>				
<b>No.</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Observaciones</b>
1	¿La sábana de datos que es generada en los servidores es monitoreada constantemente de manera que se cumpla con las políticas establecidas?	x		El analista de sistemas ha creado procesos de programación que cumplen con las políticas establecidas no importando la cantidad de datos, esta es generada automáticamente cumpliendo parámetros ya establecidos.
2	¿Existe otra persona adicional a la asignada para que pueda generar la sábana de datos?		x	Actualmente solo el analista de sistemas genera la sábana de datos.
3	¿La sábana de datos a su consideración está libre de errores?		x	Por la gran cantidad de información que se genera se encuentran errores que se corrigen manualmente por los asistentes financieros.
4	¿Los cálculos de pago de comisiones se realizan por medio de plataforma informática, luego de la creación de la sábana de datos?		x	Los cálculos para el pago de comisiones a distribuidores autorizados son realizados en Hojas electrónicas de Excel.

**Cuestionario de control interno**  
**Encargado área de comisiones**

PT:	CI-13 1/2		
Hecho por:	EL	FECHA:	17/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	07/02/2017

Ambiente de control				
No.	Procedimiento	Si	No	Observaciones
1	¿Existe algún mecanismo de control en el pago de comisiones?	x		Existe un control en el cual se coteja cada pago que se realiza.
2	¿Los pagos de comisiones son monitoreados y se cerciora de que el beneficiario reciba el pago?	x		
3	¿Se tiene algún control que detecte la duplicidad en el pago de comisiones?	x		
4	¿Se hacen pago de comisiones sin la firma del gerente de operaciones financieras?	x		
5	¿Se elaboran estimaciones para el pago de comisiones?	x		Es requisito indispensable presentar la estimación del pago de comisiones al departamento de contabilidad.
6	¿Se monitorean las actividades del personal del área de pago de comisiones?	x		Se elabora un cronograma de actividades semanalmente y se presente a la gerencia de operaciones financieras.
7	¿Los colaboradores firman documentos que sustentan la realización del análisis para el pago de comisiones?		x	



**Cuestionario de control interno**  
**Encargado área de comisiones**

PT:	CI-13 2/2		
Hecho por:	EL	FECHA:	17/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	07/02/2017

Ambiente de control				
No.	Procedimiento	Si	No	Observaciones
8	¿Existe segregación de funciones en las actividades de pago de comisión?	x		
9	¿Existe rotación de actividades para el pago de comisiones?	x		Las actividades se rotan cada 6 meses o cuando se considera necesario.
10	¿Los empleados pueden realizar transacciones de pago de comisiones sin la firma de las personas autorizadas?		x	
11	¿Existen controles para el resguardo de las claves de los sistemas?		x	
12	¿Se toman acciones con los casos que se reportan como activaciones por fraudes?		x	Actualmente no se realiza ninguna acción frente a estos casos ya que no hay política que haga referencia sobre estos casos.

## Esquema de riesgo inherente

PT:	CI-14 1/4		
Hecho por:	EL	FECHA:	19/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	07/02/2017

Es la susceptibilidad del saldo de una cuenta o clase de transacciones a una representación errónea que pudiera ser de importancia relativa, individualmente o cuando se agrega con representaciones erróneas en otras cuentas o clases, asumiendo que no hubo, o los controles internos fueron deficientes.

Esta cédula revela los parámetros para evaluar el impacto y ocurrencia así también el control interno en operación.

Se califica desde uno (1) que representa una baja posibilidad de ocurrencia e impacto insignificante, hasta cinco (5) que es casi seguro que se materialice el riesgo cuyo impacto es catastrófico. El control interno se evalúa desde uno (1) que representa la carencia de control, hasta cinco (5) controles que se espera detecten los riesgos en la mayor de circunstancias.

Nivel	1. EVALUACIÓN DE OCURRENCIA	
	Descripción	Detalle
1	Muy imposible	Riesgo cuya posibilidad de ocurrencia es muy baja.
2	Imposible	Riesgo cuya posibilidad de ocurrencia es baja.
3	Posible	Riesgo cuya posibilidad de ocurrencia es media.
4	Probable	Riesgo cuya posibilidad de ocurrencia es alta.
5	Seguro	Riesgo cuya posibilidad de ocurrencia es Plena.

## Esquema de riesgo Inherente

PT:	CI-14 2/4		
Hecho por:	EL	FECHA:	19/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	07/02/2017

1. EVALUACIÓN DE IMPACTO		
Nivel	Descripción	Detalle
1	Insignificante	Riesgo que puede tener un efecto pequeño o nulo.
2	Leve	Riesgo que causaría daño en el patrimonio pero que se puede corregir en corto tiempo.
3	Moderado	Riesgo que causaría una pérdida importante en el patrimonio o un deterioro significativo de la imagen
4	Grave	Riesgo que causaría un daño significativo al patrimonio e imagen, se requiere una cantidad importante de tiempo para investigar y corregir.
5	Catastrófico	Riesgo cuya materialización influye en pérdida patrimonial o deterioro de la imagen.
2. EVALUACIÓN DEL CONTROL INTERNO		
1	No existe	No Existen Controles.
2	Débil	Puede ser detectado solo en circunstancias excepcionales, existen procedimientos empíricos.
3	Moderado	Puede ser detectado en algún momento, o existen procedimientos escritos o de mitigación.
4	Aceptable	Podría ser detectado en algún momento, existen procedimientos y se han efectuado revisiones.
5	Suficiente	Se espera que sea detectado en la mayoría de las circunstancias.

## Matriz de riesgo inherente

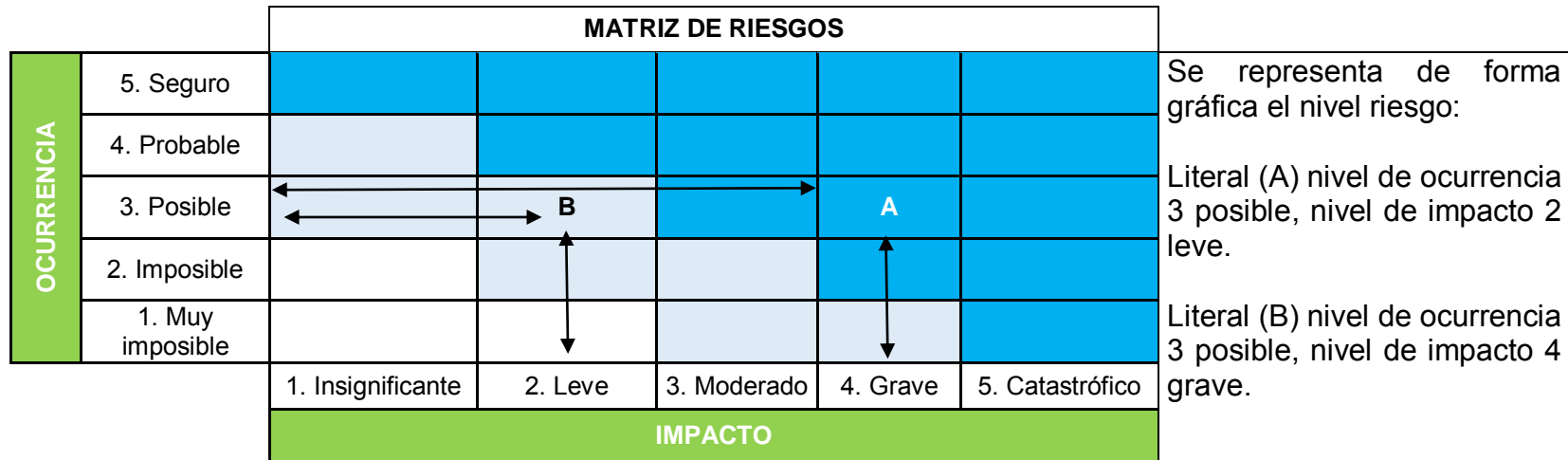
PT:	CI-14 3/4		
Hecho por:	EL	FECHA:	19/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	07/02/2017

No.	Riesgo	Puntuación de la evaluación, para la determinación del riesgo					Impacto del riesgo
		O	I	RI (O*I)	C	RR (I*O/C)	
A	Posibles errores en los pagos por información incorrecta recibida del departamento de sistemas.	3	4	12	4	3	En algunos casos parte de la información utilizada para elaborar los cálculos de pagos de comisiones es enviada por el departamento de sistemas en formato (.xls, y .csv) existe riesgo de error interpretación como del envío de la misma el cual podría afectar el resultado final.
B	Posibles errores en la elaboración de la sábana de datos que repercute en el dato final de pago de comisiones.	3	2	6	2	3	Se evalúa y procesa una gran cantidad de información, en algunos casos existe la posibilidad que haya duplicidad de los registros.

O = Ocurrencia, I = Impacto, RI = Riesgo, C = Control Interno, RR = Riesgo Residual

### Diagrama matriz de riesgo inherente







PT:	CI-14 4/4		
Hecho por:	EL	FECHA:	19/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	07/02/2017



INDICADOR DE EXPOSICIÓN AL RIESGO	
Descripción	Nivel
Alto	
Medio	
Bajo	

**Marcas de auditoría**

PT:	<b>MC</b>		
Hecho por:	EL	FECHA:	20/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	07/02/2017

No.	MARCA	SIGNIFICADO
1		Sumado vertical
2		Va a cédula
3		Viene de cédula
4		Cotejado contra Diario Mayor
5	<b>S</b>	Resultado satisfactorio
6	<b>N</b>	Resultado insatisfactorio
7		Cotejado en base de pago
8		Muestra elegida

Comunicación Inalámbrica, S. A.  
 Cédula Sumaria  
 Gasto por comisiones  
 al 31 de Diciembre 2016

PT:	ER-2		
Hecho por:	EL	FECHA:	21/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	10/02/2017

No.	DESCRIPCIÓN	SALDO CONTABILIDAD	DEBE	HABER	REF	SALDO AUDITORÍA	REF
1	Comisiones Prepago Distribuidores	Q 23,890,897.00		Q 101,635.00	ER-18 2/2	Q 23,789,262.00	ER-10
2	Comisiones Prepago Cadenas Autorizadas	Q 1,457,387.00				Q 1,457,387.00	
3	Comisiones Pospago Distribuidores	Q 1,149,341.00				Q 1,149,341.00	
4	Comisiones Pospago Cadenas Autorizadas	Q 435,623.00				Q 435,623.00	
5	Comisiones Tiempo de Aire Distribuidores	Q 3,674,354.00				Q 3,674,354.00	
6	Comisiones Tiempo de Aire Cadenas	Q 756,432.00				Q 756,432.00	
	Total Comisiones	<b>Q 31,364,034.00</b>		<b>Q 101,635.00</b>		<b>Q 31,262,399.00</b>	
<b>Conclusión:</b> Los resultados de nuestras pruebas de auditoría efectuados según Normas para la Práctica Profesional de Auditoría Interna (NIEPAI), la evaluación y pruebas de control interno, las cifras mostradas en la cédula ER-2, son razonables al 31 de diciembre 2016.							
<b>Marcas</b>							
	Sumado Vertical						
	Va a Cédula						
	Viene de Cédula						
	Cotejado contra Diario Mayor						

Comunicación Inalámbrica, S. A.  
 Cédula analítica  
 Integración gasto por comisiones prepago distribuidores  
 Año 2016

PT:	ER-10		
Hecho por:	EL	FECHA:	21/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	10/02/2017

No.	DESCRIPCIÓN	SALDO CONTABILIDAD	DEBE	REF	HABER	REF	SALDO	REF
<b>1</b>	<b>Comisión por Activación</b>							
	Ventas Calle	Q 7,469,990.00	↔		Q 101,635.00	ER-18 3/3 ↗	Q 7,368,355.00	ER-11
	Puntos de Venta	Q 437,091.00	↔				Q 437,091.00	ER-12
	Activadores Marketing	Q 1,099,564.00	↔				Q 1,099,564.00	ER-13
	Sub Total	↗ <b>Q 9,006,645.00</b>					<b>Q 8,905,010.00</b>	
<b>2</b>	<b>Comisión por Permanencia</b>							
	Comisión Permanencia Activación Calle	Q 12,705,902.00	↔				Q 12,705,902.00	ER-14
	Comisión Permanencia Puntos de Venta	Q 604,690.00	↔				Q 604,690.00	ER-15
	Comisión Permanencia Activadores Marketing	Q 1,573,660.00	↔				Q 1,573,660.00	ER-16
	Sub Total	↗ <b>Q 14,884,252.00</b>					<b>Q 14,884,252.00</b>	
	<b>Total</b>	↗ <b>Q 23,890,897.00</b>					<b>Q 23,789,262.00</b>	ER 2 ↗
	<b>Marcas</b>							
↗	Sumado Vertical							
↗	Va a Cédula							
↗	Viene de Cédula							
↗	Cotejado contra Diario Mayor							



Comunicación Inalámbrica, S. A.

