



CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

PROYECTO

Previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría

Título del proyecto:

**“Auditoría de Control Interno para el
Departamento de Ventas –Logística de la Compañía MEGAPRIT S.A, de la
ciudad de Guayaquil, del periodo 01 de enero al 31 de diciembre del 2013”.**

Autores:

Noralma Andrea Miranda Palacios.

Evelyn Nataly Toledo Vargas.

Tutor: Econ .MBA. Xavier Fernando Campos Cruz

Guayaquil, abril del 201

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

EL JURADO CALIFICADOR OTORGA AL PROYECTO

LA CALIFICACIÓN DE: _____

EQUIVALENTE A: _____

MIEMBROS DEL TRIBUNAL:

Director de CC.AA.EE: _____

Directora de Tesis: _____

Asignado: _____

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, análisis realizados, conclusiones, propuestas y sugerencias expuestas del presente proyecto son de exclusiva responsabilidad de las autoras del mismo.

NORALMA ANDREA MIRANDA PALACIOS

C.I # 092583070-5

EVELYN NATALY TOLEDO VARGAS

CI # 0925997611

DEDICATORIA

Al amor más puro mi Hijo, que me dio la oportunidad de ser constante y fuerte ante las circunstancias que tuve que pasar para llegar a la culminación de este trabajo.

A mis padres, que son un pilar fundamental que me otorgó la oportunidad de vivir y cultivar la constancia y la responsabilidad tanto en mi desarrollo profesional como personal.

A mi esposo, quien siempre estuvo con su comprensión y ternura dándome el apoyo incondicional para este feliz término de mi carrera.

Noralma Miranda P.

DEDICATORIA

Este proyecto va dirigido a mis padres, esposo, hijo y suegros ya que han sido un pilar fundamental durante el proceso de este proyecto, por esa ayuda que me han brindado para que el desarrollo de mi trabajo llegue a buen término.

Especialmente a mi madre que desde el cielo, derrama bendiciones y observa cada meta obtenida durante mi vida, siendo esta una especial motivación para todo el esfuerzo que se ha realizado durante el desarrollo de nuestro proyecto.

Una dedicación también va dirigido a mis maestros y tutor por el tiempo durante la guía de nuestro trabajo para que su contenido sea de calidad.

Evelyn Toledo V.

AGRADECIMIENTO

Principalmente a Dios por ser mi eje en todo momento y permitirme culminar este trabajo; a mis padres , que con su apoyo incondicional, mi esposo y mi hijo que son la fuente de inspiración de este proyecto, los cuales me han incentivado a seguir adelante para cumplir mis objetivos.

A la Universidad Politécnica Salesiana, institución que ofreció una formación de excelencia tanto profesional como espiritual; A los Maestros, que con su paciencia y determinación transmitieron sus conocimientos y experiencias.

A mi director de tesis, el Econ .MBA. Xavier Campos, por dirigirnos en conocimiento y por el tiempo dedicado para la culminación de nuestro proyecto.

A Megaprit S.A, por permitir poner en práctica mis conocimientos adquiridos y plasmarlos en este proyecto.

Noralma Miranda P.

AGRADECIMIENTO

Principalmente a Dios y la Virgen por las bendiciones que derrama cada día en nuestras vidas.

A toda mi familia por el apoyo y la constancia brindada en todo momento.

A todos los maestros, por los conocimientos impartidos durante la etapa de formación universitaria.

A mi director de tesis, el Econ. MBA. Xavier Campos, por ser la guía en conocimiento y por el tiempo dedicado para la culminación de nuestro proyecto.

A la empresa Megaprit S.A por la colaboración para la realización de este proyecto, proporcionándonos la información necesaria.

Evelyn Toledo Vargas

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1

Proforma de cliente.

Anexo 2

Cuadro Comparativo de Estados de Resultado

Anexo 3

Factura a cliente

Anexo 4

Acta de entrega y recepción de eventos.

Anexo 5

Colash 2013 eventos

Anexo 6

Formato de entrega y recepción de equipos.

Anexo 7

Formato de Servicio Técnico- Mantenimiento.

Anexo 8

Factura de Transporte

Anexo 9

Guía de Remisión

Anexo 10

Carta de aceptación de la empresa

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Ubicación de la Empresa	Pág. N° 6
Gráfico N° 2 Croquis de la Empresa	Pág. N° 6
Gráfico N° 3 Entrada de la Oficina	Pág. N° 7
Gráfico N° 4 Oficina	Pág. N°7
Gráfico N° 5 Organigrama Estructural	Pág. N° 14
Gráfico N° 6 Organigrama Funcional	Pág. N° 15
Gráfico N° 7 Organigrama de Procesos de la Compañía Megaprit S.A	Pág. N° 16
Gráfico N° 8 Organigrama Departamento de Ventas	Pág. N° 71
Gráfico N° 9 Organigrama de Departamento de Logística	Pág. N°71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Ventas por Clientes 2013	Pág. 78
Tabla N° 2 Ventas por Producto 2013	Pág. 79
Tabla N° 3 Porcentaje por Producto 2013	Pág. 80
Tabla N° 4 Plantilla de Tarifa de Fletes de Camión	Pág. 84
Tabla N° 5 Plantilla de Trabajo	Pág. 85
Tabla N° 6 Fases de la Auditoría	Pág. 85
Tabla N° 7 Presupuesto del Proyecto	Pág. 86

Contenido

LA CALIFICACIÓN DE:.....	I
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	II
DEDICATORIA.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE DE ANEXOS.....	VII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT	XIII
PRESENTACIÓN	1
.....	3
CAPÍTULO I.....	3
1.-IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.2 DELIMITACIÓN.....	5
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
1.3.3 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	17
1.3.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.3.5 OBJETIVOS DEL PROYECTO	20

.....	21
CAPÍTULO II.....	21
2.1 MARCO REFERENCIAL.....	21
2.2 MARCO CONCEPTUAL.....	50
2.3 MARCO LEGAL.....	53
.....	56
CAPÍTULO III.....	57
3.1 FORMULACIÓN DEL PROYECTO	57
3.2 FINALIDAD DEL PROYECTO	57
3.3 PROPÓSITO DEL PROYECTO.....	59
3.4 ACTIVIDADES DEL PROYECTO	60
CAPITULO IV.....	89
4.2 EJECUCIÓN DE LA AUDITORÍA DE CONTROL INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA	125
CONCLUSIONES.....	207
RECOMENDACIONES.....	209
BIBLIOGRAFÍA	210
ANEXOS	212



CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA: “Auditoría de Control Interno para el Departamento de Ventas -Logística de la Compañía MEGAPRIT S.A, de la ciudad de Guayaquil, del periodo 01 de enero al 31 de diciembre del 2013”.

AUTORAS: Noralma Miranda Palacios noralma1986@gmail.com
Evelyn Toledo Vargas evelyn_nt@hotmail.com

DIRECTOR: MBA. Ecom. Xavier Campos Cruz

PALABRAS CLAVES: Auditoría, Control Interno, COSO I, Eficiencia.

RESUMEN

El proyecto se desarrolla en la realidad de la Compañía Megaprit S.A, analizando el control interno actual del Departamento de Ventas y Logística, con el propósito de documentar y restablecer los controles y sus procesos, mediante una auditoría de los controles internos, recopilando información y analizando con el fin de emitir un informe que recomiende mejoras y un seguimiento constante. Megaprit S.A es una organización con un alto crecimiento en el mercado, por lo que gerencia consideró la importancia de realizar una auditoría que inspeccione, analice y recomiende procedimientos que normen sus principales funciones, de manera que al incrementar colaboradores y aumente la producción, sea más dinámico el entrenamiento de los trabajadores y más eficiente la supervisión del negocio. Durante el desarrollo del trabajo, se observó que si bien Megaprit S.A puede contar con manuales y controles tradicionales en sus actividades diarias, los mismos no son de conocimiento de sus funcionarios, o no son justificados de modo que les garantice un ahorro y un incremento de ingresos. La auditoría de control interno de departamentos de ventas y logística, tiene como principal objetivo evaluar el sistema actual con el propósito de fortalecer los puntos críticos de la organización. La metodología implementada comprende una auditoría que determinó mediante el análisis y recolección de información que existe un débil sistema de control interno para los departamentos de Ventas y Logísticas reflejando riesgos inherentes y de control en los procesos provocando el incumplimiento de los objetivos de la organización perjudicando la satisfacción del consumidor.



CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA: “Auditoría de Control Interno para el Departamento de Ventas -Logística de la Compañía MEGAPRIT S.A, de la ciudad de Guayaquil, del periodo 01 de enero al 31 de diciembre del 2013”.

AUTORAS: Noralma Miranda Palacios noralma1986@gmail.com
Evelyn Toledo Vargas evelyn_nt@hotmail.com

DIRECTOR: MBA. Ecom. Xavier Campos Cruz

PALABRAS CLAVES: Auditoría, Internal Control, COSO I, Eficiencia.

ABSTRACT

The project is developed in reality of Megaprit S.A., analyzing the current internal control and Logistics Sales Department, in order to document and reset controls and processes through an audit of internal controls, collecting and analyzing information in order to issue a report recommending improvements and constant monitoring. Megaprint SA is an organization with high growth in the market, therefore General Manager considered the importance of conducting an audit to inspect, analyze and recommend procedures that regulate its main functions, so that increasing employees and production, should be more dynamic training on workers and more efficient supervision of the business. During the development of this work, we observed that although Megaprit S.A. may have manuals and traditional controls in their daily activities, such controls are not known for their officers or employees, and are not accordingly justified that ensures savings and increased revenue. The audit of internal control over sales and logistics department has as main objective to evaluate the current system with the aim of strengthening the critical points in the organization. The implemented methodology includes an audit, which determines by analyzing and collecting information that there is a weak internal control system for Sales and Logistics Department., reflecting inherent and control risks in the processes causing the failure of the organization goals, also affecting consumer satisfaction.

PRESENTACIÓN

Para la auditoría de Control Interno del área de Ventas y Logística se ha tomado como referencia la empresa Megaprit S.A, ubicada en la Ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas.

El desarrollo del presente se basará en una investigación metodológica en donde se reflejarán todos los conocimientos adquiridos durante los cinco años en la Universidad Politécnica Salesiana, los cuales servirán de aporte para la compañía transformándose en una herramienta eficaz que formara un sólido control interno.

Con equipos cada vez más actualizados tecnológicamente y acordes al mundo de espectáculo, con una competencia agresiva, los cuales marcan una línea entre el fracaso y el éxito, los controles internos actuales de las áreas de ventas y logística cumplen el papel esencial en una organización, es por ello que se pretende determinar indicadores que puedan corregirse bajo una toma de decisiones idóneas. Por ello, la ejecución de una Auditoría de Control Interno en el Área de Ventas y Logística de la Cia. Megaprit S.A, permitirá observar y corregir las falencias existentes en los procesos de cada departamento apoyada bajo una base legal e institucional que contribuirá a un logro de los objetivos organizacionales.

El control interno es un grupo integrado de procesos que proporcionan confianza a la

Entidad de que los objetivos fijados se cumplirán y que cualquier error se pueda prevenir dando una continua fluidez en el servicio que ofrece la entidad.

Teniendo la necesidad de un mayor control en los procesos de las operaciones que se realizan en la empresa, se implementa una Auditoría que permite observar, evaluar detenidamente cada proceso que conformen estos departamentos, y así determinar correcciones y prevenciones para una mayor productividad.

La Auditoría del Control Interno a los Departamentos de Ventas y Logística, proporcionará una guía eficaz para alcanzar los objetivos de los Directivos de la empresa; así como obtener eficiencia, veracidad de los procesos, un cumplimiento de las leyes de los agentes externos de una manera coherente y profesional.

La Auditoría del Control Interno manifiesta la necesidad de evaluar cada proceso del departamento con el fin de visualizar continuamente las actividades y sus resultados, pues es fundamental que cada área cumpla con los objetivos fijados de una forma ascendente para que la toma de decisiones tenga una veracidad acorde a la solidez del control interno.

CAPÍTULO I

1.-IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 JUSTIFICACIÓN

MEGAPRIT S.A es una empresa privada que se dedica al alquiler de equipos audiovisuales como sonido, pantallas led, iluminación y estructuras, siendo pionera en el mercado, el núcleo de esta entidad está representado por los departamentos de Ventas - Logística. Estos actualmente presentan irregularidades en su control interno perjudicando el canal de comunicación continuo y las expectativas de los directivos y consumidores.

Toda empresa necesita un sólido Control Interno para alcanzar la visión y misión trazada por sus directivos, problema que presenta actualmente la Compañía MEGAPRIT S.A, ya que carece de dichos controles generando debilidades de Control Interno tanto administrativo como operativo, debido a esto, se considera preciso la realización de una auditoría en el control interno presente, basada bajo el modelo COSO I, que compone

cinco parámetros como son: Ambiente de control, Evaluación de riesgos, Actividades de control, información, comunicación; y, monitoreo. Aquellos son los que regirán el análisis, con el cual se espera lograr un estudio profundo que, determine los procesos erróneos que están afectando a la empresa, clientes y colaboradores de la misma.

Toda esta serie de cambios que se realicen en los procesos del Departamento de Ventas- Logística son importantes, pues lo que desea buscar es un rendimiento óptimo, con una disminución de costos y servicio prestado de calidad debido a esto, al final de la auditoria se presentará como resultado un informe que contenga recomendaciones y acciones correctivas que mejoraran el área de ventas y logística para a más de satisfacer a los clientes, también la compañía optimice recursos materiales (implementos de la empresa), humanos (personal) y económicos (ingresos).

La aplicación de la Auditoría de Control Interno que se pretende desarrollar se llevara a cabo dentro de las instalación de la compañía Megaprit S.A, enfocándonos en los procesos del Departamento de Ventas - Logística con el fin de determinar cuál es problema que afecta a dicha área y de la misma manera desarrollar una propuesta que plantee un mejoramiento continuo del mismo.

Cabe recalcar que si no se implementa una auditoría de control interno al departamento y tomando en cuenta los problemas significativos que presentan actualmente con los ingresos bajos y costos de producción elevados, la empresa incurriría a no tener una liquidez para su funcionamiento operativo y administrativo.