Cédula analítica

Variación año 2015 - 2016 comisión activación ventas calle  
al 31 de diciembre 2016

PT:	ER-11		
Hecho por:	EL	FECHA:	21/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	10/02/2017

No.	DESCRIPCIÓN	SALDOS 2015	REF	SALDO 2016	REF	VARIACIÓN
1	Comisión Ventas calle Enero	Q 564,420.00		Q 557,090.00		Q 7,330.00
2	Comisión Ventas calle Febrero	Q 575,490.00		Q 601,340.00		Q (25,850.00)
3	Comisión Ventas calle Marzo	Q 599,080.00		Q 595,760.00		Q 3,320.00
4	Comisión Ventas calle Abril	Q 598,200.00		Q 620,440.00		Q (22,240.00)
5	Comisión Ventas calle Mayo	Q 521,480.00		Q 520,830.00		Q 650.00
6	Comisión Ventas calle Junio	Q 556,654.00		Q 570,970.00		Q (14,316.00)
7	Comisión Ventas calle Julio	Q 736,424.00		Q 720,450.00		Q 15,974.00
8	Comisión Ventas calle Agosto	Q 675,742.00		Q 701,210.00		Q (25,468.00)
9	Comisión Ventas calle Septiembre	Q 540,410.00		Q 625,800.00		Q (85,390.00)
10	Comisión Ventas calle Octubre	Q 510,650.00		Q 578,840.00		Q (68,190.00)
11	Comisión Ventas calle Noviembre	Q 596,745.00		Q 611,870.00		Q (15,125.00)
12	Comisión Ventas calle Diciembre	Q 700,400.00		Q 765,390.00		Q (64,990.00)
	<b>Totales</b>	<b>Q 7,175,695.00</b>		<b>Q 7,469,990.00</b>	<b>ER-10</b>	
Observaciones: De acuerdo con el resultado de la comparación de variación de saldos de los años 2015 y 2016, se procederá a ejecutar la revisión al pago de comisión del mes de septiembre 2016, ya que presenta la variación más alta con respecto al 2015.						
	<b>Marcas</b>					
	Muestra elegida					
	Sumado Vertical					
	Va a Cédula					
	Viene de Cédula					
	Cotejado contra Diario Mayor					

**Comunicación Inalámbrica, S. A.**  
**Cédula analítica**  
**Procedimiento de auditoría comisión**  
**activación ventas calle**  
**al 31 de diciembre 2016**

<b>PT:</b>	<b>ER-11 - 1</b>		
<b>Hecho por:</b>	EL	<b>FECHA:</b>	24/01/2017
<b>Revisado por:</b>	JO	<b>FECHA:</b>	13/02/2017

#### **PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA**

- Se tomará para revisión el cálculo de pago de comisión del mes de septiembre 2016.
- Se validarán los parametros según la política vigente en la empresa.
- Por la cantidad de casos mensual, para evaluación de comisionamiento se tomará una muestra y mostrarán los primeros 20 casos, utilizando el método estadístico de auditoría de las tablas Random Digits, con el objetivo que sea aleatoria y comparada con la política vigente.

#### **Se obtuvo la siguiente información:**

Activaciones por concepto de ventas calle 40,000 mensuales debido a la cantidad se tomará una muestra del cálculo de comisiones del mes de septiembre 2016.

De un total de 33,829 Activaciones, transaccion del 09-1 al 09-33829

#### **Condiciones establecidas:**

Se utilizará para la la generación de la muestra la tabla 6  
 Nivel de confianza 95%  
 Precisión 1%  
 Tasa de error 2%

Se utilizará tabla de números aleatorios con una ruta a seguir de la línea 8 columna 4

#### **Excepciones encontradas:**

2 Registros duplicados  
 16 Registros sin recarga minima según política  
 2 No encontrados en el modulo contable

#### **Se determinará lo siguiente:**

Tamaño de la muestra.  
 Los primeros 20 números a examinar.  
 Intevalo de confianza.  
 Tasa de error real encontrado en la muestra.

<b>PRODUCTO</b>	<b>PARAMETROS DE REVISIÓN CONFORME A LA POLÍTICA</b>
<b>KIT</b>	- Se comisiona el equivalente a una recarga inicial hasta un máximo de Q 50.00.
	- El valor de esta recarga se restará de la comisión por permanencia.
<b>SIM</b>	- Se comisiona el equivalente a una recarga inicial hasta un máximo de Q 25.00.
	- El valor de esta recarga se restará de la comisión por permanencia.
<b>AMBOS</b>	- El distribuidor autorizado ingresará sus ventas en el sistema de registro caso contrario no se toman en cuenta para el pago de comisión.
	- Los números identificados como "SIN FICHA" (registro ubicación de activación, identificación vendedor y datos del comprador) no serán considerados para el pago de comisión.

**Comunicación Inalámbrica, S. A.**  
**Cédula analítica**  
**Selección de la muestra comisión**  
**activación ventas calle**  
**al 31 de diciembre 2016**

<b>PT:</b>	<b>ER-11 - 2</b>		
<b>Hecho por:</b>	EL	<b>FECHA:</b>	24/01/2017
<b>Revisado por:</b>	JO	<b>FECHA:</b>	13/02/2017

**1) Tamaño de la muestra:**

Utilizando la tabla random número 6 se obtiene la siguiente muestra 742 activaciones.

Se muestran los primeros 20 números escogidos de la tabla de números aleatorios, utilizando la ruta línea 8 columna 4 y de los que se evaluarán conforme a las políticas vigentes son los siguientes:

<b>No.</b>	<b>Transacción</b>
1	7972
2	10281
3	33276
4	3427
5	8178
6	9998
7	14346
8	24200
9	8751
10	26432
11	26422
12	12908
13	30134
14	7391
15	29992
16	31926
17	25388
18	30391
19	14422
20	27889

**2) Intervalo de confianza**

Tasa de error u ocurrencia	
2% -	1%
2% +	1%
<hr/>	
1%	3%

**3) Tasa de error de la muestra**

	Excepciones		
Registros duplicados	2	2/742	0.27%
Registros sin recarga mínima	16	16/742	2.16%
Registros no encontrados en sistema contable	2	2/742	0.27%



Comunicación Inalámbrica, S. A.

Cédula analítica

Revisión cumplimiento Decreto 8-2013, Ley de Equipos Terminales Móviles,  
activación ventas calle  
al 31 de diciembre 2016

PT:	ER-11 - 4		
Hecho por:	EL	FECHA:	24/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	13/02/2017

DETALLE DE CASOS					ATRIBUTOS DE CONTROL INTERNO				
TRANS	PRODUCTO	IMEI	TELÉFONO	DESCRIPCIÓN	I	II	III	IV	V
7972	SIM	895020101459883638	55988105	SIM Smart	S	S	S	S	S
10281	SIM	895020101459967098		SIM INDIVIDUAL Smart S/N	S	S	S	S	N
33276	SIM	895020101459957821		SIM Smart	S	S	S	S	N
3427	KIT	353636056499472	47307071	AZUMI K10 SILVER (P)	S	S	S	S	S
8178	SIM	895020101459782527	56120755	SIM Smart S/N	S	S	S	S	S
9998	SIM	895020101459842613	42242209	SIM Smart (P)	S	S	S	S	S
14346	SIM	895020101460209172	56364924	SIM "CALLE" Smart S/N	S	S	S	S	S
24200	KIT	352786062767015	47153462	AZUMI L1N NEGRO (P)	S	S	S	S	S
8751	KIT	861824010669126	56272104	HUAWEI G6310 NEGRO (P)	S	S	S	S	S
26432	KIT	352786062318223	59133078	AZUMI L1N ROJO (P)	S	S	S	S	S

De los 10 casos seleccionados de la comisión por activación ventas calle existen dos casos que no cumplen con el Decreto 08-2013, por tanto existe el riesgo que la información utilizada este incompleta en algunos casos.

#### Definición de atributos de control interno

- I** La existencia de un registro de cada uno de los nuevos usuarios del servicio de telefonía móvil prepago. Artículo 3
  - II** Registro de las personas individuales y/o jurídicas que les vendan o suministren tarjetas SIM. Artículo 11
  - III** Existencia del documento único de identificación DPI. Artículo 14
  - IV** Identificación del punto de venta
  - V** Verificación del registro contenga la identificación del aparato telefónico o tarjeta SIM (imei, número telefónico, descripción modelo).
- S** Cumple decreto  
**N** No cumple decreto

Comunicación Inalámbrica, S. A.

Cédula analítica

Variación año 2015 - 2016 comisión activación puntos de venta  
al 31 de diciembre 2016

PT:	ER-12		
Hecho por:	EL	FECHA:	24/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	13/02/2017

No.	DESCRIPCIÓN	SALDOS 2015	REF	SALDO 2016	REF	VARIACIÓN
1	Comisión puntos de venta Enero	Q 27,436.00		Q 31,888.00		Q (4,452.00)
2	Comisión puntos de venta Febrero	Q 37,800.00		Q 38,592.00		Q (792.00)
3	Comisión puntos de venta Marzo	Q 29,575.00		Q 32,875.00		Q (3,300.00)
4	Comisión puntos de venta Abril	Q 42,526.00		Q 39,954.00		Q 2,572.00
5	Comisión puntos de venta Mayo	Q 25,033.00		Q 29,876.00		Q (4,843.00)
6	Comisión puntos de venta Junio	Q 25,974.00		Q 26,563.00		Q (589.00)
7	Comisión puntos de venta Julio	Q 38,500.00		Q 47,678.00		Q (9,178.00)
8	Comisión puntos de venta Agosto	Q 20,845.00		Q 28,654.00		Q (7,809.00)
9	Comisión puntos de venta Septiembre	Q 22,426.00		Q 31,757.00		Q (9,331.00)
10	Comisión puntos de venta Octubre	Q 15,676.00		Q 26,721.00		Q (11,045.00)
11	Comisión puntos de venta Noviembre	Q 29,425.00		Q 43,764.00		Q (14,339.00)
12	Comisión puntos de venta Diciembre	Q 49,231.00		Q 58,769.00		Q (9,538.00)
	<b>Totales</b>	<b>Q 364,447.00</b>		<b>Q 437,091.00</b>	ER-10	
Observaciones: De acuerdo con el resultado de la compración de variacion de saldos de los años 2015 y 2016, se procederá a ejecutar la revisión al pago de comisión del mes de noviembre 2016, ya que presenta la variación más alta con respecto al año 2015.						
	<b>Marcas</b>					
	Muestra elegida					
	Sumado Vertical					
	Va a Cédula					
	Viene de Cédula					
	Cotejado contra Diario Mayor					

**Comunicación Inalámbrica, S. A.**  
**Cédula analítica**  
**Procedimiento de auditoría comisión**  
**activación puntos de venta**  
**al 31 de diciembre 2016**

<b>PT:</b>	<b>ER-12-1</b>		
<b>Hecho por:</b>	EL	<b>FECHA:</b>	24/01/2017
<b>Revisado por:</b>	JO	<b>FECHA:</b>	13/02/2017

### **PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA**

- Se tomará para revisión el cálculo de pago de comisión del mes de noviembre 2016.
- Se validarán los parametros según la política vigente en la empresa.
- Por la cantidad de casos mensual, para evaluación de comisionamiento se tomará una muestra y mostrarán los primeros 20 casos, utilizando el método estadístico de auditoría de las tablas random digits, con el objetivo que sea aleatoria y comparada con la política vigente.

#### **Se obtuvo la siguiente información:**

Activaciones por concepto de punto de venta 3,000 mensuales debido a la cantidad se tomará una muestra del calculo de comisiones del mes de noviembre 2016.

de un total de 2,682 Activaciones, transaccion del 09-1 al 09-2,682

#### **Condiciones establecidas:**

Se utilizará para la la generación de la muestra la Tabla 6

Nivel de confianza 95%

Precisión 1%

Tasa de Error 2%

Se utilizará tabla de numeros aleatorios con una ruta a seguir de la linea 5 columna 3

#### **Excepciones encontradas:**

2 Registros duplicados

16 Registro sin recarga mínima según política

2 No encontrados en el módulo contable

#### **Se determinará lo siguiente:**

Tamaño de la muestra.

Los primeros 20 números a examinar.

Intevalo de confianza.

Tasa de error real encontrado en la muestra.

<b>PRODUCTO</b>	<b>PARAMETROS DE REVISIÓN CONFORME A LA POLÍTICA</b>
<b>KIT</b>	- Se comisiona el equivalente a una recarga inicial hasta un máximo de Q 50.00. - El valor de esta recarga se restará de la comisión por permanencia
<b>SIM</b>	- Se comisiona el equivalente a una recarga inicial hasta un máximo de Q 25.00. - El valor de esta recarga se restará de la comisión por permanencia.
<b>AMBOS</b>	- El distribuidor autorizado ingresará sus ventas en el sistema de registro caso contrario no se toman en cuenta para el pago de comisión. - Los números identificados como "SIN FICHA" (registro ubicación de activación, identificación vendedor y datos del comprador) no serán considerados para el pago de comisión.

Comunicación Inalámbrica, S. A.  
 Cédula analítica  
 Selección de la muestra comisión  
 activación puntos de venta  
 al 31 de diciembre 2016

PT:	ER-12-2		
Hecho por:	EL	FECHA:	24/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	13/02/2017

**1) Tamaño de la muestra:**

Utilizando la tabla random número 6 se obtiene la siguiente muestra 602 activaciones.

Se muestran los primeros 20 números escogidos de la tabla de números aleatorios, utilizando la ruta línea 5 columna 3 y de los que se evaluarán conforme a las políticas vigentes son los siguientes:

No.	Transacción
1	2050
2	2011
3	2034
4	1638
5	959
6	256
7	2584
8	697
9	2510
10	821
11	1511
12	1188
13	2349
14	33
15	2008
16	533
17	849
18	1547
19	2330
20	1915

**2) Intervalo de confianza**

Tasa de error u ocurrencia	
2% -	1%
2% +	1%
<hr/>	
1%	3%

**3) Tasa de error de la muestra**

	Excepciones		
Modelo reportado difiere a serie facturada	1	1/602	0.17%
Inconsistencia de registro	2	2/602	0.33%
Sin recarga inicial	7	7/602	1.16%





Comunicación Inalámbrica, S. A.

Cédula analítica

Revisión cumplimiento Decreto 8-2013, Ley de Equipos Terminales Móviles  
activación puntos de venta  
al 31 de diciembre 2016

PT:	ER-12-4		
Hecho por:	EL	FECHA:	25/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	13/02/2017

DETALLE DE CASOS					ATRIBUTOS DE CONTROL INTERNO				
TRANS	PRODUCTO	IMEI	TELÉFONO	DESCRIPCIÓN	I	II	III	IV	V
2050	SIM	895020101460292534	55600841	SIM INDIVIDUAL Smart S/N	S	S	S	S	S
2011	KIT	864224027541649	55609775	HUAWEI Y330 NEGRO (P)	S	S	S	S	S
2034	KIT	868417013967747	54682522	HUAWEI Y220 NEGRO (P)	S	S	S	S	S
1638	SIM	895020101460334314	41013945	SIM INDIVIDUAL Smart (P)	S	S	S	S	S
959	KIT	358428051500149	47486357	AZUMI CHIC N NEGRO (P)	S	S	S	S	S
256	KIT	352273061082613	55441470	NYX NOBA II NEGRO (P)	S	S	S	S	S
2584	KIT	352786062389851	41213291	AZUMI L1N NEGRO (P)	S	S	S	S	S
697	KIT	355708054281455	54732772	LG OPTIMUS L5II NEGRO (P)	S	S	S	S	S
2510	KIT	355278044111212	54583452	ZTE R 239 NEGRO (P)	S	S	S	S	S
821	SIM	895020101459379789	42582385	SIM INDIVIDUAL Smart (P)	S	S	S	S	S

De los 10 casos seleccionados de la comisión por activación puntos de venta todos los casos cumplen con el Decreto No. 08-2013, Ley de Equipos Terminales Móviles.

#### Definición de atributos de control interno

- I** La existencia de un registro de cada uno de los nuevos usuarios del servicio de telefonía móvil prepago. Artículo 3
- II** Registro de las personas individuales y/o jurídicas que les vendan o suministren tarjetas SIM. Artículo 11
- III** Existencia del Documento único de identificación DPI. Artículo 14
- IV** Identificación del punto de venta
- V** Verificación del registro contenga la identificación del aparato telefónico o tarjeta SIM (Imei, número telefónico, descripción modelo).

- S** Cumple decreto
- N** No cumple decreto

Comunicación Inalámbrica, S. A.

Cédula analítica

Variación año 2015 - 2016 comisión activación activadores marketing  
al 31 de diciembre 2016

PT:	ER-13		
Hecho por:	EL	FECHA:	25/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	13/02/2017

No.	DESCRIPCIÓN	SALDOS 2015	REF	SALDOS 2016	REF	VARIACIÓN
1	Comisión activadores marketing Enero	Q -		Q 85,498.00		Q (85,498.00)
2	Comisión activadores marketing Febrero	Q -		Q 78,689.00		Q (78,689.00)
3	Comisión activadores marketing Marzo	Q -		Q 81,290.00		Q (81,290.00)
4	Comisión activadores marketing Abril	Q -		Q 98,561.00		Q (98,561.00)
5	Comisión activadores marketing Mayo	Q -		Q 89,843.00		Q (89,843.00)
6	Comisión activadores marketing Junio	Q -		Q 87,440.00		Q (87,440.00)
7	Comisión activadores marketing Julio	Q -		Q 97,200.00		Q (97,200.00)
8	Comisión activadores marketing Agosto	Q -		Q 72,590.00		Q (72,590.00)
9	Comisión activadores marketing Septiembre	Q -		Q 106,409.00		Q (106,409.00)
10	Comisión activadores marketing Octubre	Q -		Q 99,178.00		Q (99,178.00)
11	Comisión activadores marketing Noviembre	Q -		Q 92,945.00		Q (92,945.00)
12	Comisión activadores marketing Diciembre	Q -		Q 109,921.00		Q (109,921.00)
	<b>Totales</b>	<b>Q -</b>		<b>Q 1,099,564.00</b>	<b>ER-10</b>	
Observaciones: el proyecto activadores marketing inició en enero 2016 por tanto no hay punto de comparación con el año 2015, se procederá a la revisión del pago de septiembre 2016.						
	<b>Marcas</b>					
	Muestra elegida					
	Sumado Vertical					
	Va a Cédula					
	Viene de Cédula					
	Cotejado contra Diario Mayor					

**Comunicación Inalámbrica, S. A.**  
**Cédula analítica**  
**Procedimiento de auditoría comisión**  
**activación activadores marketing**  
**al 31 de diciembre 2016**

<b>PT:</b>	<b>ER-13-1</b>	
<b>Hecho por:</b>	EL	<b>FECHA:</b> 25/01/2017
<b>Revisado por:</b>	JO	<b>FECHA:</b> 13/02/2017

**PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA**

- Se tomará para revisión el cálculo de pago de comisión del mes de septiembre 2016.
- Se validarán los parametros según la política vigente en la empresa.
- Por la cantidad de casos mensual, para evaluación de comisionamiento se tomará una muestra y mostrarán los primeros 20 casos, utilizando el método estadístico de auditoría de las tablas random digits, con el objetivo que sea aleatoria y comparada con la política vigente.

**Se obtuvo la siguiente información:**

Activaciones por concepto de ventas calle 9,183 mensuales debido a la cantidad se tomará una muestra del cálculo de comisiones del mes de septiembre 2016.

De un total de 9,183 Activaciones, transaccion del 09-1 al 09-9183

**Condiciones establecidas:**

Se utilizará para la la generación de la muestra la Tabla 5  
 Nivel de confianza 99%  
 Precisión 1%  
 Tasa de error 5%

Se utilizará tabla de números aleatorios con una ruta a seguir de la línea 3 columna 5

**Excepciones encontradas:**

4 Registros sin recarga mínima según política

**Se determinará lo siguiente:**

Tamaño de la muestra  
 Los primeros 20 numero a examinar  
 El intervalo de confianza  
 Tasa de error real encontrado en la muestra

<b>PRODUCTO</b>	<b>PARAMETROS DE REVISIÓN CONFORME A LA POLÍTICA</b>
<b>KIT</b>	- Se comisiona el equivalente a una recarga inicial hasta un máximo de Q 50.00
	- El valor de esta recarga se restará de la comisión por permanencia.
<b>SIM</b>	- Se comisiona el equivalente a una recarga inicial hasta un máximo de Q 25.00
	- El valor de esta recarga se restará de la comisión por permanencia.
<b>AMBOS</b>	- El distribuidor autorizado ingresará sus ventas en el sistema de registro caso contrario no se toman en cuenta para el pago de comisión.
	- los números identificados como "SIN FICHA" (registro ubicación de activación, identificación vendedor y datos del comprador) no serán considerados
	para el pago de comisión.

**Comunicación Inalámbrica, S. A.**  
**Cédula analítica**  
**Selección de la muestra comisión**  
**activación activadores marketing**  
**al 31 de diciembre 2016**

<b>PT:</b>	<b>ER-13-2</b>		
<b>Hecho por:</b>	EL	<b>FECHA:</b>	25/01/2017
<b>Revisado por:</b>	JO	<b>FECHA:</b>	13/02/2017

**1) Tamaño de la muestra:**

Utilizando la tabla Random número 5 se obtiene la siguiente muestra 193 activaciones.

Se muestran los primeros 20 números escogidos de la tabla de números aleatorios, utilizando la ruta línea 3 columna 5 y de los que se evaluarán conforme a las políticas vigentes:

No.	Transacción
1	6121
2	9172
3	4024
4	2304
5	1638
6	4739
7	5300
8	5810
9	959
10	4052
11	7100
12	7785
13	4146
14	6691
15	256
16	4542
17	2584
18	4508
19	5462
20	4567

**2) Intervalo de confianza**

Tasa de error u ocurrencia	Precisión
4% -	1%
4% +	1%
3%	5%

**3) Tasa de error de la muestra**

Registros sin recarga mínima	Excepciones			aprox
	4	4/193	2.07%	3%



Comunicación Inalámbrica, S. A.

Cédula analítica

Revisión cumplimiento Decreto 8-2013, Ley de Equipos Terminales Móviles

Activación puntos de venta

al 31 de diciembre 2016

PT:	ER-13-4		
Hecho por:	EL	FECHA:	26/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	13/02/2017

DETALLE DE CASOS					ATRIBUTOS DE CONTROL INTERNO				
TRANS	PRODUCTO	IMEI	TELÉFONO	DESCRIPCIÓN	I	II	III	IV	V
6121	KIT	353636056245909	41321845	AZUMI K10 BLACK (P)	S	S	S	S	S
9172	KIT	352786061469787	59656204	AZUMI L1N NEGRO (P)	S	S	S	S	S
4024	KIT	352786061366793	55351671	AZUMI L1N NEGRO (P)	S	S	S	S	S
2304	SIM	895020101459381996	42677778	SIM INDIVIDUAL Smart (P)	S	S	S	S	S
1638	SIM	895020101459564444	55638398	SIM Smart (P)	S	S	S	S	S
4739	SIM	895020101459596882	55943444	SIM Smart (P)	S	S	S	S	S
5300	SIM	895020101459718179	59800263	SIM Smart (P)	S	S	S	S	S
5810	SIM	895020101459566463	55661721	SIM Smart (P)	S	S	S	S	S
959	SIM	895020101459000984	41241817	SIM INDIVIDUAL Smart (P)	S	S	S	S	S
4052	KIT	864224022361910	42064486	HUAWEI Y330 NEGRO (P)	S	S	S	S	S

De los 10 casos seleccionados de la comisión por activación activadores marketing todos los casos cumplen con el Decreto 08-2013, Ley de Equipos Terminales Móviles.

#### Definición de atributos de control interno

- I** La existencia de un registro de cada uno de los nuevos usuarios del servicio de telefonía móvil prepago. Artículo 3
  - II** Registro de las personas individuales y/o jurídicas que les vendan o suministren tarjetas SIM. Artículo 11
  - III** Existencia del Documento único de identificación DPI. Artículo 14
  - IV** Identificación del punto de venta
  - V** Verificación del registro contenga la identificación del aparato telefónico o tarjeta SIM (Imei, número telefónico, descripción modelo).
- 
- S** Cumple decreto
  - N** No cumple decreto

Comunicación Inalámbrica, S. A.

Cédula analítica

Variación año 2015 - 2016 comisión permanencia ventas calle  
al 31 de diciembre 2016

PT:	ER-14		
Hecho por:	EL	FECHA:	26/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	13/02/2017

No.	DESCRIPCIÓN	SALDOS 2015	REF	SALDOS 2016	REF	VARIACIÓN
1	Comisión ventas calle Enero	Q 992,667.00	↗	Q 1,077,049.00	↗	Q (84,382.00)
2	Comisión ventas calle Febrero	Q 999,320.00	↗	Q 1,063,935.00	↗	Q (64,615.00)
3	Comisión ventas calle Marzo	Q 1,010,654.00	↗	Q 1,050,397.00	↗	Q (39,743.00)
4	Comisión ventas calle Abril	Q 898,520.00	↗	Q 1,008,097.00	↗	Q (109,577.00)
5	Comisión ventas calle Mayo	Q 825,400.00	↗	Q 1,025,537.00	↗	Q (200,137.00)
6	Comisión ventas calle Junio	Q 1,114,852.00	↗	Q 1,128,733.00	↗	Q (13,881.00)
7	Comisión ventas calle Julio	Q 1,005,110.00	↗	Q 1,028,540.00	↗	Q (23,430.00)
8	Comisión ventas calle Agosto	Q 1,125,745.00	↗	Q 1,124,490.00	↗	Q 1,255.00
9	Comisión ventas calle Septiembre	Q 990,426.00	↗	Q 1,096,600.00	↗	Q (106,174.00)
10	Comisión ventas calle Octubre	Q 998,365.00	↗	Q 1,085,550.00	↗	Q (87,185.00)
11	Comisión ventas calle Noviembre	Q 1,014,440.00	↗	Q 1,039,800.00	↗	Q (25,360.00)
12	Comisión ventas calle Diciembre	Q 1,011,245.00	↗	Q 977,174.00	↗	Q 34,071.00
	<b>Totales</b>	<b>Q 11,986,744.00</b>	↗	<b>Q 12,705,902.00</b>	ER-10 ↗	
Observaciones: De acuerdo con el resultado de la comparación de variación de saldos de los años 2015 y 2016, se procederá a ejecutar la revisión al pago de comisión del mes de mayo 2016, ya que presenta mayor variación con respecto al año 2015.						
	<b>Marcas</b>					
↗	Muestra elegida					
↗	Sumado Vertical					
↗	Va a Cédula					
↗	Viene de Cédula					
↗	Cotejado contra Diario Mayor					



**Comunicación Inalámbrica, S. A**  
**Cédula analítica**  
**Procedimiento de auditoría comisión**  
**Permanencia ventas calle**  
**al 31 de diciembre 2016**

<b>PT:</b>	<b>ER-14-1</b>		
<b>Hecho por:</b>	EL	<b>FECHA:</b>	26/01/2017
<b>Revisado por:</b>	JO	<b>FECHA:</b>	13/02/2017

**PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA**

- Revisión cálculo de pago de comisión por permanencia del mes de Mayo 2016 (mes1)
- Se validarán los parametros según la política vigente.
- Por la cantidad de casos, para evaluación de comisionamiento se tomará una muestra y mostrarán los primeros 10 casos, utilizando el método estadístico de auditoría de las tablas Random Digits, con el objetivo de que la muestra sea aleatoria y comparada con las políticas.

**Se obtuvo la siguiente información:**

Activaciones por concepto de ventas calle 31,791 mensuales debido a la cantidad se tomará una muestra del cálculo de comisión por permanencia.