1.2 DELIMITACIÓN

1.2.1 Espacial

Provincia: Guayas

Ciudad: Guayaquil

Parroquia: Tarqui

Lugar: Está ubicada en Av. Adolfo Baquerizo Nazur, Alborada 5 etapa Edificio

Córdova, Piso 2 Oficina 5



Gráfico N° 1 .- Ubicación de la Empresa

Elaborado por: Autora

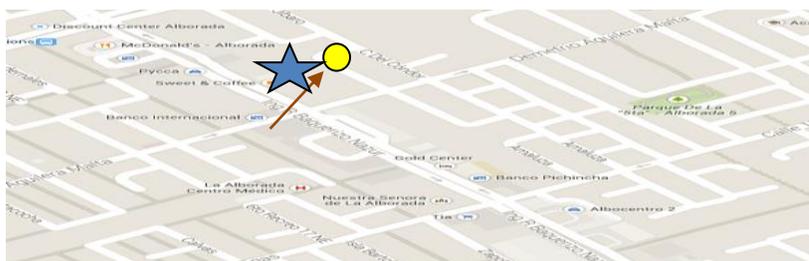


Gráfico N° 2.- Croquis de la Empresa.

Elaborado por: Autoras.



Gráfico N° 3.- Entrada a la Oficina
Elaborado por: Autoras



Gráfico N° 4 Oficina

1.2.2 Temporal

Período sujeto a análisis: Ejercicio 2013

Fecha en que se realizará: 01 de agosto al 31 Diciembre del 2014.

1.2.3 Académica

Académica: La delimitación académica es la siguiente:

1. Modelo Coso I
 - 1.1 Ambiente de Control
 - 1.2 Evaluación de Riesgo.
 - 1.3 Actividades de Control.
 - 1.4 Información y comunicación.
 - 1.5 Monitoreo.
2. Área de Ventas.
3. Área de Logística.
4. Estrategia para la Auditoría de Ventas - Logística.
5. Información del Negocio de Megaprit S.A

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.3.1 Reseña Histórica - La Empresa

A principios del 2004 un grupo de amigos universitarios decidieron formar una compañía pionera en el área de Publicidad y Marketing, es así como comenzó esta idea que pocos meses después le dio la legalidad correspondiente. A mediados del año 2004 se compraron los primeros equipos tecnológicos amparados bajo la marca Samsung, los cuales servían con intermediarios de Publicidad pre pagada en los centros comerciales.

Luego de una saturación del mercado de publicidad dinámica se tomó un rumbo diferente en la compañía surgiendo ideas de pantallas Leds, pequeños módulos de 1 x 1 mts armables de acuerdo al gusto de clientes; es así que comenzó a incursionar en el alquiler de equipos audiovisuales para eventos de diferentes índoles y constituyéndose hasta la actualidad como una de las compañías pioneras en el mercado en tecnología dinámica de Guayaquil.

La empresa MEGAPRIT S.A es una empresa de capital privado que inició sus actividades en el año 2004, especializada en alquiler y operación técnica de equipo audiovisuales para eventos corporativos, ferias, desfiles, activaciones, campañas políticas, congresos, conciertos, TV shows. Entre los aspectos importantes que tiene la compañía consta con pilares fundamentales como:

1.3.1.1 Misión

Ofrecer a nuestros Clientes los mejores productos del mercado y dar un excelente servicio para lograr su total satisfacción, utilizando para ello todos nuestros recursos humanos, la tecnología más avanzada y actualizada del mercado internacional.

1.3.1.2 Visión

Enlazar, informar, inspirar, profesionalizar el sector de eventos en el Ecuador y facilitar el trabajo de nuestros clientes brindándoles las mejores y más vanguardistas soluciones audiovisuales para sus eventos, con un alto compromiso, con calidad y satisfacción de sus clientes, en un ambiente de colaboración y desarrollo de personal de la organización.

1.3.1.3 Objetivos de la Compañía:

- Ofrecer servicios de alta calidad en las mejores condiciones, para beneficio de la empresa y los consumidores, respetando los lineamientos del medio ambiente y cumpliendo con las leyes vigentes con el fin de generar empleo y contribuir con el desarrollo del Ecuador.
- Satisfacer a nuestros clientes con un servicio de calidad reflejando un buen ambiente de productividad, innovación y profesionalismo.
- Afianzar nuestra institución a través de la definición e implementación de políticas,

procedimientos y funciones que reflejen nuestra misión organizacional.

- Generar una cultura de identidad organizacional, guiada al servicio al cliente e innovación, profesionalismo convirtiendo a nuestra empresa en líder del mercado.

1.3.1.4 Políticas de la Compañía:

- Todos los integrantes de la organización deben mantener un comportamiento ético.
- Nuestros servicios cumplen con todos los estándares de calidad.
- Trato esmerado con el trabajador.
- La empresa se compromete a lograr la plena satisfacción del cliente.
- Ser sujeto de crédito
- Ser líder del mercado.
- Un servicio post - venta de calidad.
- Crecimiento y expansión en otras ciudades.

1.3.1.5 Principios y Valores:

Autoridad.- Jerarquía en los canales de comunicación organizacional.

División del Trabajo.- Cada departamento tiene su manual de funciones establecido.

Estabilidad.- El colaborador debe sentir seguridad laboral.

Creatividad.- Se debe permitir la toma de decisiones a los colaboradores en la

realización de sus funciones.

Trabajo en Equipo.- La unidad hace la fuerza y el cumplimiento de los objetivo

1.3.1.6 Principales Clientes:

Entre sus principales clientes tenemos:

Sector Privado:

- Comercio y Comandato S.A
- Satre Comunicaciones S.A
- Minitoy S.A
- Relad S.A - Canal Uno
- Televisora Nacional C.A - Ecuavisa
- Rc Producciones S.A
- Exporfast S.A
- Ecosonido Cia. Ltda.
- Pixel Sound- Francisco Ortega Guillen.
- Digitalight Cia Ltda.
- Luis Guerrero Morales
- Rivas - Herrera S.A
- Publimagic S.A

- In Food Services Corp
- Automekano Cia. Ltda.
- Km Iluminación S.A
- Punto Eventos Alquiler Eventosa S.A
- Roberto Miranda
- Cartones Nacionales. Cartopel
- Cadena Ecuatoriana de Televisión C.A -TC Televisión
- Gama Tv
- Kabana S.A
- Plan B
- Blacktavi S.A
- Inmobiliare. S.A
- Corporación Celeste S.A - Corpacel
- Hunter
- Multivisión S.A
- Kaleidos S.A
- Avanzada Cia. Ltda.
- Testigos de Jehová.
- Zan 37
- Promox S.A
- Prosonido Cia. Ltda.
- Mall del Sol
- UESS

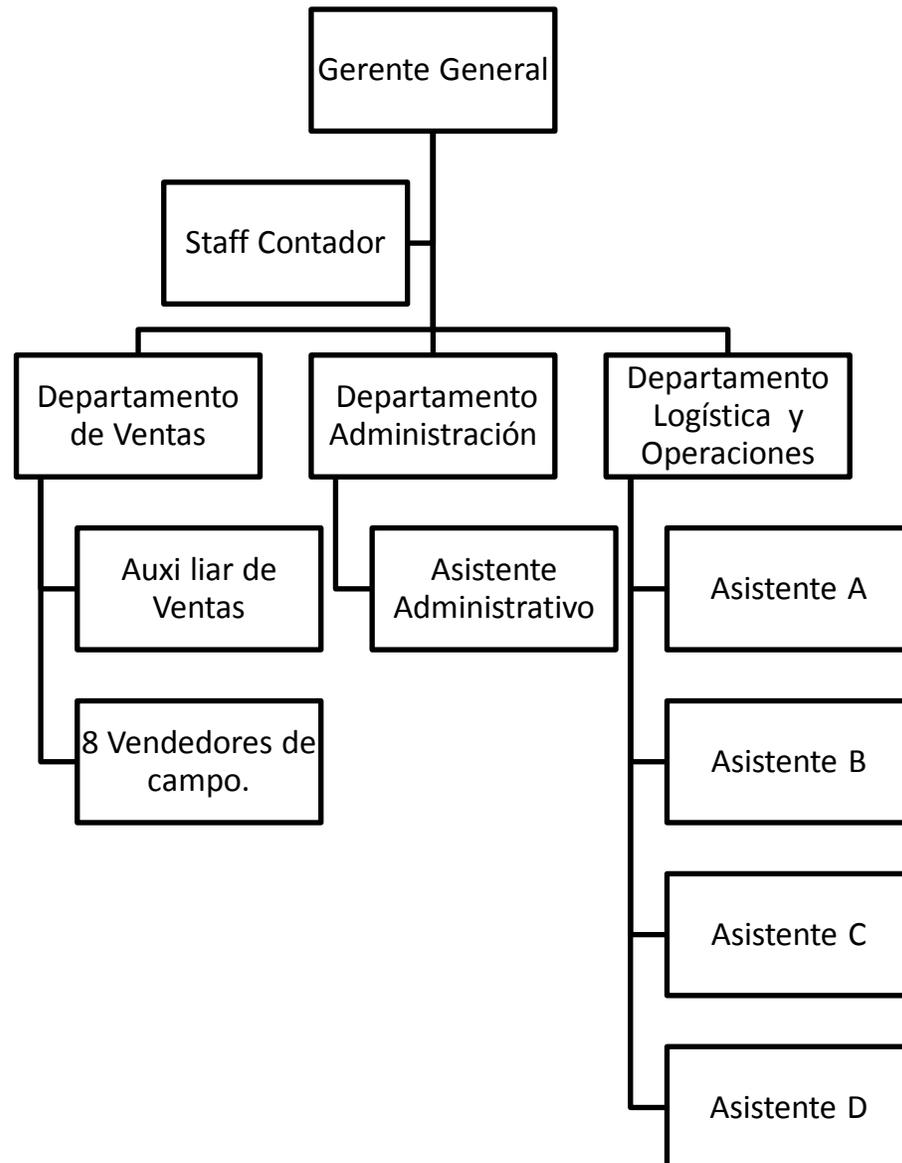
- Samsung
- Cervecería Nacional S.A
- Prosonido Cia. Ltda.
- Inem C.A
- Policentro.
- Teleamazonas.
- RTS
- Contecon
- Borealis S.A

Sector Público:

- Ministerio de Educación.
- Ministerio de Obras Públicas.
- Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil
- Municipio de Quito.
- Municipio de Babahoyo.
- IESS
- Otros.

La empresa está formada por tres departamentos, conforme se describe en los organigramas a continuación:

1.3.1.7 Organigramas de la Compañía

**Gráfico N° 5.-** Organigrama Estructural

Elaborado por: Autoras

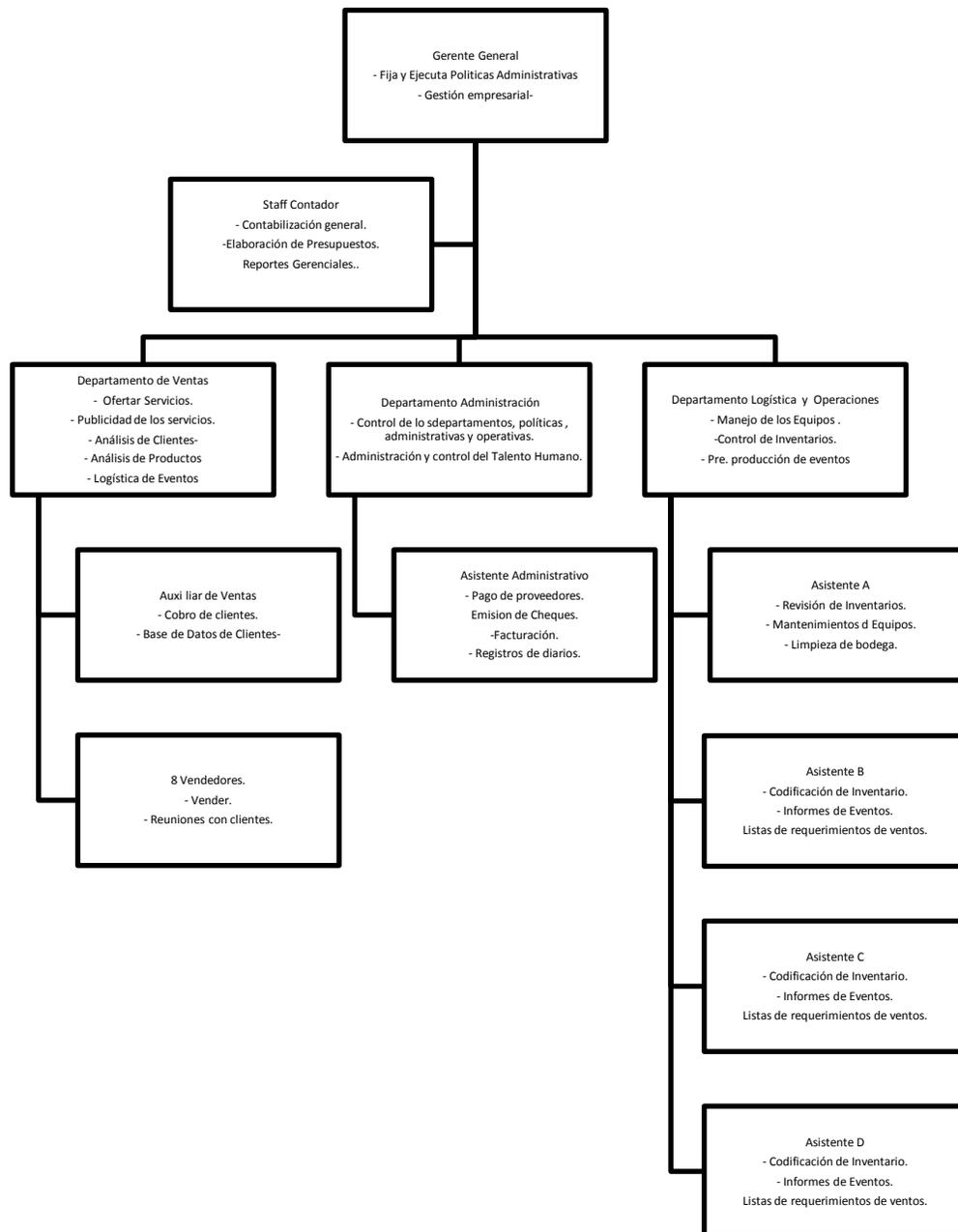


Gráfico N° 6.- Organigrama Funcional

Fuente: Autoras

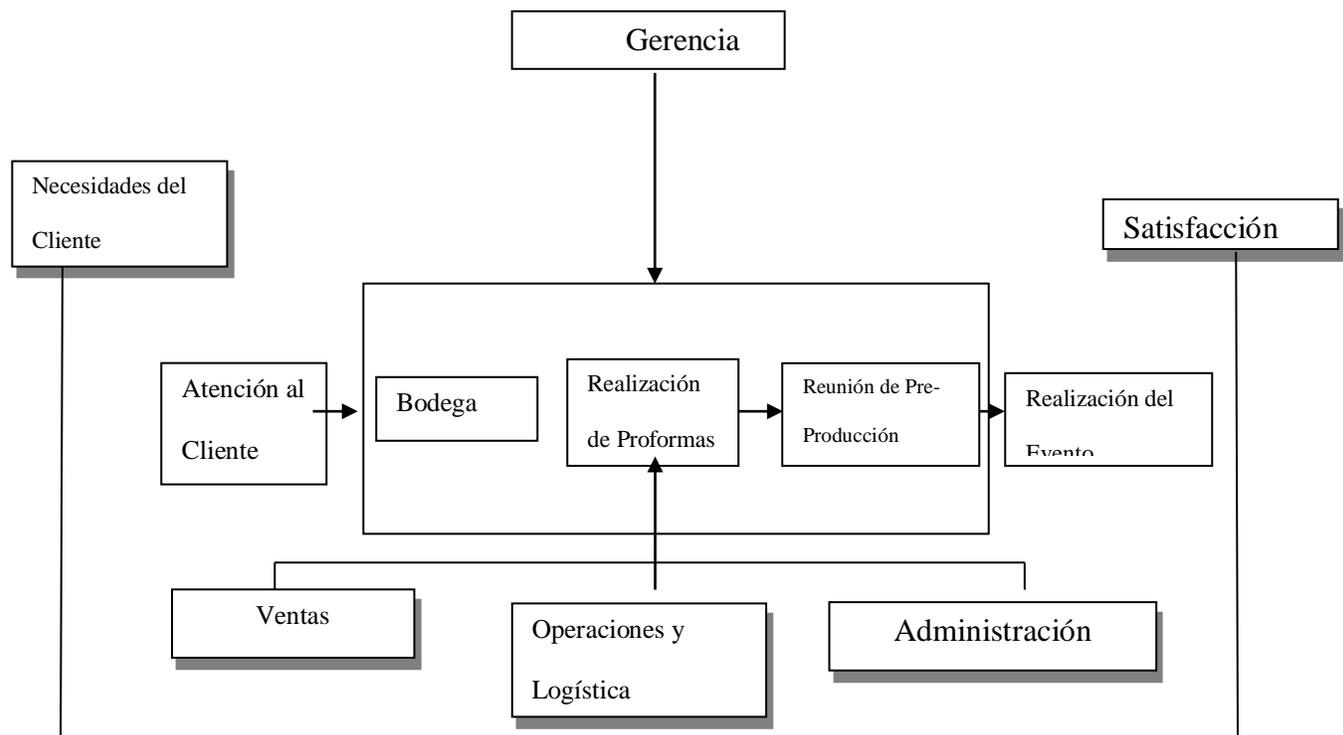


Gráfico N°7.- Organigrama de Procesos de la Compañía Megaprit S.A

Elaborado por: Autoras.

A continuación presentamos una breve descripción de las principales funciones de cada departamento con sus correspondientes jefes departamentales:

- **Ventas**

Nombre: C.P.A Ivette Sáenz C.

Cargo: Supervisor de Venta

El departamento de ventas tiene como una de sus actividades principales la

captación de clientes para poder conocer las necesidades en equipos y servicios que requieren en un evento.

Realizar proformas que solicita los clientes para un evento a futuro. Cerrar el negocio por vía telefónica o vía on line.

Realizar el pre- producción para programar el personal, equipos y costos a utilizar

- **Administrativo**

Nombre: Ing. Andrea Palacios M.

Cargo: Jefe Administrativo

Está a cargo de la coordinación de las tareas asignadas directamente a cada departamento. Vigilar los recursos humanos, económicos, materiales de la organización.

- **Logística**

Nombre: Steven Orrala P.

Cargo: Supervisor de Operaciones.

Es responsable de coordinar la carga de los equipos a utilizar en los eventos. Entre sus principales tareas se encuentra la toma física de inventarios, mantenimiento de equipos y pedido de herramientas a necesitar en cada imprevisto.

1.3.3 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

1.3.3.1 PROBLEMAS – EVIDENCIAS.

A pesar de la trayectoria y referencias en el mercado de Megaprit S.A, esta compañía presenta problemas en la Control Interno del Departamento de Ventas- Logística. Debido a esto, se realizó una observación preliminar del área, en la cual se pudo determinar los problemas más significativos en sus procesos, los cuales detallamos a continuación:

En el área existe una sola persona, encargada de realizar proformas, genera la venta, establece descuentos, factura y cobra, en la cual se evidencia amplios porcentajes de descuentos para los clientes como por ejemplo: Un cliente nuevo es facturado con un 40% de descuento, que por lo general ese beneficio reciben los que tienen seis meses continuos de alquiler de equipos.

El departamento contrata personal eventual que desconoce la orientación de servicio de la empresa ya que, la compañía no posee personal de planta, lo cual evidencia una falta de interés y compromiso del personal de operativo como por ejemplo: Se realiza un montaje de un evento con 5 personas operativas de lo cual no asisten y dejan un hueco en la realización del mismo incumpliendo el servicio.

Se evidencia carencia de informes mensuales del área como: análisis de ventas, clientes, producto, entorno y proyección de ventas que otorgarían una visión distinta del camino de la empresa con relación a los competidores.

Se evidencia falta de conocimiento de los manuales de funciones en los vendedores por ejemplo: Los ocho vendedores solo ejecutan el proceso de captar los clientes y no realizan actividades de facturación y proformas provocando acumulación de trabajo para una sola persona.

Los vendedores no se encuentran capacitados, en la cual se evidencia desconocimiento del servicio post-venta y utilización de herramientas informáticas de acorde al área como por ejemplo: Un vendedor cierra una negociación por un valor de 13,000. 00, en el que comprende la instalación de 2 pantallas led, se realiza el montaje y el cumplimiento del servicio, pero el vendedor no llama a cerciorarse que el cliente haya quedado conforme con el desenvolvimiento del evento.

En el área de logística no se determina los horarios del personal, materiales a utilizar en montajes y desmontajes de los eventos, lo cual evidencia costos muy altos en la contratación del transporte con horarios no devengados de acuerdo a la duración del evento como por ejemplo: Un transporte de interno (Guayaquil) tiene un costo de 80,00 (ida y vuelta), por la desorganización contratan sin pactar un precio llegando hasta el punto de pagar 120,00 por un viaje sencillo.

En la bodega no se realiza inventarios trimestrales como indica el manual de

procedimientos del área, por falta de personal fijo para esa área, lo cual se evidencia equipos dañados, mantenimientos sin realizar como por ejemplo. Ultimo inventario registrado es en agosto, debido a que se han realizado un sin número de eventos y no existe un control continuo.

Esta problemática tanto individual como conjunta no permite que se logre obtener un proceso continuo y veraz en esta área provocando falsas expectativas del negocio. Debido a esto, se hizo indispensable la presencia de una auditoria para la verificación del control interno de la empresa.

1.3.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.4.1 Problema General

- El Control Interno del departamento de Ventas-Logística de la compañía MEGAPRIT S.A, presenta un desorden en los procesos administrativos y técnicos, evidenciando un incumplimiento de las metas trazadas y objetivos por la organización.

1.3.4.2 Problemas Específicos

1. El control interno actual descarta los lineamientos básicos de dirección

organizacional del Departamento de Ventas - Logística de la Compañía.

2. No posee un plan de auditoría que rija y controle los procesos continuos que se realizan en el área.
3. El reporte que se emite actualmente en el departamento no es razonable para la toma de decisiones del directorio de la compañía

1.3.5 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.3.5.1 Objetivo General

- Analizar los procedimientos de controles internos del Área de Ventas-Logística por medio de la evaluación del control interno para determinar el cumplimiento de las políticas y fortalecer los puntos críticos de la organización.

1.3.5.2 Objetivos Específicos.

1. Levantar información de las funciones del departamento ventas y logística para tener una visión y orientación organizacional.
2. Desarrollar un programa de auditoría de control interno que determine la valoración actual que mantienen los procesos del departamento.
3. Emitir un informe que contenga las recomendaciones con mejoras sustanciales y prácticas.

CAPÍTULO II

2.1 MARCO REFERENCIAL

2.1.1 Auditoría

Jiménez (2009), dice que es un proceso de funciones básicas diferentes cada una de las otras, tales como la planificación, organización, dirección, ejecución y control. En el ámbito empresarial es una herramienta que permite enfrentar, los frecuentes retos encontrados en el mismo.

Se concluye que la auditoría es una herramienta que sirve como intermediaria para enfrentar las eventualidades o errores inherentes que pueden surgir en el control interno de cada departamento, dando en los resultados un informe con recomendaciones y conclusiones una visión gerencial para la toma correcta de decisiones.

2.1.1.1 Objetivo de la Auditoría

Jiménez (2009), contempla que consiste en apoyar a los miembros de la empresa en el desempeño de sus actividades. Para ellos la auditoría les proporciona análisis, evaluaciones, recomendaciones, asesoría e información concerniente a las actividades revisadas.

Según Jiménez (2009) nos determina que por medio de un análisis sobre los procedimientos, nos indica un análisis y resultados que garantizan una recomendación fiable para la gerencia

2.1.1.2 Funciones de la Auditoría

Verificar los diferentes procedimientos y sistemas de control interno establecidos por una empresa, con el fin de conocer si funcionan como se había previsto y al mismo tiempo ofrecer a la dirección posibles cambios o mejoras en los mismos.

El alcance de la auditoría interna debe abarcar el examen y evaluación de la adecuación y efectividad del sistema de control interno y la calidad de la ejecución en la realización de las responsabilidades asignadas de cada área con el fin de que se visualice un correcto y distribución de procesos.

2.1.1.3 Clasificación de la Auditoría.

2.1.1.3.1 Auditoría Externa

Se puede decir de la auditoría Externa crítico sistemático y detallado de un sistema de información de una entidad económica realizado por un contador Público sin vínculos laborales con la misma, utilizando técnicas determinada y con el objeto de emitir una opinión independiente sobre la forma como opera el sistema, el control interno existente y formular sugerencias para su mejoramiento.

2.1.1.3.2 Auditoría Interna

Se puede indicar que es un examen crítico, sistemático y detallado de un sistema de información de la unidad económica, realizado por un profesional con vínculos laborales con la misma, utilizando técnicas determinadas y con el objeto de emitir informes y formular sugerencias para el mejoramiento de la misma. Estos informes son de circulación interna y no tienen trascendencia a los terceros pues no se producen bajo ninguna figura de la fe Pública.

2.1.1.4 Técnicas de Auditoría.

Son los distintos métodos para obtener evidencia:

- Inspección (revisión de la coherencia y concordancia de los registros contables y examen de documentos y activos tangibles).
- Observación (contemplación y seguimiento de la ejecución de un proceso o procedimiento efectuados por otros).
- Preguntas (obtención de información apropiada de las personas de dentro y fuera de la empresa que tienen los conocimientos).
- Confirmaciones (corroboración, normalmente por escrito, de informaciones contenidas en los registros contables, así como la carta de manifestaciones de la dirección).
- Verificación de técnicas para la observación.

2.1.2 Control Interno

Estupiñan (2007) Señala que, es un grupo de políticas procedimiento, prácticas y estructuras organizacionales diseñadas para proporcionar razonable confianza en que los objetivos de los negocios serán alcanzados y que los eventos indeseados serán prevenidos o detectados y corregidos.

Landino (2009) Dice que, es un proceso integrado de procesos y no un conjunto de pesados mecanismos burocráticos añadidos a los mismos, efectuado por el Consejo de la administración, la dirección y el resto del personal de una entidad.

Mantilla Blanco (2009) Dice que el control interno se define ampliamente como un

proceso por la junta de directores, los administradores y otro personal de la entidad diseñado para proporcionar seguridad razonable mirando el logro de los objetivos.

Se concluye que el control interno es un grupo integrado de procesos que proporcionan confianza a la entidad de que los objetivos fijados se cumplirán y que cualquier error se pueda prevenir dando una continua fluidez en el servicio que ofrece la entidad. Para este análisis tomamos los tres estilos de estos autores ya que, su interpretación lleva a un mismo objetivo.

2.1.2.1 Objetivos del Control Interno

Mantilla Blanco (2009) Dice que, los objetivos pueden ser para la entidad, como un todo o específicos para las actividades dentro de la entidad. Para este estudio, los objetivos se ubican dentro de tres categorías:

- Operaciones, relacionadas con el uso del efectivo y eficiente de los recursos de la entidad.
- Información financiera, relacionada con la preparación de estados financieros públicos confiables.
- Cumplimiento, relacionado con el cumplimiento de la entidad con las leyes y regulaciones aplicables.

Se concluye que Mantilla (2009) nos determina que los objetivos del control interno evaluación y determinan si los procesos son óptimos ante las circunstancias departamentales que hacen que se distribuyan sin objetivos ni misión. Debido a eso, se implementan leyes, regulaciones que permiten que se ejecuten todos los procesos de forma eficiente.

2.1.2.3 Importancia del Control Interno

Estupiñan (2007) dice, que a partir de la publicación del informe COSO (Control Interno-Estructura Integrada) en septiembre de 1992 y en cuyo desarrollo participaron representantes de organizaciones profesionales de contadores, de ejecutivos de finanzas y de Auditoría Internos, ha sugerido en forma impresionante la atención hacia el mejoramiento del control interno y un mejor gobierno corporativo, lo, cual fue derivado de la presión pública para un mejor manejo de los recursos públicos o privados en cualquier tipo de organización, esto ante los numerosos escándalos, crisis financiera o fraudes, durante los últimos decenios.