Transacciones del 05-1 al 05-31,791

**Condiciones establecidas:**

Se utilizará para la la generación de la muestra la Tabla 6

Nivel de Confianza 95%

Precisión 2%

Tasa de Error 2%

Se utilizará tabla de números aleatorios con una ruta a seguir de la línea 2 columna 5

**Excepciones encontradas:**

691 No eventos mínimos

17335 Registro sin recarga mínima según política

**Se determinará lo siguiente:**

Tamaño de la muestra los primeros 10 números

<b>PRODUCTO</b>	<b>PARÁMETROS DE REVISIÓN CONFORME A LA POLÍTICA</b>
<b>KIT, SIM</b>	- Aplicarán a la comisión por recargas acumuladas durante 150 días posterior a su activación con cortes cada 30 días.
	- se deberá contar con una recarga mínima acumulada de Q 15.00 mensuales.
	- En primer mes de la recarga acumulada, en los primeros 30 días se restará el valor de la recarga inicial.
	- No aplican a comisión los números activados que no superen 5 eventos (llamadas y mensajes).

**El pago de comisión por permanencia ventas calle, se realiza mediante la siguiente escala y aplica para kit y sim.**

<b>RECARGA ACUMULADA</b>		<b>COMISIÓN</b>
<b>DE</b>	<b>A</b>	
Q 15.00	Q 24.99	Q 7.00
Q 25.00	Q 44.99	Q 13.00
Q 45.00	Q 59.99	Q 18.00
Q 60.00	Q 74.99	Q 22.00
Q 75.00	Q 99.99	Q 27.00
Q 100.00	Q 199.00	Q 30.00
Q 200.00	MAS	Q 60.00

**Comunicación Inalámbrica, S. A.**

**Cédula analítica**

**Selección de la muestra  
permanencia ventas calle  
al 31 de diciembre 2016**

<b>PT:</b>	<b>ER-14-2</b>		
<b>Hecho por:</b>	EL	<b>FECHA:</b>	28/01/2017
<b>Revisado por:</b>	JO	<b>FECHA:</b>	13/02/2017

**1) Tamaño de la muestra:**

Utilizando la tabla random numero 6 con un universo usado de 25,000 registros se obtiene una muestra de 187 casos.

Se muestran los primeros 10 números escogidos de la tabla de números aleatorios, utilizando la ruta Línea 2 columna 2 de los que se evaluarán conforme a las políticas vigentes:

<b>No.</b>	<b>Transacción</b>
1	6,907
2	12,765
3	21,382
4	27,001
5	20,591
6	4,213
7	24,618
8	4,711
9	18,584
10	7,523

**2) Intervalo de confianza**

Tasa de error u ocurrencia	Precisión
2% -	2%
2% +	2%
0%	4%

**3) Tasa de Error de la muestra**

	excepciones		aproximado	
No eventos mínimos	691	691/31791	2%	2%
No recarga mínima	17,335	17335/187	55%	55%

Comunicación Inalámbrica, S. A.

Cédula analítica

Evaluación de la muestra comisión permanencia ventas calle  
al 31 de diciembre 2016

PT:	ER-14-3		
Hecho por:	EL	FECHA:	28/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	13/02/2017

TRANSACCIÓN	PRODUCTO	IMEI	TELÉFONO	DISTRIBUIDOR	RECARGA MES 1	RECARGA INICIAL	RECARGA INICIAL MENOS RECARGA MES 1	COMISIÓN	EVENTOS	DICTAMEN	CUMPLE POLÍTICA
6907	SIM	895020101459849157	42335955	Trece Centroamerica, S. A.	Q 25.00	Q 25.00	Q -	Q -	0	No Recarga mínima	S
12765	KIT	352786061291413	41045007	Trece Centroamerica, S. A.	Q 30.00	Q 25.00	Q 5.00	Q -	12	No Recarga mínima	S
21382	KIT	352786061690218	41276625	Trece Centroamerica, S. A.	Q 25.00	Q 25.00	Q -	Q -	57	No Recarga mínima	S
27001	SIM	895020101459390368	47039459	Trece Centroamerica, S. A.	Q 25.00	Q 25.00	Q -	Q -	0	No Recarga mínima	S
20591	SIM	895020101459961825	59421569	Trece Centroamerica, S. A.	Q 25.00	Q 25.00	Q -	Q -	0	No Recarga mínima	S
4213	SIM	895020101459564872	55639352	Castrensa, S. A.	Q 83.00	Q 25.00	Q 58.00	Q 58.00	378	Valido	S
24618	SIM	895020101459623574	56146381	Trece Centroamerica, S. A.	Q 25.00	Q 25.00	Q -	Q -	8	No Recarga mínima	S
4711	SIM	895020101459841479	42227328	Castrensa, S. A.	Q 55.00	Q 25.00	Q 30.00	Q 13.00	285	Valido	S
18584	SIM	895020101459954481	59417065	Castrensa, S. A.	Q 40.00	Q 25.00	Q 15.00	Q 7.00	9	Valido	S
7523	SIM	895020101459849734	42343815	Trece Centroamerica, S. A.	Q 25.00	Q 25.00	Q -	Q -	14	No Recarga mínima	S
	<b>Marcas</b>										
	S	Resultado Satisfactorio									
	N	Resultado Insatisfactorio									
	↖	Cotejado en base de pago									

Comunicación Inalámbrica, S. A.

Cédula analítica

Esquema de comisión por permanencia ventas calle  
al 31 de diciembre 2016





PT:	ER-14-4		
Hecho por:	EL	FECHA:	28/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	13/02/2017

Mes de pago	Enero 2016	Febrero 2016	Marzo 2016	Abril 2016	Mayo 2016	Junio 2016
<b>Mes Activación</b>						
Permanencia Enero 2016		Q 265,870.00	Q 259,590.00	Q 233,447.00	Q 224,893.00	Q 298,765.00
Permanencia Febrero 2016			Q 214,667.00	Q 190,853.00	Q 182,220.00	Q 146,883.00
Permanencia Marzo 2016				Q 234,227.00	Q 206,224.00	Q 192,300.00
Permanencia Abril 2016					Q 242,900.00	Q 231,210.00
Permanencia Mayo 2016						Q 259,575.00
Total Comisión Permanencia	Q -	Q 265,870.00	Q 474,257.00	Q 658,527.00	Q 856,237.00	Q 1,128,733.00

ER-14-5

Mes de pago	Julio 2016	Agosto 2016	Septiembre 2016	Octubre 2016	Noviembre 2016	Diciembre 2016
<b>Mes Activación</b>						
Permanencia Febrero 2016	Q 129,300.00					
Permanencia Marzo 2016	Q 172,500.00	Q 166,200.00				
Permanencia Abril 2016	Q 202,440.00	Q 190,900.00	Q 160,600.00			
Permanencia Mayo 2016	Q 248,900.00	Q 223,890.00	Q 201,300.00	Q 182,450.00		
Permanencia Junio 2016	Q 275,400.00	Q 261,100.00	Q 240,400.00	Q 228,400.00	Q 203,400.00	
Permanencia Julio 2016		Q 282,400.00	Q 263,900.00	Q 243,500.00	Q 229,580.00	Q 215,260.00
Permanencia Agosto 2016			Q 230,400.00	Q 205,300.00	Q 189,320.00	Q 167,390.00
Permanencia Septiembre 2016				Q 225,900.00	Q 202,300.00	Q 187,344.00
Permanencia Octubre 2016					Q 215,200.00	Q 180,380.00
Permanencia Noviembre 2016						Q 226,800.00
Total Comisión Permanencia	Q 1,028,540.00	Q 1,124,490.00	Q 1,096,600.00	Q 1,085,550.00	Q 1,039,800.00	Q 977,174.00

**Marcas**

-  Sumado Vertical
-  Va a Cédula
-  Viene de Cédula
-  Cotejado con base de pago

Comunicación Inalámbrica, S. A.  
 Cédula analítica  
 Comisión permanencia al 31 de mayo 2016  
 Análisis estructura de comisión  
 Permanencia ventas calle




PT:	ER-14-5		
Hecho por:	EL	FECHA:	30/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	22/02/2017

Casos validos

DISTRIBUIDOR	RANGO DE COMISIÓN	UNIDADES	MINÍMO COMISIÓN	MÁXIMO COMISIÓN	TOTAL PAGADO	REF
Castrensa, S. A.	7.00	534	15	24	Q 3,738.00	
	13.00	739	25	44	Q 9,607.00	
	18.00	338	45	59	Q 6,084.00	
	22.00	253	60	74	Q 5,566.00	
	27.00	295	75	99	Q 7,965.00	
	30.00	410	100	199	Q 12,300.00	
	60.00	149	200	1,510	Q 8,940.00	
<b>Total Castrensa, S. A.</b>		<b>2,718</b>			<b>Q 54,200.00</b>	
Tarjet, S. A.	7.00	358	15	24	Q 2,506.00	
	13.00	491	25	44	Q 6,383.00	
	18.00	233	45	58	Q 4,194.00	
	22.00	156	60	74	Q 3,432.00	
	27.00	160	75	98	Q 4,320.00	
	30.00	271	100	199	Q 8,130.00	
	60.00	102	200	1,811	Q 6,120.00	
<b>Total Tarjet, S. A.</b>		<b>1,771</b>			<b>Q 35,085.00</b>	
Top One Guatemala, S. A.	7.00	753	15	24	Q 5,271.00	
	13.00	936	25	44	Q 12,168.00	
	18.00	436	45	59	Q 7,848.00	
	22.00	296	60	74	Q 6,512.00	
	27.00	330	75	99	Q 8,910.00	
	30.00	466	100	199	Q 13,980.00	
	60.00	156	200	1,275	Q 9,360.00	
<b>Total Top One Guatemala, S. A.</b>		<b>3,373</b>			<b>Q 64,049.00</b>	
Trece Centroamerica, S. A.	7.00	1,464	15	24	Q 10,248.00	
	13.00	1,761	25	44	Q 22,893.00	
	18.00	738	45	59	Q 13,284.00	
	22.00	524	60	74	Q 11,528.00	
	27.00	474	75	99	Q 12,798.00	
	30.00	701	100	199	Q 21,030.00	
	60.00	241	200	1,600	Q 14,460.00	
<b>Total Trece Centroamerica, S. A.</b>		<b>5,903</b>			<b>Q 106,241.00</b>	
<b>Total general</b>		<b>13,765</b>			<b>Q 259,575.00</b>	<b>ER-14</b>

Conclusión: Según el análisis realizado al pago de comisión por permanencia ventas calle mayo 2016 (casos validos), este cumple con los parametros de la escala de comisión descritos en política.

Marcas

-  Sumado Vertical
-  Cotejado en base de pago
-  Va a Cedula

Comunicación Inalámbrica, S. A.

Cédula analítica

Variación año 2015 - 2016 comisión permanencia puntos de venta  
al 31 de diciembre 2016

PT:	ER-15		
Hecho por:	EL	FECHA:	30/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	22/02/2017

No.	DESCRIPCIÓN	SALDOS 2015	REF	SALDOS 2016	REF	VARIACIÓN
1	Comisión puntos de venta Enero	Q 46,324.00		Q 47,850.00		Q (1,526.00)
2	Comisión puntos de venta Febrero	Q 49,460.00		Q 46,900.00		Q 2,560.00
3	Comisión puntos de venta Marzo	Q 33,500.00		Q 52,360.00		Q (18,860.00)
4	Comisión puntos de venta Abril	Q 49,320.00		Q 57,800.00		Q (8,480.00)
5	Comisión puntos de venta Mayo	Q 46,600.00		Q 50,780.00		Q (4,180.00)
6	Comisión puntos de venta Junio	Q 38,520.00		Q 45,260.00		Q (6,740.00)
7	Comisión puntos de venta Julio	Q 50,600.00		Q 42,670.00		Q 7,930.00
8	Comisión puntos de venta Agosto	Q 42,626.00		Q 48,550.00		Q (5,924.00)
9	Comisión puntos de venta Septiembre	Q 52,500.00		Q 50,220.00		Q 2,280.00
10	Comisión puntos de venta Octubre	Q 32,500.00		Q 58,120.00		Q (25,620.00)
11	Comisión puntos de venta Noviembre	Q 46,700.00		Q 54,920.00		Q (8,220.00)
12	Comisión puntos de venta Diciembre	Q 50,500.00		Q 49,260.00		Q 1,240.00
	<b>Totales</b>	<b>Q 539,150.00</b>		<b>Q 604,690.00</b>	<b>ER-10</b>	
Observaciones: De acuerdo con el resultado de la compración de variación de saldos de los años 2015 y 2016, se procederá a ejecutar la revisión al pago de comisión del mes de marzo 2016, ya que presenta la variación más alta con respecto al año 2015.						
	<b>Marcas</b>					
	Muestra elegida					
	Sumado Vertical					
	Va a Cédula					
	Viene de Cédula					
	Cotejado contra Diario Mayor					

Comunicación Inalámbrica, S. A.  
 Cédula analítica  
 Procedimiento de auditoría  
 Permanencia puntos de venta  
 al 31 de diciembre 2016

PT:	ER-15-1		
Hecho por:	EL	FECHA:	30/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	22/02/2017

### PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA

- Revisión cálculo de pago de comisión por permanencia del mes de marzo 2016 (mes1)
- Se validarán los parámetros según la política vigente.
- Por la cantidad de casos, para evaluación de comisionamiento se tomará una muestra y mostrarán los primeros 10 casos, utilizando el método estadístico de auditoría de las tablas Random Digits, con el objetivo de que la muestra sea aleatoria y comparada con las políticas.

#### Se obtuvo la siguiente información:

Comisión por permanencia, 2,883 Casos

#### Condiciones establecidas:

Se utilizará para la la generación de la muestra la tabla 4

Nivel de confianza 95%

Precisión 3%

Tasa de error 5%

Se utilizará tabla de numeros aleatorios con una ruta a seguir de la linea 1 columna 3

#### Excepciones encontradas:

201 desasociados

947 no recarga mínima

28 Sin tráfico de llamadas

11 suspendidos por fraude

#### Con base a la revisión se determinará lo siguiente:

Tamaño de la muestra

los primeros 10 números a examinar, intervalo de confianza

PRODUCTO	PARÁMETROS DE REVISIÓN CONFORME A LA POLÍTICA
SIM	- Recarga acumulada de Q 35.00 se pagará Q 10.00 de comisión.
	- Recarga mayor a Q 100.00 se pagará Q 20.00 de comisión.
	- La proporción de la comisión es del 70% para el distribuidor Y 30% punto venta.
	- El total de la comisión se pagará al cierre de los 90 días.
	- El distribuidor debe identificar el PDV, caso contrario no sé paga comisión.
	- Números activados sin registro de tráfico de llamadas.
	- Números suspendidos por fraude.
KIT	- Recarga acumulada de Q 20.00 se pagará Q 10.00 de comisión.
	- Recarga mayor a Q 100.00 se pagará Q 20.00 de comisión.
	- La proporción de la comisión es del 70% para el distribuidor Y 30% PDV.
	- El total de la comisión se pagará al cierre de los 90 días.
	- El distribuidor debe identificar el PDV, caso contrario no sé paga comisión.
	- No aplican a comisión kit desasociados (separación de terminal y sim).
- Números activados sin registro de tráfico de llamadas.	

**Comunicación Inalámbrica, S. A.**  
**Cédula analítica**  
**Selección de la muestra**  
**Permanencia puntos de venta**  
**al 31 de diciembre 2016**

<b>PT:</b>	<b>ER-15-2</b>		
<b>Hecho por:</b>	EL	<b>FECHA:</b>	30/01/2017
<b>Revisado por:</b>	JO	<b>FECHA:</b>	22/02/2017

**1) Tamaño de la muestra:**

Utilizando la tabla Random número 4 nivel precisión 3% se obtiene la siguiente muestra de 190 Activaciones.

Se muestran los primeros 10 números escogidos de la tabla de números aleatorios, utilizando la ruta Línea 3 Columna 5 y de los que se evaluarán conforme a las políticas vigentes son los siguientes:

<b>No.</b>	<b>Transacción</b>
1	2,304
2	1,638
3	959
4	256
5	2,584
6	697
7	2,510
8	1,511
9	1,188
10	2,349

**2) Intervalo de confianza**

Tasa de error u ocurrencia	Precisión
5%	3%
5%	3%
8%	2%

**3) Tasa de error de la muestra**

	Excepciones		aproximado
Números desasociados	201	201/2883	7%
No recarga mínima	947	947/2883	33%
Sin tráfico de llamadas	28	28/2883	1%
Suspendidos por fraude	11	11/2883	0%





**Comunicación Inalámbrica, S. A**  
**Esquema de comisión permanencia puntos de venta**  
**al 31 de diciembre 2016**

<b>PT:</b>	<b>ER-15-4</b>		
<b>Hecho por:</b>	EL	<b>FECHA:</b>	30/01/2017
<b>Revisado por:</b>	JO	<b>FECHA:</b>	22/02/2017



MES DE PAGO	ENERO 2016	FEBRERO 2016	MARZO 2016	ABRIL 2016	MAYO 2016	JUNIO 2016
<b>MES ACTIVACIÓN</b>						
Permanencia Septiembre 2015	Q 47,850.00 ↗					
Permanencia Octubre 2015		Q 46,900.00 ↗				
Permanencia Noviembre 2015			Q 52,360.00 ↗			
Permanencia Diciembre 2015				Q 57,800.00 ↗		
Permanencia Enero 2016					Q 50,780.00 ↗	
Permanencia Febrero 2016						Q 45,260.00 ↗
<b>Total Comisión Permanencia</b>	<b>Q 47,850.00</b>	<b>Q 46,900.00</b>	<b>Q 52,360.00</b>	<b>Q 57,800.00</b>	<b>Q 50,780.00</b>	<b>Q 45,260.00</b>



MES DE PAGO	JULIO 2016	AGOSTO 2016	SEPTIEMBRE 2016	OCTUBRE 2016	NOVIEMBRE 2016	DICIEMBRE 2016
<b>MES ACTIVACIÓN</b>						
Permanencia Marzo 2016	Q 42,670.00 ↗					
Permanencia Abril 2016		Q 48,550.00 ↗				
Permanencia Mayo 2016			Q 50,220.00 ↗			
Permanencia Junio 2016				Q 58,120.00 ↗		
Permanencia Julio 2016					Q 54,920.00 ↗	
Permanencia Agosto 2016						Q 49,260.00 ↗
<b>Total Comisión Permanencia</b>	<b>Q 42,670.00</b>	<b>Q 48,550.00</b>	<b>Q 50,220.00</b>	<b>Q 58,120.00</b>	<b>Q 54,920.00</b>	<b>Q 49,260.00</b>



**Marcas**

-  Sumado Vertical
-  Cotejado con base de pago

Comunicación Inalámbrica, S. A.

Cédula analítica

Variación año 2015 - 2016 comisión permanencia activadores marketing al 31 de diciembre 2016

PT:	ER-16		
Hecho por:	EL	FECHA:	30/01/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	22/02/2017

No.	DESCRIPCIÓN	SALDOS 2015	REF	SALDOS 2016	REF	VARIACIÓN
1	Comisión activadores marketing enero					Q -
2	Comisión activadores marketing febrero					Q -
3	Comisión activadores marketing marzo					Q -
4	Comisión activadores marketing abril					Q -
5	Comisión activadores marketing mayo	Q -		Q 65,002.00		Q (65,002.00)
6	Comisión activadores marketing junio	Q -		Q 117,054.00		Q (117,054.00)
7	Comisión activadores marketing julio	Q -		Q 142,054.00		Q (142,054.00)
8	Comisión activadores marketing agosto	Q -		Q 200,369.00		Q (200,369.00)
9	Comisión activadores marketing septiembre	Q -		Q 269,372.00		Q (269,372.00)
10	Comisión activadores marketing octubre	Q -		Q 261,981.00		Q (261,981.00)
11	Comisión activadores marketing noviembre	Q -		Q 258,127.00		Q (258,127.00)
12	Comisión activadores marketing diciembre	Q -		Q 259,701.00		Q (259,701.00)
	<b>Totales</b>	<b>Q -</b>		<b>Q 1,573,660.00</b>	<b>ER-10</b>	
	Observaciones: el proyecto activadores marketing inició en enero 2016 por tanto no hay punto de comparación con el año 2015, se procederá a la revisión del pago de junio 2016 mes 1.					
	<b>Marcas</b>					
	Muestra elegida					
	Sumado Vertical					
	Va a Cédula					
	Viene de Cédula					
	Cotejado contra Diario Mayor					

Comunicación Inalámbrica, S. A.  
 Cédula analítica  
 Variación año 2015 - 2016  
 Permanencia activadores marketing  
 al 31 de diciembre 2016

PT:	ER-16-1		
Hecho por:	EL	FECHA:	06/02/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	27/02/2017

#### PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA

- Revisión cálculo de pago de comisión por permanencia del mes de junio 2016 (mes1)
- Se validarán los parametros según la política vigente.
- Por la cantidad de casos, para evaluación de comisionamiento se tomará una muestra y mostrarán los primeros 10 casos, utilizando el método estadístico de auditoría de las tablas random digits, con el objetivo de que la muestra sea aleatoria y comparada con las políticas.

#### Se obtuvo la siguiente información:

Permanencia por concepto de Activadores marketing 7,559 mensuales debido a la cantidad se tomará una muestra del cálculo de comisión por permanencia.

Transacciones del 06-1 al 06-7,559

#### Condiciones establecidas:

Se utilizará para la la generación de la muestra la tabla 6  
 Nivel de confianza 95%  
 Precisión 1%  
 Tasa de error 2%

Se utilizará tabla de numeros aleatorios con una ruta a seguir de la linea 1 columna 4

#### Excepciones encontradas:

107 no eventos mínimos  
 4,321 registro sin recarga mínima según política

#### Se determinará lo siguiente:

Tamaño de la muestra.  
 los primeros 10 números a examinar.

PRODUCTO	PARÁMETROS DE REVISIÓN CONFORME A LA POLÍTICA
KIT, SIM	- Aplicarán a la comisión por recargas acumuladas durante 150 días posterior a su activación con cortes cada 30 días.
	- se deberá contar con una recarga mínima acumulada de Q 15.00 mensuales.
	- En primer mes de la recarga acumulada, en los primeros 30 días
	- Se restará el valor de la recarga inicial.
	- No aplican a comisión los números activados que no superen 5 eventos (llamadas y mensajes).

El pago de comisión por permanencia activadores marketing, se realiza mediante la siguiente escala y aplica para kit y sim.

Recarga acumulada		COMISIÓN
DE	A	
Q 15.00	Q 24.99	Q 7.00
Q 25.00	Q 44.99	Q 13.00
Q 45.00	Q 59.99	Q 18.00
Q 60.00	Q 74.99	Q 22.00
Q 75.00	Q 99.99	Q 27.00
Q 100.00	Q 199.00	Q 30.00
Q 200.00	MAS	Q 60.00

**Comunicación Inalámbrica, S. A.**  
**Cédula analítica**  
**Selección de la muestra**  
**Permanencia activadores marketing**  
**al 31 de diciembre 2016**

<b>PT:</b>	<b>ER-16-2</b>		
<b>Hecho por:</b>	EL	<b>FECHA:</b>	06/02/2017
<b>Revisado por:</b>	JO	<b>FECHA:</b>	27/02/2017

**1) Tamaño de la muestra:**

Utilizando la tabla Random numero 6 con un universo usado de 8,000 registros se obtiene una muestra de 688 casos.

Se muestran los primeros 10 números escogidos de la tabla de números aleatorios, utilizando la ruta línea 1 columna 4 de los que se evaluarán conforme a las políticas vigentes:

<b>No.</b>	<b>Transacción</b>
1	2,011
2	3,427
3	7,391
4	3,129
5	6,177
6	6,121
7	4,024
8	2,304
9	1,638
10	4,739

**2) Intervalo de confianza**

Tasa de error u ocurrencia	Precisión
2% -	1%
2% +	1%
3%	1%

**3) Tasa de error de la muestra**

	Excepciones		aproximado
No eventos mínimos	107 107/7559	1%	2%
No recarga mínima	4,321 4321/7559	57%	55%

Comunicación Inalámbrica, S. A.

Cédula analítica

Evaluación de la muestra comisión permanencia activadores marketing  
al 31 de diciembre 2016

PT:	ER-16-3		
Hecho por:	EL	FECHA:	06/02/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	27/02/2017




TRANSACCIÓN	PRODUCTO	TELÉFONO	DISTRIBUIDOR	RECARGA MES 1	RECARGA INCIAL	Rec inicial - Rec mes 1	COMISIÓN	EVENTOS	DICTAMEN	CUMPLE
2011	KIT	51379248	Trece Centromerica, S. A.	Q 20.00	Q 10.00	Q 10.00	Q -	41	No Recarga mínima	S
3427	KIT	51291047	Trece Centromerica, S. A.	Q 20.00	Q 10.00	Q 10.00	Q -	54	No Recarga mínima	S
7391	KIT	41306578	Trece Centromerica, S. A.	Q 65.00	Q 10.00	Q 55.00	Q 18.00	18	Valido	S
3129	KIT	41451953	Castrensa, S. A.	Q 40.00	Q 10.00	Q 30.00	Q 13.00	20	Valido	S
6177	SIM	42092285	Trece Centromerica, S. A.	Q 10.00	Q 10.00	Q -	Q -	2	No Recarga mínima	S
6121	SIM	42057263	Trece Centromerica, S. A.	Q 10.00	Q 10.00	Q -	Q -	24	No Recarga mínima	S
4024	KIT	51346590	Tarjet, S. A.	Q 20.00	Q 10.00	Q 10.00	Q -	57	No Recarga mínima	S
2304	SIM	47468099	Castrensa, S. A.	Q 149.00	Q 15.00	Q 134.00	Q 30.00	105	Valido	S
1638	SIM	47467913	Castrensa, S. A.	Q 25.00	Q 15.00	Q 10.00	Q -	61	No Recarga mínima	S
4739	SIM	41563444	Trece Centromerica, S. A.	Q 15.00	Q 10.00	Q 5.00	Q -	49	No Recarga mínima	S
	<b>Marcas</b>									
	<b>S</b>	Resultado Satisfactorio								
	<b>N</b>	Resultado Insatisfactorio								
	<b>↑</b>	Cotejado en base de pago								

**Comunicación Inalámbrica, S. A.**  
**Esquema de comisión permanencia activadores marketing**  
**al 31 de diciembre 2016**

PT:	ER-16-4		
Hecho por:	EL	FECHA:	06/02/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	27/02/2017

MES DE PAGO >	MAYO 2016	JUNIO 2016	JULIO 2016	AGOSTO 2016	SEPTIEMBRE 2016	OCTUBRE 2016	REF	NOVIEMBRE 2016	DICIEMBRE 2016
<b>MES ACTIVACIÓN</b>									
Permanencia Enero 2016	Q 65,002.00	Q 55,760.00	Q 39,356.00	Q 41,900.00	Q 51,800.00				
Permanencia Febrero 2016		Q 61,294.00	Q 44,300.00	Q 55,992.00	Q 42,700.00	Q 39,890.00			
Permanencia Marzo 2016			Q 58,398.00	Q 46,887.00	Q 51,300.00	Q 47,440.00		Q 45,002.00	
Permanencia Abril 2016				Q 55,590.00	Q 60,982.00	Q 57,660.00		Q 54,804.00	Q 50,960.00
Permanencia Mayo 2016					Q 62,590.00	Q 58,169.00		Q 55,431.00	Q 49,800.00
Permanencia Junio 2016						Q 58,822.00	ER-16-5	Q 49,400.00	Q 45,200.00
Permanencia Julio 2016								Q 53,490.00	Q 51,300.00
Permanencia Agosto 2016									Q 62,441.00
<b>Total comisión permanencia</b>	<b>Q 65,002.00</b>	<b>Q 117,054.00</b>	<b>Q 142,054.00</b>	<b>Q 200,369.00</b>	<b>Q 269,372.00</b>	<b>Q 261,981.00</b>		<b>Q 258,127.00</b>	<b>Q 259,701.00</b>