Mantilla Blanco (2009), indica que, los controles internos se implantan para mantener la compañía en la dirección de sus objetivos de rentabilidad y en consecución de su misión, así como para minimizar las sorpresas en el camino.

Concluimos que la importancia del control interno basado en el estilo de Mantilla (2009) determina que es un sistema idóneo de eficiencia a corto y largo plazo un fiel cumplimiento de la misión, visión y ambientes económicos de una compañía.

2.1.3 Auditoría del Control Interno

Mantilla Blanco (2009) Dice es la valoración de los controles internos realizada por la administración y la obligación de esta de hacer una declaración explícita respecto de la misma.

2.1.3.1 Planeación

Mantilla Blanco (2009), dice que la auditoría comprende el desarrollo de una estrategia global con base al objetivo, alcance del trabajo y la forma en que se espera que responda la organización de la entidad que se proponga a examinar.

2.1.3.2 Papeles de Trabajo

Zamarrón (2009), dice que son el conjunto de cedulas y documentación fehaciente que contienen los datos e información obtenidos por el auditor en un examen , así como la descripción de las pruebas realizadas y los resultados de las mismas sobre los cuales sustenta la opinión que emite al suscribir su informe.

2.1.3.3 Archivo de papeles de trabajo

Todas las asociaciones de contadores publicos establecen un método propio para preparar diseñar, clasificar y organizar los papeles de trabajo, y el auditor principiante

adopta el método de su despacho. Los conceptos generales comunes a todos los papeles de trabajo son:

- **Archivos Permanentes**

Tienen como objetivo reunir los datos de naturaleza histórica o continua relativa a la presente auditoría. Estos archivos proporcionan una fuente conveniente de información sobre la auditoría que es de interés continuo de un año a otro.

- **Archivos Presentes**

Incluyen todos los documentos de trabajo aplicables al año que se está auditando. Los tipos de información que se incluye en el archivo presente son: programas de auditoría, información general, balanza de comprobación de trabajo, asientos de ajuste y reclasificación y cedulas de apoyo.

- **Cédulas**

Para realizar un trabajo de auditoría, ya sea como empleado del departamento de auditoría interna o como contador público, el auditor necesitara examinar los libros y los documentos que amparen las operaciones registradas y deberá, además conservar constancia de la extensión en que se practicó ese examen, formulado al efecto extractos de las actas de las asambleas de accionistas, del consejo de administración, de los

contratos celebrados.

Clasificación de las cédulas:

Se clasifican en dos tipos:

- Tradicionales
- Eventuales

Las tradicionales tenemos:

- ✓ **Cédulas sumarias.**- Son resúmenes o cuadros sinópticos de conceptos y. o cifras homogéneas de una cuenta, rubro, área u operación.
- ✓ **Cédulas analíticas.**- En ellas se coloca el detalle de los conceptos que conforman una cédula sumaria.

Las cédulas eventuales no obedecen a ningún tipo de patrón estándar de nomenclatura y los nombres son asignados a criterio del auditor y pueden ser cédulas de observaciones, programas de trabajo, cédulas de asientos de ajustes, cédulas de reclasificaciones, confirmaciones, cartas de salvaguarda, cédulas de recomendaciones, control de tiempos de la auditoría, asuntos pendientes, entre muchos más tipos de cédulas que pudieran presentarse.

Se expone que, las diferentes técnicas de recopilación e información nos indican que los resultados pasan por un filtro de evaluación de procesos que permiten tener un informe veraz con recomendaciones que precisen informes con soluciones viables.

2.1.3.4 Informe

Los informes de auditoría son el producto final del trabajo del auditor, este informe es utilizado para indicar las observaciones y recomendaciones a la gerencia, aquí también se expone la opinión sobre lo adecuado o lo inadecuado de los controles o procedimientos revisados durante la auditoria.

Se determina que, por medio de este documento se transmiten los resultados de la evaluación que se realizó de los departamentos que se estudia y analiza con el fin de plasmar una conclusión y recomendación de acuerdo a los principios y criterios contables.

2.1.4 COSO

Estupiñan (2007) Dice que el informe COSO, es un documento que contiene las principales directivas para la implantación y control de un sistema integrado de control, que evita riesgos teniendo en cuenta que el riesgo aparece en todas las actividades de un negocio.

Mantilla Blanco (2009) Dice, que es una organización voluntaria del sector privado dedicada a orientar, sobre una base global, a la administración ejecutiva y a las entidades de gobierno hacia el establecimiento de operaciones de negocio más efectivas, eficientes y éticas. Patrocina y difunde estructuras conceptuales y orientación con base en investigación en profundidad, análisis y mejores prácticas.

Estupiñan (2007) cita que el informe COSO es un documento que contiene directrices que controlan o verifican que sea una estructura sólida los lineamientos de la compañía y como resultado un canal de comunicación

2.1.4.1 COSO 1

Estructura de Control Interno

Mantilla Blanco (2009) Dice que, es un control interno propuesto por el modelo COSO.

Identifica cinco componentes interrelacionado.

- Ambiente de control interno
- Evaluación de riesgos
- Actividades de Control
- Información y Comunicación
- Monitoreo

Por lo que Mantilla (2009) expone sobre la estructura medular del COSO I, podemos concluir que este modelo tiene directrices específicas determinando cinco componentes básicos como: estructura, análisis de riesgo, lineamientos, canales de información eficaces y un continuo monitoreo de prevención y mejoramiento, que garantizara el cumplimiento de los objetivos y la satisfacción del cliente.

2.1.4.1.1 Ambiente de Control

Es el elemento que proporciona disciplina y estructura. El ambiente de control se determina en función de la integridad y competencia del personal de una organización; los valores éticos son un elemento esencial que afecta a otros componentes del control. El ambiente de control da el tono de una organización, influenciando la conciencia del control de sus empleados. Es el fundamento de todos los demás componentes del control interno, proporcionando disciplina y estructura. Los factores del ambiente de control incluyen la integridad, los valores éticos y la competencia de la gente de la entidad, la filosofía y el estilo de operación de la administración; la manera como la administración asigna autoridad y responsabiliza, y como organiza y desarrolla a su gente; y la atención y dirección proporcionada por la junta de directores.

Mantilla (2009) expone que el ambiente de control proporciona una estructura sólida basada en direcciones que contienen valores éticos y una filosofía de la administración. Esto significa que la dirección organizacional, tendrá un perfil de

autoridad que asigne responsabilidades a todos los colaboradores haciendo cumplir las metas implantadas por la misma, siendo estos regidos por un estilo operativo idóneo que determine el cumplimiento eficaz de los objetivos a corto y largo plazo acogándose a la visión empresarial.

2.1.4.1.2 Evaluación de Riesgos

Es la definición y análisis de los riesgos que se relacionan con el logro de los objetivos; la administración debe cuantificar su magnitud, proyectar su probabilidad y sus posibles consecuencias.

Cada entidad enfrenta una variedad de riesgos de fuentes externas e internas, los cuales deben valorarse. Una condición previa a la valoración de riesgos es el establecimiento de objetivos, enlazados en distintos niveles y consistentes internamente. La valoración de riesgos es la identificación y el análisis de los riesgos relevantes para la consecución de los objetivos, constituyendo una base para determinar cómo se deben administrar los riesgos. Dado que la economía, la industria, las regulaciones y las condiciones de operación continúan cambiando, se requieren mecanismos para identificar y tratar los riesgos especiales asociados con el cambio.

Tanto Mantilla (2009) como Estupiñán (2007) citan que una evaluación de riesgos son hechos o acontecimientos que cuya probabilidad que ocurran dentro de una

organización puede ser incierta pero no nula ya que, es una situación hipotética porque existen varios factores en donde se pueden generar por el dinamismo del negocio. El principal responsable de tomar acciones en contra de los riesgos es la alta gerencia y de ahí se propaga a los colaboradores de una organización. Es importante determinar que un sólido control interno evitara que riesgos simples se hagan un riesgo grave que comprometa todo una entidad.

Para esto una auditoría toma una parte de responsabilidad en la evaluación de riesgos ya que, supervisa el control interno y revela si los objetivos se cumplen o no identificándolos para buscar una solución viable que no afecte el desarrollo de la dirección en el cumplimiento de las metas empresariales. Debido a eso la auditoría es una gran herramienta que sirve de intermediación para obtener los resultados deseados para que se puedan corregir por medio de la toma de decisiones.

2.1.4.1.3 Actividades de Control

Son las políticas y procedimientos que ayudarán a garantizar que se lleve a cabo la administración. Ello contribuye a garantizar que las acciones necesarias sean tomadas para direccionar el riesgo y ejecución de los objetivos de la entidad.

Ayudan a asegurar que se tomen las acciones necesarias para orientar los riesgos hacia la consecución de los objetivos de la entidad. Las actividades de control se dan a todo largo de la organización, en todos los niveles y en todas las funciones. Incluyen un

rango de actividades diversas como aprobaciones, autorizaciones, verificaciones, conciliaciones, revisiones de desempeño operacional, seguridad de activos y segregación de funciones.

La política debe permitir el monitoreo a la exposición frente a límites, y la transmisión oportuna y correcta de las posiciones para los sistemas de administración de riesgos.

También debe permitir la evaluación de controles dentro de los sistemas de información gerenciales, incluyendo la evaluación de los recursos asignados al mantenimiento de la integridad del sistema de medición de riesgos.

Según Mantilla (2009) determina que, las actividades de control son las políticas, procedimientos, métodos que ayudan a que una organización no se vea afectada por los riesgos inminentes que puedan dañar una estructura sólida del control interno en una compañía. Así mismo también, permite que los objetivos sean cumplidos y los recursos que utilicen, puedan emplearse de manera eficaz a corto o largo plazo en el cumplimiento de las metas establecidas por la alta gerencia.

Dentro de las actividades pueden ser aprobaciones, autorización que sirvan como canal de filtro para prevenir cualquier riesgo que puedan presentarse en los procesos que realice un departamento o una organización.

2.1.4.1.4 Información y Comunicación.

La información pertinente debe de ser identificada, capturada, comunicada en forma y estructuras de tiempo que faciliten a la gente cumplir sus responsabilidades. Los sistemas de información producen información operacional financiera y suplementaria que hacen posibles controlar y manejar los negocios.

Debe de identificarse, capturarse y comunicarse información pertinente en una forma y en un tiempo que le permita a los empleados cumplir con sus responsabilidades. Los sistemas de información producen reportes, contienen información operacional, financiera y relacionada con el cumplimiento, que hace posible de operar y controlar el negocio. Tiene que ver no solamente con los datos generados internamente, sino también con la información sobre eventos, actividades y condiciones externas necesarias para la toma de decisiones, informes de los negocios y reportes externos. La comunicación efectiva también debe darse en un sentido amplio, fluyendo hacia abajo, a lo largo y hacia arriba de la organización. Todo el personal debe recibir un mensaje claro de parte de la alta gerencia de que las responsabilidades del control deben de tomarse seriamente. También necesitan comunicarse efectivamente con las partes externas, tales como clientes, proveedores, reguladores y accionistas.

Se centran en la naturaleza y la calidad de la información requerida para un control efectivo, los sistemas de empleados para desarrollar tal información y los reportes necesarios para comunicar de manera efectiva. Deben implantarse mecanismos

para obtener y comunicar información relevante que cubra las actividades.

Los directores y la administración deben de obtener información suficiente y oportuna para monitorear el logro de objetivos y estrategias para el uso de sus instrumentos.

Mantilla (2009) indica, que todos los sistemas de información sirven para facilitar el cumplimiento de los objetivos. Todo el personal que integre una organización debe de tener el mensaje claro de todos los procedimientos que se vayan a utilizar y que debe tener la seriedad correspondiente en la forma que las apliquen. También en este punto deben de tener una comunicación con los clientes, proveedores y entidades, de esta forma poder entender y cumplir todas las responsabilidades y todos los objetivos con la misma filosofía que los integrantes de la compañía. Lo importante de este punto es visualizarse que la información y comunicación es una herramienta que determina la integridad que tiene la entidad y la filosofía sólida que emplea cada uno de sus procesos y con qué canal de transmisión cumple todos los objetivos.

2.1.4.1.5 Monitoreo

Los controles internos deben de ser “monitoreados” constantemente para asegurarse de que el proceso se encuentra operando como se planeó y comprobar que son efectivos ante los cambios de las situaciones que les dieron origen.

Los sistemas de control interno deben monitorearse, proceso que valora la calidad del desempeño del sistema en el tiempo. Es realizado por medio de actividades de monitoreo, evaluaciones de separadas o combinación de las dos. El monitoreo ongoing ocurre en el curso de las operaciones. Incluye actividades regulares de administración y supervisión y otras acciones personales realizadas en el cumplimiento de sus obligaciones. El alcance y la frecuencia de las evaluaciones separadas dependerá primeramente de la valoración de riesgos y de la efectividad de los procedimientos de monitoreo ongoing. Las deficiencias del control interno deberán reportarse a lo largo de la organización, informando a la alta gerencia y a la junta solamente los asuntos serios.

La estructura organizacional debe incluir una función independiente de monitoreo, proporcionando a la administración principal claridad sobre los riesgos de las actividades, validando los resultados y valorando el cumplimiento, acorde con las políticas establecidas.

Mantilla (2009) cita que el último componente de la evaluación de control interno es el monitoreo ya que es un proceso que revisa continuamente como se está operando los lineamientos que se implementaron y si son efectivos para el cumplimiento de los objetivos. La organización debe de tener en cuenta que toda estructura de control interno debe ser supervisado ya que el éxito de tener resultados positivos es de cuan continuo es la revisión.

2.1.5 FODA

Correa (2009), dice que es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

Es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Dentro de las alternativas que nos da la toma de decisiones, la técnica de FODA nos otorga un análisis profundo de los departamentos a analizar ya que, con ellos podemos tomar una decisión y ejecutar estrategias adecuadas para alcanzar los objetivos de la organización y así mismo la satisfacción del cliente.