**Marcas**

-  Sumado Vertical
-  Cotejado con base de pago
-  Va a cédula

Comunicación Inalámbrica, S. A.  
 Cédula analítica  
 Comisión permanencia al 31 de junio 2016  
 Análisis estructura de comisión  
 Permanencia activadores marketing

PT:	ER-16-5		
Hecho por:	EL	FECHA:	06/02/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	27/02/2017

DISTRIBUIDOR	RANGO COMISIÓN	UNIDADES	MINÍMO COMISIÓN	MÁXIMO COMISIÓN	TOTAL PAGADO	REF
Castrensa, S. A.	Q 7.00	172	Q 15.00	Q 24.00	Q 1,204.00	
	Q 13.00	232	Q 25.00	Q 44.00	Q 3,016.00	
	Q 18.00	98	Q 45.00	Q 59.00	Q 1,764.00	
	Q 22.00	56	Q 60.00	Q 73.00	Q 1,232.00	
	Q 27.00	83	Q 75.00	Q 99.00	Q 2,241.00	
	Q 30.00	114	Q 100.00	Q 198.00	Q 3,420.00	
	Q 60.00	25	Q 204.00	Q 425.00	Q 1,500.00	
<b>Total Castrensa, S. A.</b>				<b>Q 14,377.00</b>		↗
Tarjet, S. A.	Q 7.00	111	Q 15.00	Q 24.00	Q 777.00	
	Q 13.00	154	Q 25.00	Q 41.00	Q 2,002.00	
	Q 18.00	73	Q 45.00	Q 59.00	Q 1,314.00	
	Q 22.00	49	Q 60.00	Q 70.00	Q 1,078.00	
	Q 27.00	52	Q 75.00	Q 96.00	Q 1,404.00	
	Q 30.00	90	Q 100.00	Q 195.00	Q 2,700.00	
	Q 60.00	34	Q 200.00	Q 1,160.00	Q 2,040.00	
<b>Total Tarjet, S. A.</b>				<b>Q 11,315.00</b>		↗
Top One Guatemala, S. A.	Q 7.00	102	Q 15.00	Q 24.00	Q 714.00	
	Q 13.00	165	Q 25.00	Q 44.00	Q 2,145.00	
	Q 18.00	72	Q 45.00	Q 58.00	Q 1,296.00	
	Q 22.00	48	Q 60.00	Q 74.00	Q 1,056.00	
	Q 27.00	36	Q 75.00	Q 99.00	Q 972.00	
	Q 30.00	80	Q 100.00	Q 198.00	Q 2,400.00	
	Q 60.00	23	Q 200.00	Q 559.00	Q 1,380.00	
<b>Total Top One Guatemala, S. A.</b>				<b>Q 9,963.00</b>		↗
Trece Centromerica, S. A.	Q 7.00	280	Q 15.00	Q 24.00	Q 1,960.00	
	Q 13.00	412	Q 25.00	Q 44.00	Q 5,356.00	
	Q 18.00	151	Q 45.00	Q 58.00	Q 2,718.00	
	Q 22.00	107	Q 60.00	Q 74.00	Q 2,354.00	
	Q 27.00	107	Q 75.00	Q 99.00	Q 2,889.00	
	Q 30.00	147	Q 100.00	Q 199.00	Q 4,410.00	
	Q 60.00	58	Q 200.00	Q 595.00	Q 3,480.00	
<b>Total Trece Centromerica, S. A.</b>				<b>Q 23,167.00</b>		↗
<b>Total general</b>		↗ 3,131	Q 15.00	Q 1,160.00	↗ Q 58,822.00	ER-16-4 ↻

Conclusión: Según el análisis realizado al pago de comisión por permanencia activadores marketing junio 2016 (casos validos), este cumple con los parámetros de la escala de comisión descritos en política.

**Marcas**

- ↗ Sumado Vertical
- ↗ Cotejado en base de pago
- ↻ Va a Cedula



**Comunicación Inalámbrica, S. A.**  
**Integración contable comisiones por distribuidor**  
**al 31 de diciembre 2016**

PT:	ER-17		
Hecho por:	EL	FECHA:	06/02/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	27/02/2017

CUENTA	DISTRIBUIDOR	VALOR	REF	TOTAL	REF
GGGT010102	<b>Castrensa, S. A.</b>			<b>Q 4,657,205.00</b>	
6208000006	Activación ventas calle	Q 1,385,420.00	↗		
6208000008	Activación puntos de venta	Q 113,679.00	↗		
6208000010	Activación act marketing	Q 185,620.00	↗		
6408000006	Permanencia ventas calle	Q 2,505,262.00	↗		
6408000008	Permanencia pdv	Q 146,824.00	↗		
6408000010	permanencia Act marketing	Q 320,400.00	↗		
GGGT010140	<b>Trece Centromerica, S. A.</b>			<b>Q 8,111,927.00</b>	
6208000006	Activación ventas calle	Q 2,573,100.00	↗		
6208000008	Activación puntos de venta	Q 125,456.00	↗		
6208000010	Activación act marketing	Q 325,490.00	↗		
6408000006	Permanencia ventas calle	Q 4,405,903.00	↗		
6408000008	Permanencia pdv	Q 185,300.00	↗		
6408000010	permanencia Act marketing	Q 496,678.00	↗		
GGGT010112	<b>Tarjet, S. A.</b>			<b>Q 6,830,576.00</b>	
6208000006	Activación ventas calle	Q 2,110,850.00	↗		
6208000008	Activación puntos de venta	Q 92,430.00	↗		
6208000010	Activación act marketing	Q 290,456.00	↗		
6408000006	Permanencia ventas calle	Q 3,780,560.00	↗		
6408000008	Permanencia pdv	Q 139,480.00	↗		
6408000010	permanencia Act marketing	Q 416,800.00	↗		
GGGT010156	<b>Top One, S. A.</b>			<b>Q 4,291,189.00</b>	
6208000006	Activación ventas calle	Q 1,400,620.00	↗		
6208000008	Activación puntos de venta	Q 105,526.00	↗		
6208000010	Activación act marketing	Q 297,998.00	↗		
6408000006	Permanencia ventas calle	Q 2,014,177.00	↗		
6408000008	Permanencia pdv	Q 133,086.00	↗		
6408000010	permanencia Act marketing	Q 339,782.00	↗		
	<b>TOTALES</b>		↗	<b>Q 23,890,897.00</b>	<b>ER-2</b>
	<b>Marcas</b>				
↗	Sumado Vertical				
↗	Va a Cédula				
↗	Viene de Cédula				
↗	Cotejado contra Diario Mayor				

COMUNICACIÓN INALÁMBRICA, S. A.  
 DETALLE DESACTIVACIONES POR FRAUDES  
 AL 31 DE DICIEMBRE 2016

PT:	ER-18 1/2		
Hecho por:	EL	FECHA:	06/02/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	27/02/2017

DISTRIBUIDOR	DESCRIPCION PRODUCTO	CANT	PENALIZACIÓN	TOTAL	REF
Castrensa, S. A.	AZUNI L2Z NEGRO (P)	3	25.00	95.00	
	HUAWEI Y3 NEGRO (P)	1	25.00	25.00	
	XYN FENIX NEGRO (P)	1	25.00	35.00	
	XYN JOIN BLANCO (P)	3	25.00	95.00	
	XYN XYN306 NEGRO (P)	1	25.00	25.00	
	XYN XYN306 NEGRO (P)	7	25.00	205.00	
	XYN XYN306 ROJO (P)	1	25.00	35.00	
	CDP G141 BLANCO (P)	1	25.00	25.00	
	CDP G141 NEGRO (P)	1	25.00	25.00	
	CDP G141 ROJO (P)	1	25.00	35.00	
	SIM INDIVIDUAL Smart S/N	3	25.00	75.00	
	SIM INDIVIDUAL Smart S/N	1	25.00	25.00	
	SIM LIBERADA Smart (P)	1	25.00	25.00	
	SIM LIBERADA Smart S/N	64	25.00	1,600.00	
	SIM LIBERADA Smart S/N	603	25.00	15,075.00	
	SIM LIBERADA VIP S/N (P)	4	25.00	100.00	
	SIM LIBERADA VIP S/N (P)	8	25.00	230.00	
	SIM TARJETA VIP S/N	3	25.00	105.00	
	SIM TARJETA VIP S/N	2	25.00	70.00	
	ZTE R260 NEGRO (P)	1	25.00	25.00	
SIM CALLE Smart S/N	14	25.00	480.00		
SIM CALLE Smart S/N	1	25.00	25.00		
Total Castrensa, S. A.		725		18,435.00	AJ-1
Top One, S. A.	AZUNI L1N NEGRO (P)	2	25.00	50.00	
	AZUNI L2Z NEGRO (P)	1	25.00	36.00	
	XYN JOIN NEGRO (P)	1	25.00	36.00	
	XYN XYN306 NEGRO (P)	6	25.00	205.00	
	XYN XYN306 ROJO (P)	2	25.00	72.00	
	CDP G141 NEGRO (P)	1	25.00	25.00	
	PLANTA HUAWEI F 318	1	25.00	25.00	
	SIM INDIVIDUAL Smart S/N	1	25.00	35.00	
	SIM INDIVIDUAL Smart S/N	7	25.00	245.00	
Total Top One, S. A.		22		729.00	AJ-1

COMUNICACIÓN INALÁMBRICA, S. A.  
 DETALLE DESACTIVACIONES POR FRAUDES  
 AL 31 DE DICIEMBRE 2016

PT:	ER-18 2/2		
Hecho por:	EL	FECHA:	06/02/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	27/02/2017

DISTRIBUIDOR	DESCRIPCION PRODUCTO	CANT	PENALIZACIÓN	TOTAL	REF
Tarjet, S. A.	AZUNI L2Z NEGRO (P)	1	25.00	25.00	
	AZUNI L2Z NEGRO/ROJO (P)	2	25.00	60.00	
	HUAWEI Y3 NEGRO (P)	1	25.00	35.00	
	XYN JOIN BLANCO (P)	1	25.00	25.00	
	XYN JOIN NEGRO (P)	1	25.00	35.00	
	XYN XYN306 NEGRO (P)	8	25.00	280.00	
	SIM INDIVIDUAL Smart (P)	6	25.00	210.00	
	SIM INDIVIDUAL Smart S/N	2	25.00	60.00	
	SIM INDIVIDUAL Smart S/N	5	25.00	145.00	
	SIM LIBERADA Smart S/N	235	25.00	5,875.00	
	SIM LIBERADA Smart S/N	795	25.00	19,875.00	
	SIM CALLE Smart S/N	7	25.00	245.00	
SIM CALLE Smart (P)	1	25.00	40.00		
Total Tarjet, S. A.		1065		26,910.00	AJ-1
Trece Centroamerica, S. A.	AZUNI L2Z NEGRO/ROJO (P)	1	25.00	35.00	
	XYN JOIN NEGRO (P)	2	25.00	71.00	
	XYN XYN306 NEGRO (P)	1	25.00	25.00	
	CDP G141 ROJO (P)	1	25.00	25.00	
	CDP G241 NEGRO (P)	1	25.00	35.00	
	SIM INDIVIDUAL Smart S/N	1	25.00	25.00	
	SIM LIBERADA Smart (P)	1	25.00	25.00	
	SIM LIBERADA Smart S/N	2	25.00	50.00	
	SIM LIBERADA Smart S/N	169	25.00	4,225.00	
	SIM LIBERADA Smart S/N	2025	25.00	50,625.00	
	SIM LIBERADA VIP S/N (P)	1	25.00	25.00	
	SIM TARJETA VIP S/N	4	25.00	120.00	
SIM CALLE Smart S/N	8	25.00	275.00		
Total Trece Centroamerica, S. A.		2217		55,561.00	AJ-1
Total general		4029		101,635.00	ER-2

Conclusión: a la fecha no se estaba aplicando la penalización por registro de casos por fraude se procede a realizar el descuento respectivo a cada distribuidor aplicando una penalización de Q 25.00 por cada caso ya que se desconoce la política por descuento de fraudes.






Va a cédula



Viene de cédula

**Comunicación Inalámbrica, S. A.**  
**Ajustes y reclasificaciones**  
**al 31 de diciembre 2016**

<b>PT:</b>	<b>AJ-1</b>		
<b>Hecho por:</b>	EL	<b>FECHA:</b>	23/02/2017
<b>Revisado por:</b>	JO	<b>FECHA:</b>	03/03/2017

No.	CUENTA	DEBE	HABER	REF
	<b>31/03/2017</b>			
No. 1	740800012 Gasto de ejercicios Anteriores	Q 101,635.00		
	6408000006 Permanencia Ventas Calle Castrensa, S. A. GGGT010102		Q 18,435.00	
	6408000006 Permanencia Ventas Calle, Trece Centro america, S. A. GGGT010140		Q 55,561.00	
	6408000006 Permanencia Ventas Calle, Tarjet, S. A. GGGT010112		Q 26,910.00	
	6408000006 Permanencia Ventas Calle, Top One, S. A. GGGT010156		Q 729.00	
	Registro descuento a distribuidores por casos suspendidos por Fraude	<b>Q 101,635.00</b>	<b>Q 101,635.00</b>	<b>ER -18-1</b> 
				

**Marcas**

-  Sumado vertical
-  Va a cédula

#### **4.4 Informe de auditoría interna**

### **INFORME DE LA EVALUACIÓN DEL CONTROL INTERNO**

#### **Al consejo de Administración de Comunicación Inalámbrica, S. A.**

Auditoría interna ha examinado la efectividad del proceso de control interno de pago de comisiones a distribuidores autorizados por la venta del servicio de telefonía móvil prepago de Comunicación Inalámbrica, S. A., por el período comprendido del 01 de enero al 31 de diciembre 2014.

#### **Responsabilidad de la administración**

Corresponde a la administración la responsabilidad de establecer un efectivo control relacionado con el proceso de pago de comisiones.

#### **Responsabilidad de la auditoría interna**

La evaluación del proceso de pago de comisiones a distribuidores autorizados por la venta del servicio de telefonía móvil prepago, incluye realizar procedimientos para obtener evidencia sobre los controles y procesos, los procedimientos seleccionados dependen del criterio del Auditor Interno, se consideran los controles internos relevantes de la entidad en el pago de comisiones, para diseñar procedimientos de auditoría apropiados.

Auditoría interna, ha efectuado cuestionarios, inspección de documentos y otros procedimientos analíticos y de cumplimiento de la información financiera,

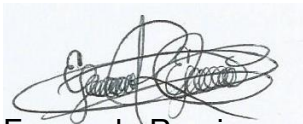
utilizando como guía metodológica los cuestionarios de control interno, con la aplicación de procedimientos que se consideraron necesarios.

En el presente informe se destacan aquellos aspectos sobre los cuales se requieren tomar acciones para el mejoramiento del control interno. Se considera que el examen proporciona una base razonable para sustentar los hallazgos y recomendaciones propuestos.

Con el objetivo de proporcionar una herramienta que contribuya a mejorar la confiabilidad de los controles en las operaciones, así como el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables.

Así mismo a continuación se detallan los hallazgos detectados los cuales requieren acciones correctivas para mejorar su gestión y lograr los objetivos de la organización.

Auditoría Interna

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fernando Pereira', is written over a light blue rectangular background.

Fernando Pereira

Auditor Interno

CPA Colegiado 582,965

Guatemala Marzo 2017

#### 4.4.1 Hallazgos y recomendaciones

##### **Hallazgo No. 1**

**PT: CI-12**

La sábana de datos es creada por él analista de sistemas con la recolección de información de las plataformas informáticas de la empresa de telecomunicaciones, según cuestionarios realizados es la única persona que tiene conocimiento de la creación de la misma.

**Deficiencia:** la administración no ha considerado la importancia la creación de forma automática de la sábana de datos delegando el 100% del proceso al analista de sistemas.

**Riesgo:** Errores o fraudes en la creación de la sábana de datos conllevan a pagos incorrectos e incumplimiento de políticas vigentes.

**Recomendación:** Implementar la automatización de la sábana de datos de manera de reducir el riesgo de error o fraude, y así reducir los tiempos en la creación de la misma.

##### **Hallazgo No. 2**

**PT: CI-11 2/2**

No se tiene acceso directo a las plataformas informáticas de recargas, activaciones y vitec (ventas del distribuidor).

**Deficiencia:** Dependencia del departamento de sistemas para obtener información de las plataformas informáticas de recargas y vitec (ventas del distribuidor).

**Riesgo:** Que un departamento ajeno al área de pago de comisiones envíe de manera incorrecta o altere información ya sea de manera involuntaria o intencional.

**Recomendación:** Acceso total a estas plataformas informáticas, de manera que esta pueda estar disponible cuando sea necesario, teniendo la seguridad de que la información está libre de errores o alterada.

**Hallazgo No. 3**

**PT: CI-11 2/2**

Se encontró la documentación de pago de comisiones en las gavetas de los escritorios, estos no presentan la firma del gerente de operaciones financieras ni por el subgerente de comisiones, se estableció que el pago fue efectuado.

**Deficiencia:** Ausencia del control adecuado en el resguardo de la documentación, así como de las firmas correspondientes.

**Riesgo:** No contar con un lugar de resguardo de la documentación genera descontrol, existe el riesgo de una duplicidad y/o fraude en el pago de comisiones.

**Recomendación:** Resguardo y prioridad para la identificación y firmas de la documentación de soporte de pago de comisiones.

**Hallazgo No.4**

**PT: CI-12**

Los cálculos de pago de comisiones se realizan en hojas electrónicas de Excel en el 100% del proceso, luego de recibir la sábana de datos.

**Deficiencia:** Errores y tiempo utilizado en el análisis y posterior pago de comisiones.



**Riesgo:** Pagos por comisiones de forma incorrecta, alteraciones o pérdidas de información de forma involuntaria o malintencionada.

**Recomendación:** Generación de un registro que detalle cantidad de transacciones antes y después del traslado de la sábana de datos posterior al análisis de pago de los cuadros de cálculo.

**Hallazgo No. 5**

**ER-18 1/2, 2/2**

No se descuentan del pago de comisiones la penalización de los casos suspendidos por fraude, por un valor de (Q 101,635.00).

**Deficiencia:** El personal de comisiones no conoce en su totalidad las políticas vigentes de pago de comisiones.

**Riesgo:** La acumulación de suspensiones por fraude incrementa el valor de pago de comisiones.

**Recomendación:** Descontar mensualmente los casos suspendidos por fraude, de la comisión por permanencia ventas calle y llevar una integración de los mismos.

#### 4.5 Monitoreo y seguimiento

PT:	INF-01		
Hecho por:	EL	FECHA:	31/03/2017
Revisado por:	JO	FECHA:	31/03/2017

No.	CAUSA	RECOMENDACIÓN	RESPONSABLE	OBSERVACIONES AUDITORÍA INTERNA	FECHA CUMPLIMIENTO
1	La sábana de datos toma forma de las diferentes plataformas informáticas esta la genera el analista de sistemas del área de pago de comisiones, según cuestionarios realizados, él, es la única persona que tiene conocimiento de la creación de la misma.	Automatización para la creación de la sábana de datos, que reduzca el riesgo de error o proceso malintencionado, además de reducir los tiempos en la creación de la misma.	Encargado de comisiones, analista de sistemas	Se observó mejoras en la recolección de datos y en el procesamiento de los mismos de forma automática.	31/03/2017
2	No se cuenta con acceso a las plataformas informáticas de recargas, activaciones y vites (ventas del distribuidor), estas son solicitadas al departamento de sistemas.	Analista de sistemas debe tener acceso total a estas plataformas informáticas, de manera que esta pueda estar disponible cuando sea necesario, teniendo la seguridad de que la información está libre de errores o incompleta.	Encargado de comisiones, analista de sistemas	Se constató que se hizo la solicitud al departamento de sistemas de la corporación, teniendo a la vista los accesos a las plataformas informáticas.	31/03/2017

3	Se encontró la documentación de pago de comisiones en las gavetas de los escritorios, estos no presentan la firma del gerente de operaciones financieras ni por el subgerente de comisiones, se estableció que el pago fue efectuado.	Resguardo y prioridad para la identificación y firmas de la documentación de soporte de pago de comisiones.	Encargado de comisiones / Asistentes Financieros	Se observó la creación de un lugar de resguardo en la documentación de pago de comisiones, así como un orden de la misma.	31/03/2017
4	Los cálculos de pago de comisiones se realizan en hojas electrónicas de Excel en el 100% del proceso, luego de recibir la sábana de datos.	Generación de un registro que detalle cantidad de transacciones antes y después del traslado de la sábana de datos posterior al análisis de pago de los cuadros de cálculo.	Encargado de comisiones / Asistentes Financieros	Actualmente se coordinan para los controles respectivos para evitar la distorsión de la información de pago de comisiones.	31/03/2017
5	Se estableció que no se descuentan del pago de comisiones el valor de la penalización de los casos suspendidos por fraude, por un valor de Q 101,635.00.	Descantar mensualmente los casos suspendidos por fraude, de la comisión por permanencia ventas calle y llevar una integración de los mismos.	Encargado de comisiones / Asistentes Financieros	Actualmente ya se descuentan los casos de suspendidos por fraude de manera mensual.	31/03/2017

## CONCLUSIONES

1. Se comprobó que la ausencia de la revisión de los registros contables y control interno afecta la confiabilidad de la información que se utiliza para la toma de decisiones y la correcta aplicación del proceso de pago de comisiones a distribuidores autorizados por la venta del servicio de telefonía móvil prepago,
2. La deficiencia del control interno y el desconocimiento de las políticas de la empresa, tiene como consecuencia que registren pagos más elevados por concepto de comisiones a distribuidores autorizados por venta del servicio de telefonía móvil prepago
3. Los pagos por concepto de comisiones realizados de forma incorrecta a distribuidores autorizados por venta del servicio de telefonía móvil prepago, afecta la liquidez financiera debido el alto volumen en los costos de comisión.
4. Existe el riesgo de error o fraude de manera latente en la creación de la sábana de datos, siendo esta columna vertebral del proceso de pago de comisiones se realiza de forma rudimentaria y con el conocimiento únicamente del analista de sistemas.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la administración de la empresa Comunicación Inalámbrica, S. A., coordinar revisiones periódicas de registros contables y control interno del proceso de pago de comisiones a distribuidores autorizados por venta del servicio de telefonía móvil prepago, para garantizar la confiabilidad de la información para la toma de decisiones.
2. Los analistas financieros del área de pago de comisiones deben realizar un reporte de variaciones, promedios y costos del proceso de pago de comisiones a distribuidores autorizados por venta del servicio de telefonía móvil prepago, que ayude a detectar registros de pagos de comisiones que no sean razonables.
3. El analista de sistemas bajo la coordinación de la administración deberá implementar la automatización de la sábana de datos, para eliminar los errores en el proceso de cálculo.
4. El proceso de creación de la sábana de datos debe automatizarse por medio del analista de sistemas y bajo la supervisión del encargado de comisiones, estos deben documentar el procedimiento ya que esto reduce el riesgo de error o fraude, así como el tiempo en la creación de la misma.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Congreso de la República de Guatemala - Decreto Número, 2 - 70 “Código de Comercio”. Guatemala 1991, 170 Páginas.
2. Congreso de la República de Guatemala - Decreto Número, 10 – 2012 “Ley de Actualización Tributaria”. Guatemala 5 de marzo de 2012, 97 Páginas.
3. Congreso de la República de Guatemala - Decreto Número, 94 - 96 “Ley de Equipos Terminales Móviles”. Guatemala 2013, 5 Páginas.
4. Congreso de la República de Guatemala - Decreto Número, 27 – 92 “Ley del Impuesto al Valor Agregado”. Guatemala 8 de mayo de 1992, 53 Páginas.
5. Congreso de la República de Guatemala - Decreto Número, 94 – 96 “Ley General de Telecomunicaciones”. Guatemala 1996, 35 Páginas.
6. Estupiñán Gaitán, Rodrigo, Cano, Miguel Antonio. “Administración de riesgos ERM y la Auditoría Interna”. Bogotá 2006. 350 Páginas.
7. Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos, Baptista Lucio, Pilar. “Metodología de la Investigación”.- Quinta edición 2010.- 607 páginas.
8. IASB Normas Internacionales de Contabilidad, Nic1 “Presentación de los Estados Financieros”. Versión 2013, 34 páginas.

9. Instituto Guatemalteco de Contadores Públicos y Auditores. "Guías de Auditoría Interna: 1-15", VI Edición, Guatemala 2002. 28 Páginas.
10. Instituto Guatemalteco de Contadores Públicos y Auditores. "Normas de Ética para graduados en Contaduría Pública y Auditoría". Guatemala 2013.
11. Fonseca, Luna Oswaldo. "Sistemas de Control Interno para Organizaciones". Primera Edición, Lima Perú Junio 2011. 527 Páginas.
12. Mantilla, Samuel Alberto. "Auditoría del Control Interno". Quinta edición 2009 451 Páginas.
13. Presidencia de la República de Guatemala - Acuerdo Gubernativo Número 211-2015, Fomento a la microempresa. Guatemala septiembre 2015, 2 páginas.
14. Rajadell, Manuel. "Introducción al Registro Contable". Primera Edición 2014. 205 Páginas.
15. Sánchez Curiel, Gabriel. "Auditoría de estados financieros" editorial Pearson Educación. México s.a. cv 2006 2 edición. 260 páginas.
16. Santillana, Juan Ramón. "Metodología de la Auditoría Interna". Editorial Pearson Educación, Tercera Edición México 2013, 244 Páginas.
17. The Institute of Internal Auditors, "Marco Internacional para la Práctica Profesional de la Auditoría Interna". Revisión febrero 2011. 109 páginas.

18. The Institute of Internal Auditors, International Standards for the Professional Practice of internal Auditing (standards) “Normas Internacionales para el ejercicio Profesional de la Auditoría Interna”. Edición 2013, 24 Páginas.
19. Whittington O. Ray, Kurt, Pany. “Principios de Auditoría”. Editorial McGraw Hill, Décimo cuarta edición 2005. 736 páginas.
20. Definición de Distribuidor Autorizado. - en línea. <http://rae.es/ayuda/diccionario-de-la-lengua-espanola>. Guatemala 01 de febrero 2016.
21. Superintendencia de Telecomunicaciones de Guatemala requisitos para ser importador o exportador de terminales móviles en Guatemala, - en línea. <http://www.sit.gob.gt/index.php/quienes-somos>. Guatemala 26 de enero 2016.