2.1.6 ¿Qué es vender?

Koenes (2007) Dice, Que es vender, Presentar y describir su mercancía y a reaccionar ante una decisión del cliente, es quien da inicio a todo el proceso de la venta

Prieto (2008) Nos indica, que todo gerente de ventas es un líder y como tal debe ser visionario y agente de cambio y en alguna forma es un profeta porque anuncia, propone y facilita nuevas formas de vidas en sus vendedores.

En los conceptos antes expuestos observamos que para el área de ventas es fundamental un gerente ya que es una guía para los encargados, ya que la venta es un punto estratégico para toda empresa siendo este la parte medular, llegando a las metas con un buen desempeño.

2.1.6.2 El Plan Estratégico de Ventas

Blanco (2012) Nos indica que, al plan estratégico como una guía de las reglas de juego a seguir durante todo el año fiscal que se elabora con la información contenida en el plan de negocios.

Es una herramienta interna de ventas, donde contiene toda la información inherente al departamento comercial de la organización, desde cómo se van a cumplir los objetivos tanto cuantitativo como cualitativos. Incluye las actividades de procesos y decisiones que abarca administrar las ventas de una empresa.

Según la teoría de Blanco (2012) nos indica que un plan estratégico de las ventas es indispensable ya que es una guía para el gerente de ventas, implementando unas

tácticas para el mejoramiento en las ventas del negocio.

Llegando a dar como resultado un elevado nivel dentro de las ventas y así poder obtener ganancias.

2.1.6.3 Formulación de Estrategias para la Auditoría de Ventas

Mora (2009) Dice, que de vez en cuando las compañías necesitan llevar a cabo una revisión de sus objetivos (llámese misión) y por ende como se cumplan estos a través de sus ventas y su participación de mercado. Las ventas constituyen un área en la que la rápida obsolescencia de los objetivos, políticas, estrategias y programas es una posibilidad constante. Cada campaña debe evaluar con regularidad su enfoque estratégico hacia el mercado. Se cuentan con dos herramientas:

- Revisión del índice de las ventas.
- Auditoría de ventas.

Se determina que en el área de ventas se aplica una revisión a los objetivos de la compañía para así no tener obsolescencias, logrando un mejor desempeño en ventas, estas reflejadas en las ganancias de la entidad, dando como un resultado positivo en el momento de una auditoria.

2.1.7 Logística

Arbones (2009) Determina que, la Logística: Planificación, organización y control del conjunto de las actividades de movimiento y almacenamiento que facilitan el flujo de materiales y productos desde la fuente al consumo, para satisfacer la demanda al menor coste, incluidos los flujos de información y control.

El sistema logístico de una empresa, en primera instancia, puede esquematizarse por una red, constituida por nodos y arcos (flechas), sirve para describir la estructura logística en el interior de la fábrica.

2.1.7.2 Objetivo de la Logística

Navascués (2008) indica, que el objetivo de la logística es el de responder a la demanda, obteniendo un óptimo nivel de servicio, al menor costo posible.

- Hacer prioritarias las necesidades del cliente
- Introducir para satisfacer las necesidades de un mercado cambiante.
- Reaccionar rápidamente ante los pedidos del cliente.
- Controlar las entradas y salidas de los productos.
- Verificar la rotación del personal.

Según Arbones (2009) y Navascués (2008) nos indican que el proceso logístico es una planificación y control de actividades, necesarias para llegar a satisfacer la demanda que exige el cliente, implementando un fácil flujo de materiales y productos a menor coste

2.1.7.3 Logística Como Factor Clave de Competitividad

García (2010) Describe que, la implementación del concepto de la logística a la gestión empresarial, se traduce en la generación de ventajas competitivas sostenibles y estructurales, da su enfoque en reducir costos, capital y lo que busca es mejorar el servicio.

La solución para lograr un adecuado nivel de competitividad esta en situar al cliente y sus necesidades en el punto central de atención de los sistemas productivos.

Según nos indica García (2010) que para lograr ventajas competitivas se deben enfocar en tratar de reducir los costos, dando ventaja a los clientes y logrando satisfacer las necesidades que demandan

2.1.7.4 El impacto de los costos logísticos en las organizaciones

García (2010) dice, que el cálculo de los costos logísticos implica mantener un control riguroso del comportamiento y rentabilidad de un producto en particular.

El gerente de logística no se debe quedar solo en análisis de los costos por proceso sino que también en las actividades y tratar de identificar y costear cada operación logística.

Se debe identificar los gastos innecesarios que se presenten por mala planeación o gestión interna, la cual son gastos no recuperables por lo consiguiente reducen las ventas y le compete al área de logística.

Como nos indica García (2010) en el cálculo del costo logístico hay controles en el comportamiento de la rentabilidad de un producto, la empresa como tal debe analizar los gastos que sean realmente adecuados y necesarios, llevando un análisis de costo en todas las actividades que se realiza dentro de la producción, evitando así a reducir las ventas y que esos gastos afecten en el área de logística.

2.1.8 Técnica de Recolección de Datos

2.1.8.1 La Observación

Niño Rojas (2011) sostiene que, la observación es uno de los ejercicios más inmediatos del ser humano, la cual le permite acercarse al mundo cotidiano y conocerlo, orientarse en él, evitar los peligros y solventar sus necesidades la cual es algo esencial para su vida.

Se dice que es un actor mental complejo. Implica mirar atentamente una cosa, una persona o ser vivo, un fenómeno o una actividad, percibir e identificar sus características, formas y cualidades, registrarlas mediante algún instrumento, organizarlas, analizarlas y sintetizarlas.

La observación científica es fundamentalmente sistemática, objetiva y posee los mecanismos de control que impiden caer en algunos errores propios de la subjetividad, de

la ambigüedad y de la confusión. Por demás, no existe una observación seca, fría, impersonal o mecánica. La observación, como la investigación misma, para que tenga éxito debe ser sobre objetos que sean del agrado del investigador.

La observación estructurada, tradicionalmente aplicada en la investigación cuantitativa de corte experimental, se basa en un plan previo riguroso que cubre un marco conceptual y unos criterios de observación.

La observación es la herramienta fundamental en la investigación etnográfica, muy usada en educación y, en general, en las ciencias sociales.

2.1.8.2 La Encuesta

Algunos autores la llaman cuestionario. Entendemos por encuesta la técnica que permite la recolección de datos que proporcionan los individuos de una población, o más comúnmente de una muestra de ella, para identificar sus opiniones, apreciaciones, puntos de vista, actitudes, intereses o experiencias, entre otros aspectos, mediante la aplicación de cuestionarios, técnicamente diseñados para tal fin.

Cuando una encuesta se aplica a la totalidad de la población se llama Censo. En cambio, cuando solo se aplica a una fracción o muestra, puede llamarse sondeo.

Algunas de las ventajas de la encuesta.

- ✓ Permite un acceso más generalizado a los miembros de una población.
- ✓ Se puede preguntar de una manera directa, poco personalizada, evitando en lo posible el "cara a cara, lo cual les da una mayor libertad a las personas encuestadas para responder.
- ✓ Asegura cierta objetividad en los datos recogidos, en la medida que la información es proporcionada por personas distintas al investigador. Una desventaja, sin embargo, es la complejidad, tanto para la exigencia técnica de las preguntas, como por las dificultades para su aplicación.

2.1.8.3. La Entrevista

Es una técnica, fundamentalmente de tipo oral, basada en preguntas y respuestas entre investigador y participantes, que permite recoger las opiniones y puntos de vista de dichos participantes o, eventualmente, según objetivos, intercambiar con ellos en algún campo.

La entrevista es empleada especialmente en investigaciones con enfoque cualitativo por educadores, sociólogos, psicólogos, psiquiatras, abogados, periodistas y, en fin, por investigadores y profesionales en el campo de las ciencias sociales. Sus propósitos son distintos, pero en general obtener o proporcionar alguna clase de información, pero también fluir en la conducta de otras personas, si es el caso.

Las ventajas de la entrevista son:

- ✓ Permite recoger información que de pronto un individuo no estaría en condiciones de proporcionar por otro medio.
- ✓ Por la entrevista "podemos penetrar en el mundo interno del ser humano y conocer sus sentimientos, su estado anímico, sus ideas, sus creencias y conocimientos"
- ✓ Ocasionalmente proporciona la comodidad para responder, pues a muchos les gusta más hablar que escribir, por ejemplo una encuesta.
- ✓ Le facilita al investigador asegurar la participación, aclarar o pedir aclaraciones, verificar las respuestas, ampliar, sondear y hasta animar al entrevistado.
- ✓ El entrevistador le es fácil detectar y valorar signos para verbales, como la mirada, el tono de la voz, las reacciones, las pausas etc. Lo ayudaría de pronto para comprender el sentido de las respuestas.
- ✓ Verificar los patrones de conducta.

De acuerdo a lo que explica Víctor Niño (2011) las técnicas de investigación son una de las grandes herramientas para realizar un anteproyecto, ya que por eso motivo nos acogemos a esta metodología de investigación. Con estos formatos desarrollaremos un canal de comunicación preciso con el personal del área, y con ellos la obtención de la información necesaria.

2.1.9 Actividades del Negocio

Megaprit S.A una empresa de capital privado que inicio sus actividades en el 2004, está especializada en el alquiler de equipos audiovisuales y Publicidad - Marketing, con una estructura operativa de equipos en el área de:

- Video.
- Sonido
- Iluminación
- Estructura.

De las cuales tenemos como:

2.1.9.1 Estructuras

GENERIC LIGHT DUTY TRUSS: TRUSS

Need (2010)Indica, que un truss luz Genérico es un diseño compacto que es ideal en situaciones en las que la altura del techo es limitada y para llevar cargas de iluminación simples y accesorios tales como cortinas y paisajes. Dos perfiles estándar están disponibles, 12 " W y 12 " 18 " hx w. La versión de ancho permite que 2 files de accesorios para colgar al lado del otro sin interferir unos con otros.

2.1.9.2 Pantallas Led

LED ESTUDIO (PANTALLA LED)

Chinese (2010) Dice, Led Estudio es programado y producido por la aplicación del Programa Equipo LED STUDIO, es un software de manejo poderoso, práctico, agradable y fácil de hacer y tocar los programas, el apoyo a una amplia gama de formatos, tales como documentos txt, imagen documento y video. Con este led se pueden programar pantallas de 6mm, 12mm.

2.1.9.3 Distribuidores.

KRAMER ELECTRONIC

Ltda, User Manual (2010) indica que el Kramer con estéreo des balanceado y audio digital. Escalas El Kramer cualquier compuesto s-Video (YC), vídeo por componentes (YUV), HDMI o señal de vídeo de gráficos por ordenador, así como JPG archivos, arriba o abajo para una gráfica seleccionable o resolución de salida HDTV. También proporciona una conmutación libre de saltos entre fuentes FTB tecnología de conmutación, el video funde a negro un entonces la nueva entrada funde desde negro para glitch - libre y suave de conmutación.

EDIROL V-8

Roland (2010) Dice que un V-8 puede utilizar el selector de entrada para elegir dos de las señales de vídeo que entran en las ocho tomas de entrada. Estas dos señales de vídeo se envían al bus A y el bus B de la sección mezclador de vídeo sección. Las señales de vídeo enviadas al bus A y el ár BUS B mezclado en la sección de videos. La señal mezclada a continuación, pasa a través del atenuador de salida y se envía desde la toma de salida.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Análisis: El que se hace generalmente de las partidas de un inventario para separarlas en los siguientes tres grupos de artículos:

- a) Representan el importe más alto constituido por la menor cantidad de artículos.
- b) Representa el costo más bajo y la menor cantidad de artículos.

(Cué Vega, 2012)

Auditoría: Control selectivo realizado por un grupo independiente del sistema a auditar, cuya finalidad es recabar información necesaria y suficiente para evaluar el funcionamiento y la operatividad de dicho sistema. U En un sentido más amplio, es un proceso sistematizado control, verificación y evaluación de los libros contables, registros

documentos y procedimientos operativos con el fin de comprobar la corrección de los registros y las operaciones pertinentes, verificar la documentación y su correspondencia con las operaciones y registros. (Greco, 2009)

Benchmarking: Este término se lo utiliza en el español de las finanzas y los negocios, y es una técnica de análisis con base en las referencias comparativas. La idea que está detrás de ella es la de sentarse en un escritorio a establecer las marcas más exigentes sobre lo que debe hacerse en una institución y encontrar los indicadores que permitan medir dichas marcas. Es un ejercicio cada vez más usado por las empresas preocupadas por la competitividad. Buscan las mejores compañías en lo que les interesa, las que hacen las mejores prácticas y, después de estudiarlas, las adaptan a sus necesidades. El benchmarking se puede realizar con empresas que hacen lo mismo que la que está investigando o con aquellas que se dedican otra cosa. (Cué Vega, 2012)

Control: Cualquier medida que tome la dirección, el Consejo y otras partes para gestionar los riesgos y aumentar la probabilidad de alcanzar los objetivos y metas establecidos. La dirección planifica, organiza y dirige la realización de las acciones suficientes para proporcionar una seguridad razonable de que se alcanzarán los objetivos y metas. (Estupiñan, 2007)

Consejo.- El termino Consejo se refiere al cuerpo de gobierno de una organización, tal como el consejo de administración, el consejo de supervisión, el responsable de un

organismo o cuerpo legislativo, el comité o miembros de la dirección de una organización sin ánimo de lucros, o cualquier otro órgano de gobierno. (Mantilla Blanco, 2009)

COSO: Committee of Sponsoring Organizations (Comité de Organizaciones Patrocinadora) Control interno de estructura integrada. (Fowler Newton, 2011)

Fraude: Cualquier acto ilegal caracterizado por engaño, ocultación o violación de confianza. Estos actos no requieren la aplicación de amenaza de violencia o de fuerza física. Los fraudes son perpetrados por individuos y por organizaciones para obtener dinero, bienes o servicios, para evitar pagos y pérdidas de servicios, o para asegurarse ventajas personales o de negocio. (Estupiñan, 2007)

Gobierno: La combinación de procesos y estructuras implantados por el Consejo de Administración para informar, dirigir, gestionar y vigilar las actividades de la organización con el fin de lograr sus objetivos. (Estupiñan, 2007)

Objetivos de Trabajo.- Declaraciones generales establecidas por los auditores internos que definen los logros pretendidos por el trabajo. (Mantilla Blanco, 2009)

Plazo: Vencimiento del término u. Cada parte de una cantidad pagadera en dos o más veces. U Periodo. Es un lapso establecido por norma legal, judicial o convención entre

partes, en relación al cumplimiento de ciertos actos o hechos jurídicos. Por ejemplo plazo de prescripción de una acción. (Greco, 2009)

Recurso: Derecho del receptor de la transferencia de una cuenta por cobrar a accionar contra su transferido si ella no fuera pagada por su emisor o su aceptante. (Fowler Newton, 2011)

Rentabilidad: La rentabilidad es histórica y no representa ganancias futuras. Los rendimientos de la inversión y el valor del principal varían, y el inversionista puede obtener ganancias o pérdidas cuando sus acciones son vendidas. (Cué Vega, 2012)

2.3 MARCO LEGAL

2.3.1 Ley de Compañías de la Superintendencia de Compañías

Sección VI

DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA

1. CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS,
NOMBRE Y DOMICILIO

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente

por el monto de sus acciones.

Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no.

La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima", o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determina la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente. (Standars, 2009)

2.3.2 NIFF para PYMES

Sección 23

Ingresos Ordinarios

Prestación de servicios

23.14 Cuando el resultado de una transacción que involucre la prestación de servicios pueda ser estimado con fiabilidad, una entidad reconocerá los ingresos de actividades ordinarias asociados con la transacción, por referencia al grado de determinación de la transacción al final del periodo sobre el que se informa (a veces conocido como el método del porcentaje de terminación). El resultado de una transacción puede ser estimado con fiabilidad cuando se cumplan todas las condiciones siguientes:

- (a) El importe de los ingresos de actividades ordinarias pueda medirse con fiabilidad.
- (b) Es probable que la entidad obtenga los beneficios económicos derivados de la transacción.
- (c) El grado de terminación de la transacción, al final del periodo sobre el que se informa, pueda ser medido con fiabilidad.
- (d) Los costos incurridos en la transacción, y los costos para completarla, puedan medirse con fiabilidad.

23.15 Cuando los servicios se presten a través de un número indeterminado de actos a lo largo de un periodo especificado, una entidad reconocerá los ingresos de actividades ordinarias de forma lineal a lo largo del periodo especificado, a NIIF PARA LAS PYMES – JULIO 2009© IASCF 145 menos que haya evidencia de que otro método representa mejor el grado de terminación. Cuando un acto específico sea mucho más significativo que el resto, la entidad pospondrá el reconocimiento de los ingresos de actividades ordinarias hasta que el mismo se ejecute.

23.16 Cuando el resultado de la transacción que involucre la prestación de servicios no pueda estimarse de forma fiable, una entidad reconocerá los ingresos de actividades ordinarias solo en la medida de los gastos reconocidos que se considere recuperables.

CAPÍTULO III

3.1 FORMULACIÓN DEL PROYECTO

“Auditoría de Control Interno para el Departamento de Ventas –Logística de la Compañía MEGAPRIT S.A, de la ciudad de Guayaquil, del periodo 01 de enero al 31 de diciembre del 2013”.

3.2 FINALIDAD DEL PROYECTO

Determinar recomendaciones y soluciones mediante un informe, con el propósito de limitar hallazgos y fortalecer puntos críticos con el objetivo de que existan beneficiarios directos e indirectos.

3.2.1 Directos

Los beneficiarios directos son a la empresa Megaprit S.A (aproximadamente 12

personas la integran), entre ellos socios, gerencia y colaboradores del área, puesto que tendrán un control interno con mayor fluidez y organización mediante efectivos procesos, funciones, orientaciones que dará como resultado una dirección correcta del negocio obteniendo una optimización de recursos.

3.2.2 Indirectos

Entre los que se beneficiaran:

- Veinticinco clientes ya que, con el estudio se determinará mejoras para tener un control interno firme ante un mercado competitivo.
- Seis proveedores se manejarán bajo procesos definidos de contratación optimizando recursos de ambas partes.
- Los catorce colaboradores del departamento de Ventas -Logística se capacitaran y cumplirán funciones determinadas.
- Posibles socios que deseen invertir en la empresa

3.3 PROPÓSITO DEL PROYECTO

3.1 Objetivo General

- Evaluar el control interno de los procesos del Departamento de Ventas –Logística, con el propósito de ayudar a la Administración al mejor y eficaz desempeño de sus actividades.

3.2 Objetivos específicos

Ambiente de Control

- Proporcionar una seguridad razonable sobre el cumplimiento de la filosofía de la administración.

Evaluación de Riesgos

- Identificar y analizar los riesgos relevantes que tienen los departamentos que evitan el alcance de los objetivos.

Actividades de Control

- Verificar si las políticas y procedimientos que emplean los departamentos ayudan a mitigar los riesgos.

Información y Comunicación

- Garantizar que el nivel de información y comunicación fluye hacia abajo, a lo largo y hacia arriba del departamento.

Monitoreo

- Proporcionar mediante el informe de auditoría del control interno realizado recomendaciones sobre el monitoreo de los procesos de cada departamento.

3.4 ACTIVIDADES DEL PROYECTO

La planeación garantizará un mínimo de calidad en su trabajo, al mismo tiempo que dará a conocer anticipadamente, el manejo de la compañía objeto del examen, sus políticas generales, su sistema de control interno, sus instalaciones y su personal responsable

Además, con este punto se ahorrara tiempo y dinero, pues el auditor y su equipo de trabajo harán el trabajo sin rodeos, pues de antemano tienen prefijadas las metas que deberán alcanzar en los dos departamentos a evaluar.

Dentro de las actividades a realizar tenemos las siguientes:

1.- Planeación Preliminar.

1.1-Programas de Auditoria sobre el negocio.

1.2- Células Narrativas.

2.-Planeacion Específica.

2.1- Programas de Auditoria.

2.2-Celulas Narrativas.

2.3- Entrevistas.

3.- Ejecución del trabajo.

3.1-Cuestionarios.

3.2.-Verificaciones físicas.

3.3- Análisis y cálculos.

3.4 Hojas de hallazgos.

4.- Comunicación de Resultados

4.1- Informe

3.4.1 Planeación Preliminar

3.4.1.1 Programas de Auditoría

PROCESO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE

LA EMPRESA MEGAPRIT S.A

Auditoras: Noralma Miranda y Evelyn Toledo

Período de análisis : 01 de Enero al 31 de Diciembre del

año 2013

<ul style="list-style-type: none">  Obtener información preliminar de la empresa auditada  Conocer en forma preliminar las instalaciones y los procesos utilizados  Elaborar la planificación del auditoria 				
N o .	PROCEDIMIENTOS	E L A B O R A D O	REF	OBSER VACIÓ N ES
1	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realice una visita preliminar y conozca las instalaciones 		A1	
	y cómo funcionan sus procesos.		A2	
2	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entrevístese con los jefes de áreas a ser auditadas y 		A3	
		N E		

3	<p>obtenga la siguientes información:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Antecedentes ✓ Base Legal ✓ Constitución 	N E	A4	A5
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Organigramas de la empresa y áreas auditada 		N E	
	<p>Elabora la planificación de la auditoria que deberá</p> <p>contener:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Motivo ✓ Objetivos del examen ✓ Alcance ✓ Objetivos del área ✓ Estructura de la empresa ✓ Técnicas y procedimientos a aplicarse en el transcurso del examen ✓ Distribución del trabajo y tiempo estimado ✓ Requerimiento de personal y materiales de trabajo ✓ Cronograma de actividades 	N E		
		Elab por:	Fecha:	
		Súper por:	Fecha:	

3.4.1.2 Células Narrativas

A 1

CÉDULA NARRATIVA

PROGRAMA DE AUDITORÍA

PROCESO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA MEGAPRIT S.A

Auditoras: Noralma Miranda- Evelyn Toledo

Período de análisis: 01 de Enero al 31 de Diciembre del año 2013

CÉDULA NARRATIVA

En la visita en inspección a la empresa MEGAPRIT S.A se confirma que es una compañía que ofrece servicios a muchas entidades por tal motivo es una fuente de trabajo para muchos ecuatorianos.

La empresa posee equipos de alta tecnología de la cual satisface las necesidades que los clientes demandan.

MEGAPRIT S.A es una entidad única, no posee sucursales, la empresa está ubicada en un lugar muy estratégico en toda la ciudad de Guayaquil.

MEGAPRIT S.A tiene una variedad de servicios de alquiler de equipos audiovisuales como sonidos, pantallas led, iluminación y estructura los mismos que están al alcance del cliente satisfaciendo las demandas que estas incurren, dando calidad de la misma al aplicar tecnología de punta en los diferentes eventos que realizan, siendo esta pionera en el mercado.

Elab Por:

Fecha:

Superv. Por:

Fecha:

CÉDULA NARRATIVA

PROGRAMA DE AUDITORÍA

PROCESO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA MEGAPRIT S.A

Auditoras: Noralma Miranda- Evelyn Toledo

Período de análisis: 01 de Enero al 31 de Diciembre del año 2013

CÉDULA NARRATIVA**CONOCIMIENTO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS-LOGÍSTICA**

En la visita realizada a la compañía en cuestión se verificó que las ventas que realizan, las ejecuta dos personas , la misma que procede en los siguientes procesos: Atiende llamadas de clientes, cotiza los servicios, envía proformas, actualiza la página web y redes sociales , realiza informes de ventas mensuales, factura las ventas, determina los descuentos, cierra las negociaciones, realiza reunión de pre-producción, cotiza el transporte, elige al personal, fija horarios de instalaciones, arma lista de equipos que van a ser llevados a los eventos, mientras los otros vendedores realizan constantes visitas a clientes.

En el departamento de logística no se determina el horario del personal, materiales a utilizar en montajes y desmontajes de los eventos, lo cual evidencia costos muy altos en la contratación del transporte.

Elab Por:

Fecha:

Superv. Por:

Fecha:

CÉDULA NARRATIVA

PROGRAMA DE AUDITORÍA

PROCESO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA MEGAPRIT S.A

Auditoras: Noralma Miranda-Evelyn Toledo

Período de análisis: 01 de Enero al 31 de Diciembre del año 2013

CÉDULA NARRATIVA**ENTREVISTA CON EL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS**

En la entrevista realizada al personal de ventas de la compañía MEGAPRIT S.A, se estableció que el área de ventas es una parte primordial para la compañía, ya que son las que dan rentabilidad a la misma.

Dentro del proceso de ventas se puede observar que no hay un debido análisis en los clientes, ya que la persona que realiza descuentos no considera el historial del cliente basado a su continuidad en la empresa

También podemos determinar que el personal no conoce el manual de funciones y los objetivos organizacionales.

Dentro del departamento de ventas necesita al personal en constante capacitación para que de tal manera la fuerza de sus ventas sea competitiva.

Elab. Por:

Fecha:

Superv. Por:

Fecha:

CÉDULA NARRATIVA**PROGRAMA DE AUDITORÍA****PROCESO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA MEGAPRIT S.A****Auditoras: Noralma Miranda-Evelyn Toledo****Período de análisis: 01 de Enero al 31 de Diciembre del año 2013****CÉDULA NARRATIVA****ENTREVISTA CON EL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA**

En la entrevista con el personal del departamento de ventas de la compañía MEGAPRIT S.A, se puede constatar que la misma persona soporta el área de logística con actividades (ventas, servicio al cliente, etc.) En el departamento de ventas.

Durante la entrevista nos indicaba que el transporte que la compañía solicita, es mayor en costos a la que es pactado recurrentemente en viajes sencillos esto se debe a la desorganización que existe dentro del departamento.

Esta problemática tanto individual como conjunta no permite que se logre obtener un proceso continuo y veraz en esta área provocando falsas expectativas del negocio.

Elab Por:
Fecha:
Superv. Por:
Fecha:

CÉDULA NARRATIVA

PROGRAMA DE AUDITORÍA

PROCESO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA MEGAPRIT S.A

Auditoras: Noralma Miranda-Evelyn Toledo

Período de análisis: 01 de Enero al 31 de Diciembre del año 2013

CÉDULA NARRATIVA**CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

La empresa **MEGAPRIT S.A** es una compañía de capital privado que inició sus actividades en el 2004, ofreciendo servicio especializado en el alquiler y operación técnica de equipos audiovisuales para eventos corporativos, ferias, desfiles, activaciones, campañas políticas, congresos, conciertos, tv. Shows.

Legalmente inscrita en el Registro Único de Contribuyentes el dieciocho de febrero del dos mil cuatro, se encuentra inscrita en el registro mercantil. Se rige por la Ley de Compañías y demás leyes.

El domicilio principal de la Compañía MEGAPRIT S.A es la ciudad de Guayaquil, ciudadela Alborada, quinta etapa, avenida Adolfo Baquerizo Nazúr, edificio Córdova, Piso dos, oficina cinco.