# **ANEXOS**

**TABLA DE NÚMEROS ALEATORES No. 1**  
**TABLE 1 : TABLE OF RANDOM SAMPLING NUMBERS**

Col./Linea	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	10480	15011	1536	2011	81647	91646	69179	14194	62590	36207	20969	99570	91291	90700
2	22368	46573	25595	85393	30995	89198	27092	53402	93965	34095	52666	19174	29615	99505
3	24130	48360	22527	97265	76393	64809	15179	24830	49340	32081	30680	19655	63348	58629
4	42167	93093	6243	61680	7856	16376	39440	53537	71341	57004	849	74917	97758	16379
5	37570	39975	81837	16656	6121	91782	60468	81305	49684	60672	14110	6927	1263	54613
6	77921	6907	11008	42751	27756	53498	18602	70659	90655	15053	21916	81825	44394	42880
7	99562	72905	56420	69994	98872	31016	71194	18738	44013	48840	63213	21069	10634	12952
8	96301	91977	5463	7972	18876	20922	94595	56869	69014	60045	18425	84903	42508	32307
9	89579	14342	63661	10281	74553	18103	57740	84378	25331	12566	58678	44947	5585	56941
10	85475	36857	53342	53988	53060	59533	38867	62300	8158	17983	16439	11458	18593	64952
11	28918	69578	88231	33276	70997	79936	56865	5859	90106	31595	1547	85590	91610	78188
12	63553	40961	48235	3427	49626	69445	18663	72695	52180	20847	12234	90511	33703	90322
13	9429	93969	52636	92737	88974	33488	36320	17617	30015	8272	84115	27156	30613	74952
14	10365	61129	87529	85689	48237	52267	67689	93394	1511	26358	85104	20285	29975	89868
15	7119	97336	71048	8178	77233	13916	47564	81056	97735	85977	29372	74461	28551	90707
16	51085	12765	51821	51259	77452	16308	60756	92144	49442	53900	70960	63990	75601	40719
17	2368	21382	52404	60268	89368	19885	55322	44819	1188	65255	64835	44919	5944	55157
18	1011	54092	33362	94904	31273	4146	18594	29852	71585	85030	51132	1915	92747	64951
19	52162	53916	46369	58586	23216	14513	83149	98736	23495	64350	94738	17752	35156	35749
20	7056	97628	33787	9998	42698	6691	76988	13602	51851	46104	88916	19509	25625	58104
21	48663	91245	85828	14346	9172	30168	90229	4734	59193	22178	30421	61611	99904	32812
22	54164	58492	22421	74103	47070	25306	76468	26384	58151	6646	21524	15227	96909	44592
23	32639	32363	5597	24200	13363	38005	94342	28728	35806	6912	17012	64161	18296	22851
24	29334	27001	87637	87308	58731	256	5834	15398	46557	41135	10367	7684	36188	18510
25	2488	33062	28834	8751	19731	92420	60952	61280	50001	67658	32586	86679	50720	94953
26	81525	72295	4839	96423	24878	82651	66566	14778	76797	14780	13300	87074	79666	95725
27	29676	20591	68086	26432	46901	21849	89768	81536	86645	12659	92259	57102	80428	25280
28	742	57392	39064	66432	84673	40027	32832	61362	98947	96067	64760	64584	96096	98253
29	5366	4213	25669	26422	44407	44048	37937	63904	45766	66134	75470	66520	34693	90449
30	91921	24618	64117	94305	26766	25940	39972	22209	71500	64568	91402	42416	7844	69618
31	582	4711	87917	77341	42206	35126	74087	99547	81817	42607	43808	76655	62028	76630
32	725	69884	62797	56170	86324	88072	76222	36086	84637	93161	76038	65855	77919	88006
33	69011	65795	95876	55293	18988	27354	26575	8625	40801	59920	29841	80150	12777	48501
34	25976	57948	29888	88604	67917	48708	18912	82271	65424	69774	33611	54262	85963	3547
35	9763	83473	73577	12908	30883	18317	28290	35797	5998	41688	34952	37888	38917	88050

Col./Linea	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
36	91567	42595	27958	30134	4024	86385	29880	99730	55536	84855	29080	9250	79656	73211
37	17955	56349	90999	49127	20044	59931	6115	20542	18059	2008	73708	83517	36103	42791
38	46503	18584	18845	49618	2304	51038	20655	58727	28168	15475	56942	53389	20562	87338
39	92157	89634	94824	78171	84610	82834	9922	25417	44137	48413	25555	21246	35509	20468
40	14577	62765	35605	81263	39667	47358	56873	56307	61607	49518	89656	20103	77490	18062
41	98427	7523	33662	64270	1638	92477	66969	98420	4880	45585	46565	4102	46880	45709
42	34914	63976	88720	83765	34476	17032	87589	40836	32427	70002	70663	88863	77775	69348
43	70060	28277	39475	46473	23219	53416	94970	25832	69975	94884	19661	72828	102	66794
44	53976	54914	6990	67245	68350	82948	11398	42878	80287	88267	47363	46634	6541	97809
45	76072	29515	40980	7391	58745	25774	22987	80059	39911	96189	41151	14222	60697	59583
46	90725	52210	83974	29992	65831	38857	50490	83765	55657	14361	31720	57375	56228	41546
47	64364	64712	33339	31926	14883	24413	59744	92351	97473	89286	35931	4110	23726	51900
48	8962	88358	31662	25388	61642	34072	81249	35648	56891	69352	48373	45578	78547	81788
49	95012	68379	93526	70765	10592	4542	76463	54328	2349	17247	28865	14777	62730	92277
50	15664	10493	20492	30391	91132	21999	59516	81652	27195	48223	46751	22923	32261	85653
51	16408	81899	4153	53381	79401	21438	83035	92350	36693	31238	59649	91754	72772	2238
52	18629	81953	5520	91962	4739	13092	97662	24822	94730	6496	35090	4822	86774	98289
53	73115	35101	47998	87637	99016	71060	882824	71013	18735	20286	23153	72924	35165	43040
54	57491	16073	23167	49323	45021	33132	12544	41035	80780	45393	44812	12515	98031	91202
55	30405	83946	23792	14422	15059	45799	22716	19792	9983	74353	68668	30429	70735	25499
56	16631	35006	85900	98275	32388	52390	16815	69298	82732	38480	73817	32523	41961	44437
57	96773	20206	42559	78985	5300	22164	24369	54224	35083	19687	11052	91491	60383	19746
58	38935	64202	14349	82674	66523	44133	697	35552	35970	19124	63318	29686	3387	59846
59	31624	76384	17403	53363	44167	64486	64758	75366	7655	31601	12614	33072	60332	92325
60	78919	19474	23632	27889	47914	2584	37680	20801	72152	39339	34806	8930	85001	87820
61	3931	33309	57047	74211	63445	17361	62825	39908	5607	91284	68833	25570	38818	46920
62	74426	33278	43972	10119	89917	15665	52872	73823	73144	88662	88970	74492	51805	99378
63	9066	903	20795	95452	92648	45454	9552	88815	16553	511525	79375	97596	16296	66092
64	42238	12426	87025	14267	20927	4508	64635	31355	86064	29472	47689	5974	52468	16834
65	16153	8002	26504	41744	81959	65642	74240	56303	33	67107	77510	70625	28725	34191
66	21457	40742	29820	96783	29400	21840	15035	34537	33310	6116	95240	15957	165578	6004
67	21581	57802	2050	89728	17937	37621	47075	42080	97403	48626	68995	43805	33386	21597
68	55612	78095	83197	33732	5810	24813	86902	60387	16489	3264	88525	42786	5269	92532
69	44657	66999	99324	51281	84463	60563	79312	93454	68876	25471	93911	25650	12682	73572
70	91340	84979	46949	81973	37949	61023	43997	15263	80644	43942	89203	71795	99533	50501

Col./Linea	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
71	91227	21199	31935	27022	84067	5462	35216	14486	28991	68607	41867	14951	91696	85065
72	50001	38140	66321	19924	72163	9538	12151	6878	91903	18749	34405	56087	82790	70925
73	65390	5224	72958	28609	81406	39147	25549	48542	42627	45233	57202	94617	23772	7896
74	27504	96131	83944	41575	10573	8619	64482	73923	36152	5184	94142	25299	84387	34925
75	37169	94851	39117	89632	959	16487	65536	49071	39782	78675	2330	75301	275	48280
76	11508	70225	51111	38351	194444	66499	71945	5422	13442	78675	84081	66938	93654	59894
77	37449	30362	6694	54690	4052	53115	62757	95348	78662	11163	81651	50245	34791	52924
78	46515	70331	85922	38329	57015	15765	97161	17869	45349	61796	66345	81073	49106	79860
79	30986	81223	42416	58353	21432	30502	32305	86482	5174	7901	54339	58861	74818	46942
80	63798	34995	46583	9785	44160	78128	83991	42865	92520	83531	80377	35909	81250	54238
81	82486	84846	99254	67632	21361	50076	21361	64816	51202	88124	41870	52689	51875	83556
82	21885	32906	92431	9060	642126	51674	64126	62570	26123	5155	59194	52799	28225	85762
83	60336	98782	7408	53458	13564	59089	26445	29789	85205	41001	12535	12133	14645	23541
84	43937	46891	24010	25560	86355	33941	25786	54990	71899	15475	95434	98227	21824	19585
85	97656	63175	89303	16275	7100	92063	21942	18611	47348	20203	18534	3862	78095	50136
86	3299	1221	5418	38982	55758	92237	26759	86367	21216	98442	8203	56613	91511	75928
87	79626	6486	83574	17668	7785	76020	79924	25651	83325	88428	85076	72811	22717	50585
88	85636	68335	47539	3129	65651	11977	2510	26113	99457	68645	34327	15152	55230	93448
89	18039	14367	61337	6177	12143	46609	32989	74014	64708	533	35398	58408	13261	47908
90	8362	15656	60627	36478	65648	16764	53412	9013	7832	41574	17639	2163	60859	75567
91	79556	29068	4142	16268	15387	12856	66227	38358	22478	73373	88732	9443	82558	5250
92	92608	2674	27072	32534	17075	27698	98204	63863	11951	34648	88022	56148	34925	57031
93	23982	25835	40055	67006	12293	2753	14827	23235	35071	99704	37543	11601	35503	85171
94	9915	78077	5908	97901	28395	14186	821	80703	70426	75647	76310	88717	37890	40129
95	59037	86273	26695	62247	69927	761243	50842	43834	86654	70959	79725	93872	28117	19233
96	42488	78077	69882	61657	34136	79180	97526	43092	4098	73571	80799	76536	71255	64239
97	46764	86273	63003	93017	31204	36692	40202	35275	57306	55543	53203	16098	47625	88684
98	3237	45430	55417	63282	90816	17349	88298	90183	36600	78406	6216	95787	42579	90730
99	86591	81482	52667	61582	14972	90053	89534	76036	49199	43716	97548	4379	46370	28672
100	38534	1715	94964	87288	65680	43772	39560	12918	86537	62738	19636	51132	25739	56947

**TABLA No. 4**  
**SAMPLE SIZES FOR SAMPLING ATRIBUTES**  
**FOR RANDOM SAMPLES ONLY**

**TABLE 2C** Expected Rate of Occurrence not over 5% (TASA DE OCURRENCIA)  
 Confidence Level 95% (NIVEL DE CONFIANZA)  
 Sample Size for Rentability of: (INDICE DE PRECISION)

Number of items in Field	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%
200			101	73
300			121	83
400			135	89
500		238	144	93
1,000		313	169	102
1,500		350	179	106
2,000	954	371	184	108
2,500	1055	386	187	109
3,000	1134	396	190	110
3,500	1199	403	192	110
4,000	1253	409	193	111
4,500	1298	414	194	111
5,000	1336	418	195	111
6,000	1399	424	196	112
7,000	1447	428	197	112
8,000	1485	431	198	112
9,000	1517	434	198	113
10,000	1543	436	199	113
15,000	1626	443	200	113
20,000	1672	446	201	113
25,000	1700	448	201	113
50,000	1760	452	202	114
100,000	1791	454	202	114

**TABLA No. 5**  
**SAMPLE SIZES FOR SAMPLING ATRIBUTES**  
**FOR RANDOM SAMPLES ONLY**

**TABLE 2D** Expected Rate of Occurrence not over 5% (TASA DE OCURRENCIA)  
 Confidence Level 99% (NIVEL DE CONFIANZA)  
 Sample Size for Rentability of: (INDICE DE PRECISION)

Number of items in Field	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%
200				99	78
300				119	89
400			187	132	96
500			206	142	101
1,000		441	260	165	112
1,500		517	284	174	117
2,000		565	298	179	119
2,500		599	307	183	120
3,000		624	314	185	121
3,500	1659	643	318	187	122
4,000	1763	658	322	188	122
4,500	1858	673	326	189	123
5,000	1934	681	327	190	123
6,000	2067	697	331	191	124
7,000	2174	708	334	192	124
8,000	2261	717	336	192	124
9,000	2335	725	337	193	124
10,000	2397	731	338	193	125
15,000	2605	749	342	194	125
20,000	2721	758	344	195	125
25,000	2799	764	345	195	126
50,000	2963	776	348	196	126
100,000	3056	782	349	197	126

**TABLA No. 6**  
**SAMPLE SIZES FOR SAMPLING ATRIBUTES**  
**FOR RANDOM SAMPLES ONLY**  
**Expected Rate of Occurrence not over 2% (TASA DE ERROR)**  
**Confidence Level 95% (NIVEL DE CONFIANZA)**  
**Sample Size for Rentability of: (INDICE DE PRECISION)**

**TABLE 2E**

Number of items in Field	± .5%	± 1%	± 2%	± 5%
200			97	59
300			116	66
400			128	70
500			137	72
1,000		430	158	78
1,500		501	167	80
2,000		547	172	81
2,500		579	175	81
3,000	1503	602	177	82
3,500	1619	620	179	82
4,000	1718	634	180	82
4,500	1804	645	181	83
5,000	1880	654	182	83
6,000	2005	669	183	83
7,000	2106	680	183	83
8,000	2188	688	184	83
9,000	2257	695	184	83
10,000	2315	700	185	83
15,000	2508	717	186	84
20,000	2664	726	186	84
25,000	2688	731	187	84
50,000	2840	742	188	84
100,000	2924	747	188	84