Elab Por:
Fecha:
Superv. Por:
Fecha:

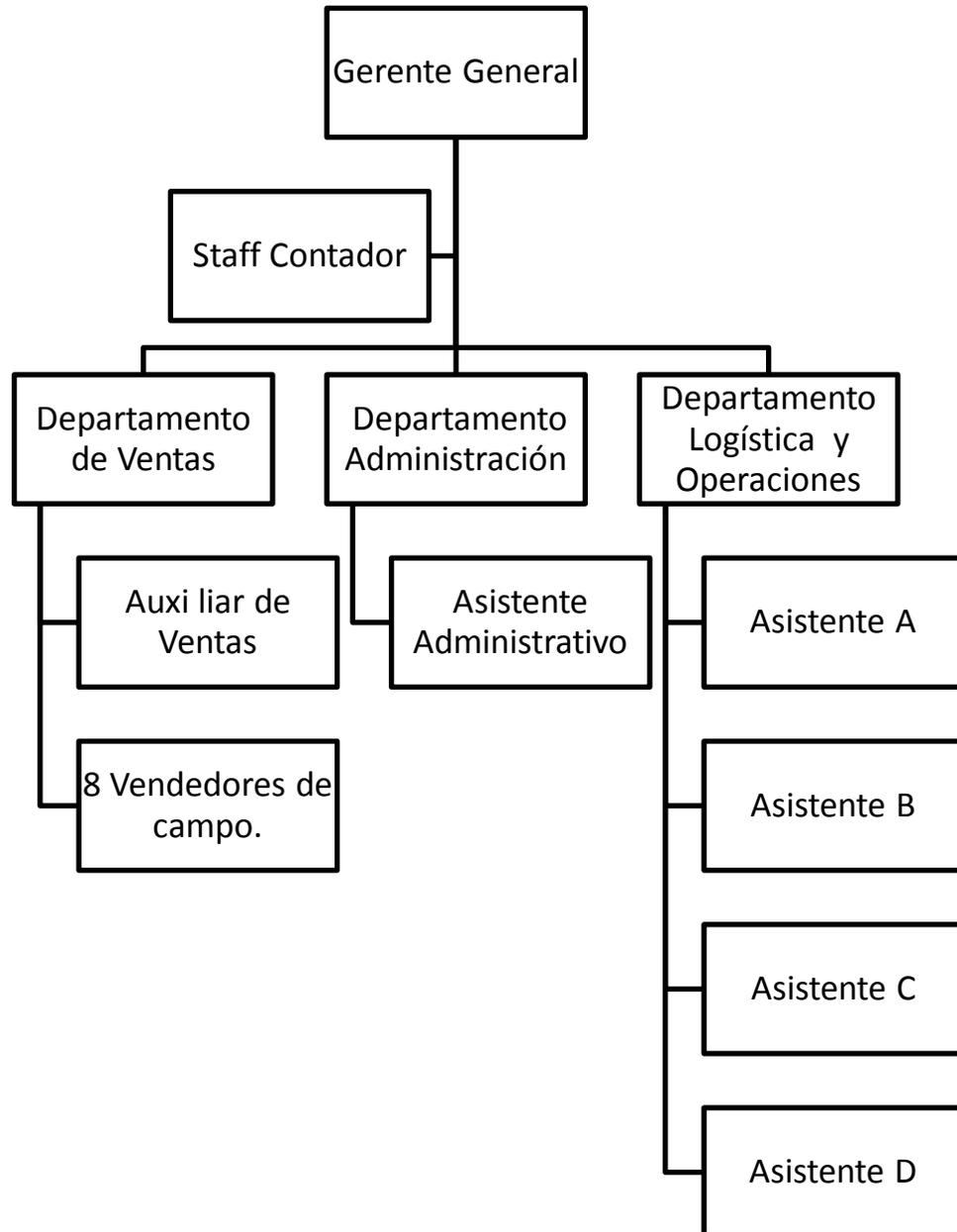
ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Gráfico N° 5.- Organigrama Institucional

Elaborado por: Autoras

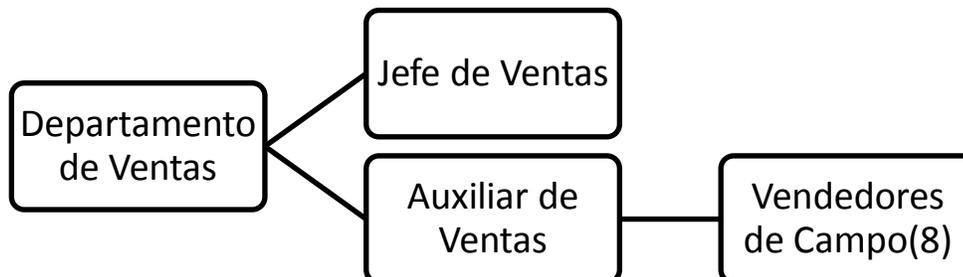
ORGANIGRAMA DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS

Gráfico N° 8.- Organigrama de Departamento de Ventas.

Elaborado por: Autoras

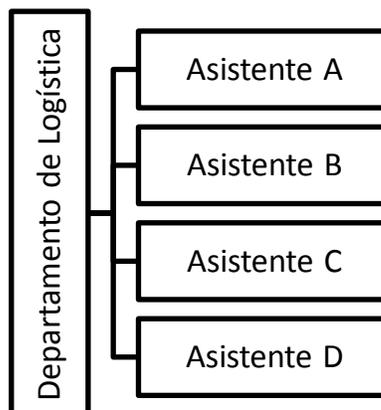
DEL DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA

Gráfico N° 9 Organigrama del Departamento de Logística

Elaborador por: Autoras



**AUDITORÍA DE CONTROL INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE
VENTAS- LOGÍSTICA DE LA COMPAÑÍA MEGAPRIT S.A**

PLANIFICACIÓN DE LA AUDITORÍA

**AUDITORÍA DE CONTROL INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS-
LOGÍSTICA DE LA COMPAÑÍA MEGAPRIT S.A**

PLANIFICACIÓN DE LA AUDITORÍA

MOTIVO DEL EXAMEN

La auditoría de control interno efectuado al Departamento de Ventas-Logística de la compañía MEGAPRIT S.A de la ciudad de Guayaquil, se realizará con la finalidad de determinar la eficacia y eficiencia de los procesos dentro del periodo del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2013.

OBJETIVOS

- Determinar la eficiencia y eficacia de los procedimientos de ventas-logística de MEGAPRIT S.A.
- Verificar los procedimientos de control interno establecidos para el área de ventas-

logística.

- Emitir conclusiones y recomendaciones relacionadas a la administración del control, ejecución y coordinación con el propósito del departamento.

ALCANCE

La auditoría de control interno dentro del departamento ventas-logística comprende la evaluación de los procedimientos efectuados para el control eficiente de los procesos del departamento, en conjunto con la medición de objetivos y metas planteadas, correspondientes al periodo del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2013.

BASE LEGAL

MEGAPRIT S.A es una compañía anónima que se constituyó en el año 2004 en la ciudad de Guayaquil de la provincia del Guayas. Legalmente se encuentra inscrita en el Registro Mercantil, y en el Registro Único de Contribuyente.

El domicilio principal de MEGAPRIT S.A es en la ciudad de Guayaquil, ciudadela Alborada quinta etapa, avenida Adolfo Baquerizo Nazur, Edificio Córdova, piso dos, oficina cinco. El capital social de la compañía es de ochocientos dólares americanos (\$800.00).

La inscripción del Registro Único Contribuyente se efectuó el dieciocho de febrero del

dos mil cuatro, siendo la razón social MEGAPRIT S.A cuyo número de RUC es 0992337733001, ya que en conversación con el Gerente General de la compañía nos concedió utilizar la información para poder realizar la auditoría pero con la confidencialidad correspondiente.

La empresa está sólidamente constituida y a su vez está conformada íntegramente por capitales nacionales, la compañía tiene alrededor de 20 empleados que están a cargo del desarrollo de la misma.

La base legal que servirá para el desarrollo del siguiente examen es:

- Ley de Compañías
- Manual de Ventas
- Manual de Logística
- Manual de Calidad del Servicio al Cliente

DEPARTAMENTO VENTAS-LOGÍSTICA

VENTAS

El sistema de ventas de Megaprit S.A tiene como función principal la satisfacción del

cliente y la permanencia de nuestro servicio en el mercado cubriendo las necesidades y requerimientos de los clientes.

Objetivos

- Realizar las ventas con un debido control, bajo parámetros de reglamentos para así poder llegar a los cumplimientos de los objetivos.
- Superar porcentajes de ventas de años anteriores.
- Asesorar al cliente sobre el servicio que tiene la compañía.

Manual de Procedimientos del Departamento de Ventas

Alcance

Son pasos en los cuales participa actividades que se realizan dentro del flujo de actividades desde los vendedores hasta el personal de logística.

Marco Legal

- Código de trabajo del Ecuador.
- Normas Internacionales de Auditoría.
- Normas Internacionales de Información Financiera.

Contenido:**Jefe de Ventas:**

1. Verificar el compromiso adquiridos con los clientes en relación a los pedidos y el servicio ofrecido.
2. Analizar cada uno de los datos de los clientes.
3. Solicitar a los clientes nombre, domicilio y persona de contacto.
4. Constar que el cliente este activo en el sistema comercial.
5. Archivar en la base de datos.
6. Realizar proformas de servicios.
7. Supervisar los eventos.
8. Informar al cliente de plazos, formas de pago y descuentos.
9. Enviar reportes de ventas al departamento de contable.
10. Autorizar por escrito las ordenar de salida de equipos.
11. Alimentar página web y redes sociales de la organización.
12. Revisar y poner visto bueno en las proformas para el ingreso de la factura al sistema.
13. Capacitación constante.
14. Revisar informes de ventas(análisis de clientes-producto, historial de ventas, presupuestos de ventas)

Auxiliar de Ventas

1. Saludar amablemente, mostrarle respeto y hacer sentir importante al cliente.

2. Prestar atención de las especificaciones que le pidan los clientes.
3. Plasmar en la agenda lo que ha vendido diariamente para el control diario, para luego entregar el informe al superior.
4. Dar a conocer las promociones que puedan interesar al comprador y los obsequios que la compañía le pueda regalar.
5. Conocer el producto y sus beneficios.
6. Tomar cursos sobre los productos, leer manuales o libros de ventas.
7. Realizar proformas a los clientes.
8. Ingresar facturas en el sistema.

Estrategias de Ventas

La estrategia de la empresa para poder posicionarnos sólidamente en el mercado ante nuestros clientes son:

- La calidad del servicio.
- Descuentos especiales.
- Crédito
- Atención personalizada.

Descuentos que se realizan

Nivel 1: 45%

Nivel 3: 25%

Nivel 2: 30%

Nivel 4: 10%

MEGAPRIT S.A		VENTAS POR CLIENTE - AÑO 2013	
		%	
RC PRODUCCIONES	22,53%	45%	
KALEIDOS	10,33%	30%	
M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL	10,02%		
RELAD/ CANAL UNO	7,34%		
SATRE	6,34%		
PUBLISOPORTE	5,31%		
LUIS GUERRERO	5,05%		25%
PUBLIMAGIC	3,69%		
MARKETING CHANNEL	3,39%		
PAMELA ZEVALLOS	3,15%		
DIGITALIGHT	2,95%		
KBANA	2,74%		
VENETIANCORP	2,54%		
ECOSONIDO	2,36%		
JUAN CLAUDIO BURNEO	2,23%		
JAVIER FRANCISCO ORTEGA GUILLEN	1,88%		
ALFONSO PROAÑO SANCHEZ	1,75%		
JOSE ANDRES GOMEZ	1,59%	10%	
PUBLIEVENTOS CIA. LTDA.	1,38%		
CIA. GRAL. DE COMERCIO Y MANDATO	1,06%		
NIU	0,86%		
GALO BAQUERIZO	0,37%		
CENTRO DE FORMACION SCHOENSTATT	0,32%		
KM. ILUMINACION	0,18%		
NATAN FLORES	0,14%		
INDUSTRIA ECUATORIANA METALMECANICA INEM C.A.	0,14%		
MARJORIE ROSADO VERA	0,09%		
MIGUEL AYALA	0,09%		
KRISTAL LOGIST	0,08%		
OFTALVISION	0,06%		
BARANDUMAR	0,04%		
TOTALES	100,00%		

Tabla N° 1 Ventas por clientes 2013

Elaborado por: Autoras

El personal humano que trabaja en esta área de venta es:

- Jefe de Ventas
- Auxiliar de Ventas

La compañía cuenta con un personal profesional que permite que las estrategias en competitividad permitan tener una tecnología de punta y seguir posicionados dentro del mercado.

A continuación se detallan los un gráfico con los equipos y su participación en el mercado:

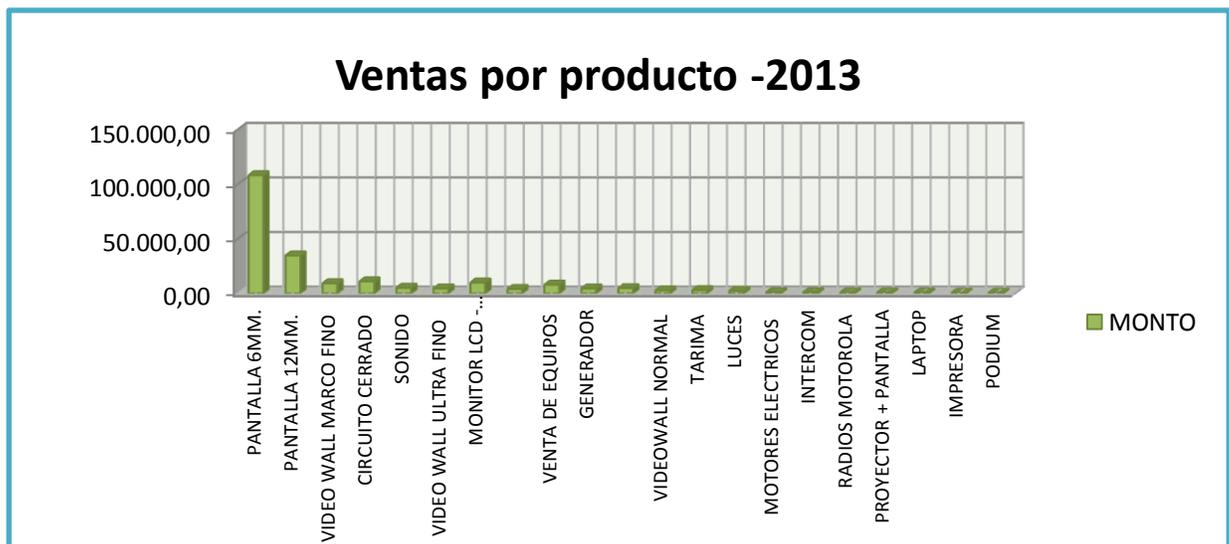


Tabla N° 2 Ventas por producto 2013 Elaborado por: Autoras

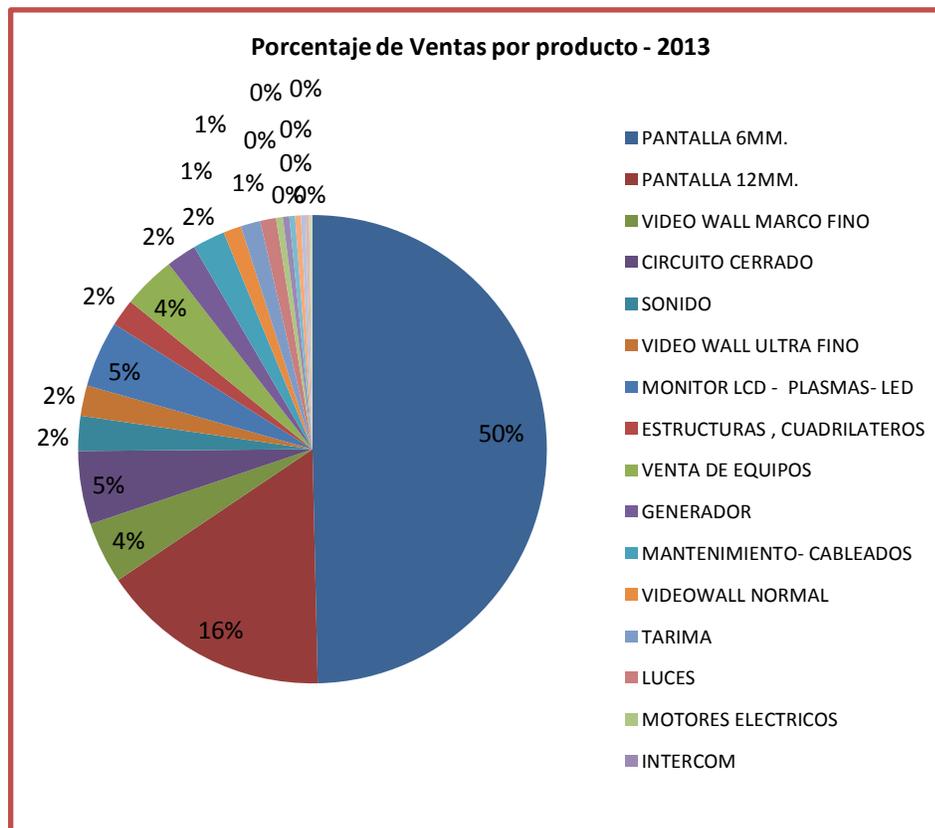


Tabla N° 3 Porcentaje por producto 2013 **Elaborado por:** Autoras

LOGÍSTICA

El sistema de logística que posee la compañía Megaprit S.A, es un proceso amplio y capaz de llevar los productos que se alquilan en un lugar adecuado o un punto preciso con un costo ideal de ahorro a la compañía cumpliendo con las expectativas de la organización. Esta área está comprendida por tres pilares importantes que ayudan a que los procesos del servicio en la entrega al final sea óptimo. En este departamento se divide en:

- Bodega

- Transporte
- Pre-Producción

Bodega.- En esta área se encuentran los equipos que se utilizan para brindar los servicios de eventos.

Transporte.- En esta sección se maneja por plantillas históricas en las cuales se determinan los valores para la contratación de los camiones para el correspondiente traslado de los equipos.

Pre. Producción.-En este punto se realizan reuniones para establecer el campo operativo del evento desde los equipos a utilizar hasta el montaje en el lugar asignado.

Manual de Procedimientos del Departamento de Logística

Alcance

Son pasos en los cuales participa actividades que se realizan dentro del flujo de actividades como compra de equipos desde la gerencia general hasta la bodega.

Marco Legal

- Código de trabajo del Ecuador.

- Normas Internacionales de Auditoria.
- Normas Internacionales de Información Financiera.

Contenido:

Supervisor de Operaciones

1. Conseguir el orden y el aseo constante en el inicio de la jornada de trabajo para un mejor ambiente en la ejecución de las labores.
2. Determinar estrategias para optimizar recursos en los eventos.
3. Lista de suministro de adquisiciones nuevas.
4. Inventario físico de bodega trimestral.
5. Control de rotación de equipos en bodega.
6. Control de entradas y salidas de equipos.
7. Revisión de guías de remisión realizadas.
8. Velar por la seguridad de los equipos.
9. Realizar el informe de actividades diarias para los vendedores.
10. Estar atentos e informar sobre actos inseguros dentro de la empresa con el fin de prevenir inconvenientes, teniendo en cuenta las normas de seguridad en cada evento.
11. Contratar eventuales para el montaje y desmontaje de eventos.
12. Supervisar mantenimientos de equipos.
13. Seguridad Industrial.

Auxiliar Logístico

1. Establecer valores de pago de los eventuales.
2. Organiza y desarrolla actividades que generen Órdenes de Compra.
3. Clasificar el tipo de servicio y emitir mensualmente un informe sobre eventos realizados.
4. Planificación de horarios de personal y entrega de equipos a los puntos.
5. Hacer reuniones con el personal a cargo.
6. Tener un estricto control de inventario y supervisión de equipos en la bodega, anotando cada detalle de entrada y salida de mercadería.
7. Mantenimiento de equipos.
8. Inventario físico de bodega trimestral.
9. Codificación de equipos de inventario.
10. Informar daños de equipos.
11. Revisión constante de las guías de remisión.
12. Toma de fotos de eventos para respaldo de ventas.
13. Cargar y descargar camiones.
14. Debe de utilizar los vehículos de transporte adecuados para cargar los equipos, de un lugar a otro tomando como punto específico que no se maltraten o dañen.
15. Seguridad Industrial.

Todo evento cuenta con tres tipos de reuniones antes de la ejecución del evento, detallados a continuación:

- Reunión con el cliente para ver sus perspectivas del evento.
- Reunión en el lugar a efectuarse el evento.
- Pre - producción donde se organiza la logística que tendrá el servicio a ofrecer.

El personal que integra en los montajes en la compañía son fijos y eventuales (los cuales poseen contrato eventual y solo se cuenta con la cantidad según el evento a ejecutar).

La compañía Megaprit S.A subcontrata camiones para el traslado de los equipos a los puntos de eventos solicitados por los clientes. Megaprit S.A consta con un proveedor de transporte que tiene una gama de camiones de diferentes toneladas para trasladar los equipos dentro o fuera de la ciudad. Por ejemplo:

PLANTILLA TARIFARIA BÁSICA DE FLETES DE CAMIÓN					
TRANSPORTISTA DANIEL SACON –RICHARD BERNITA					
SIERRA		COSTA		ORIENTE	
Quito	650,00	Esmeraldas	800,00	Tena	700,00
Riobamba	500,00	Manabí	450,00	Coca	750,00
Ambato	500,00	Portoviejo	450,00	Puyo	700,00
Cuenca	500,00	Babahoyo	250,00	Macas	750,00
Azoguez	450,00	Baba	300,00	Zamora	800,00
Loja	600,00	Machala	400,00		
Guaranda	600,00	El Oro	450,00		
		Internos	40,00		

Tabla N° 4 Plantilla de Tarifa de Fletes de Camión.

Elaborado por: Autora

3.4.2.2 Distribución del Trabajo y tiempo.

El personal adecuado para la ejecución del examen al Departamento Ventas-Logística de la compañía MEGAPRIT S.A es la siguiente:

Equipo de Trabajo	
Auditor Jefe de Equipo	1
Auditor Operativo	1
Auditor Financiero	1
Encargado de la Empresa a Auditar	1
Total	4

Tabla N° 5 Plantilla de trabajo

Elaborado por: Autoras.

El tiempo para cumplir con la Auditoria de Control Interno al Departamento de Ventas-Logística se ha estimado en 40 días laborables distribuidos en:

Fases de la Auditoría	
Planeación Preliminar	1
Planeación Específica	1
Ejecución del Trabajo	1
Comunicación de Resultados	1
Total	4
Seguimiento será ejecutado por el personal de control de la empresa.	

Tabla N° 6 Fases de auditoría.

Elaborado por: Autoras

3.5 PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Presupuesto de Proyecto			
Nº	Actividades	Recurso	Monto
1	Planeación Preliminar	Transporte, Suministro de materiales , Computadora	2.300,00
2	Planeación Especifica	Transporte, Pen drive, impresiones, telefonía celular.	1.127,00
3	Ejecución del trabajo	Conexión de red inalámbrica, sumadora eléctrica, suministro de materiales, computadora, transporte, impresiones.	1.577,00
4	Comunicación Resultas	Transporte, impresiones, conexión de red inalámbrica, teléfono celular	1.350,00
5	Informe	Transporte, conexión de red inalámbrica, teléfono celular, fax, impresiones.	923,00
TOTAL			7.277,00

Tabla N°7.- Presupuesto del proyecto.

Elaborado por: Autoras.

3.5.1 Recurso Financiero

Con el objetivo de realizar el cumplimiento de la auditoría de control interno al departamento de ventas-logística de la Compañía MEGAPRIT S.A, se ha visualizado las inversiones económicas de **\$7,277.00**, necesarias hasta la culminación de la auditoría.

Es

importante identificar que los costos los asumen las auditoras Noralma Miranda Palacios y Evelyn Toledo Vargas, estos costos permitirá cubrir los gastos que implique la movilización, combustible y demás acontecimientos que susciten en el transcurso de la auditoría, y que se detallen dentro del contrato establecido entre las auditoras ya antes mencionadas.

3.5.2 Metodología del Trabajo

1. Las auditoras, coordinarán acciones y elaborarán programas de trabajo para la realización de la auditoría del departamento de ventas-logística.
2. La auditora se encargará de la realización de las entrevistas al departamento auditado, y del levantamiento de la información para el examen de curso.
3. El auditor operativo determinará el riesgo inherente como resultado de las entrevistas e información recopilada.
4. El auditor operativo, elaborará el cuestionario de control interno y ejecutará su aplicación, detallando de esta manera el riesgo existente.

5. Al constatar las deficiencias de control interno, ambas auditoras llevarán a efecto una constatación física en base a una muestra, de los procesos del departamento de ventas-logística.
6. Las auditoras determinarán en función de los hallazgos el riesgo de auditoría, accediendo de esta forma, recopilar la información que establezca el respaldo de lo que se ha detectado.
7. Elaboración de papeles de trabajo por parte del auditor con toda la información recopilada.
8. El auditor estudiará los papeles de trabajo y de la información obtenida, determinando la certeza de los hallazgos.
9. El auditor elaborará el informe de auditoría donde constata de forma clara y precisa los hallazgos.
10. El auditor comunicará los resultados obtenidos de la auditoría.

3.6 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

COMPAÑÍA MEGAPRIT S.A

01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

AUDITORAS:

NORALMA MIRANDA PALACIOS

EVELYN TOLEDO VARGAS.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ENERO	ENERO	FEBRERO	ABRIL		SEGUIMIENTO	
		MARZO 01-05	MARZO 06-11	MARZO 12-09	10-15			
PLANIFICACIÓN PRELIMINAR -Conocimiento de la entidad -Recopilación de normativa legal vigente de áreas auditadas. -Elaboración de la Planificación de Auditoría PLANIFICACIÓN ESPECÍFICA -Realizar programas de auditorías -Entrevistas jefe de ventas -Entrevistas jefe de logística -Análisis e información recopilada -Elaboración del cuestionario de control interno EJECUCIÓN DE TRABAJO -Aplicación del cuestionario de control interno al departamento de ventas -Aplicación del cuestionario de control interno al departamento de logística -Análisis de los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados -Determinación del riesgo de control, mediante cuestionario aplicado a cada área -Evaluación de objetivos departamentales en función de riesgos obtenidos -Cruce de información recopilada -Verificación en forma ocular los procedimientos de ventas y logística -Verificación física de documentos de respaldo de las ventas y logística -Preparación de hoja de hallazgos COMUNICACIÓN DE RESULTADOS -Elaboración de informe de resultados -Comunicación y presentación de informe SEGUIMIENTO	AUDITOR							
	AUDITOR							
	AUDITOR							
	AUDITOR							
	EMPRESA							

CAPITULO IV

4.1 EJECUCIÓN DE LA AUDITORÍA DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS

4.1.1 Programa de Área de Ventas

PROGRAMA DE AUDITORIA ÁREA DE VENTAS PROCESO DE VENTAS MEGAPRIT S.A

Auditoras: Noralma Miranda Palacios

Evelyn Toledo Vargas

Período de Análisis: 1ero de Enero al 31 de Diciembre del 2013

Objetivos

-  Evaluar el sistema de control interno que tiene la empresa en la actualidad
-  Establecer los puntos críticos en el departamento de ventas
-  Establecer recomendaciones y mejoras del control interno del departamento de ventas

No	PROCEDIMIENTOS	ELAB.	REF	OBSERVACIÓN
		POR	P/T	
	<p>PRUEBAS DE CUMPLIMIENTO</p>			
1.	Elabore un flujo grama de procesos de ventas.	NE	B1	
2.	Elaboración de análisis FODA (Fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas)	NE	B2	
3.	Evaluar el control interno utilizando el modelo COSO a través de cuestionarios y establecer el nivel de riesgo y confianza.	NE	B3 1/5-B3 5/5	
	<p>PRUEBAS SUSTANTIVAS</p>			
	Elegir una muestra significativa de ventas realizadas y establecer si se han cumplido con el porcentaje de ventas mensuales señaladas.		B4	
	Elegir una muestra representativa de clientes y realizar entrevistas con el		B5 ½,	

4.	<p>objetivo de establecer</p> <ul style="list-style-type: none"> -Atención al cliente -Oferta de servicios al cliente. -Cotizaciones realizadas a clientes. -Tiempo que invierten en montaje de tarimas, luces y demás equipos a implementar. -Porcentaje de descuentos establecidos a los clientes sean los adecuados. 	NE	<p>B5</p> <p>2/2</p> <p>B6,</p> <p>B7,</p> <p>B8,</p> <p>B9,</p> <p>B10,</p>	
5.	<p>establecidos a los clientes sean los adecuados.</p>	NE	B11	
6.	<p>Realice la medición de índices de gestión para el departamento de ventas.</p>	NE	B12	
7.	<p>Elaborar las hojas de hallazgos de las áreas críticas detectadas.</p>	NE	B27	

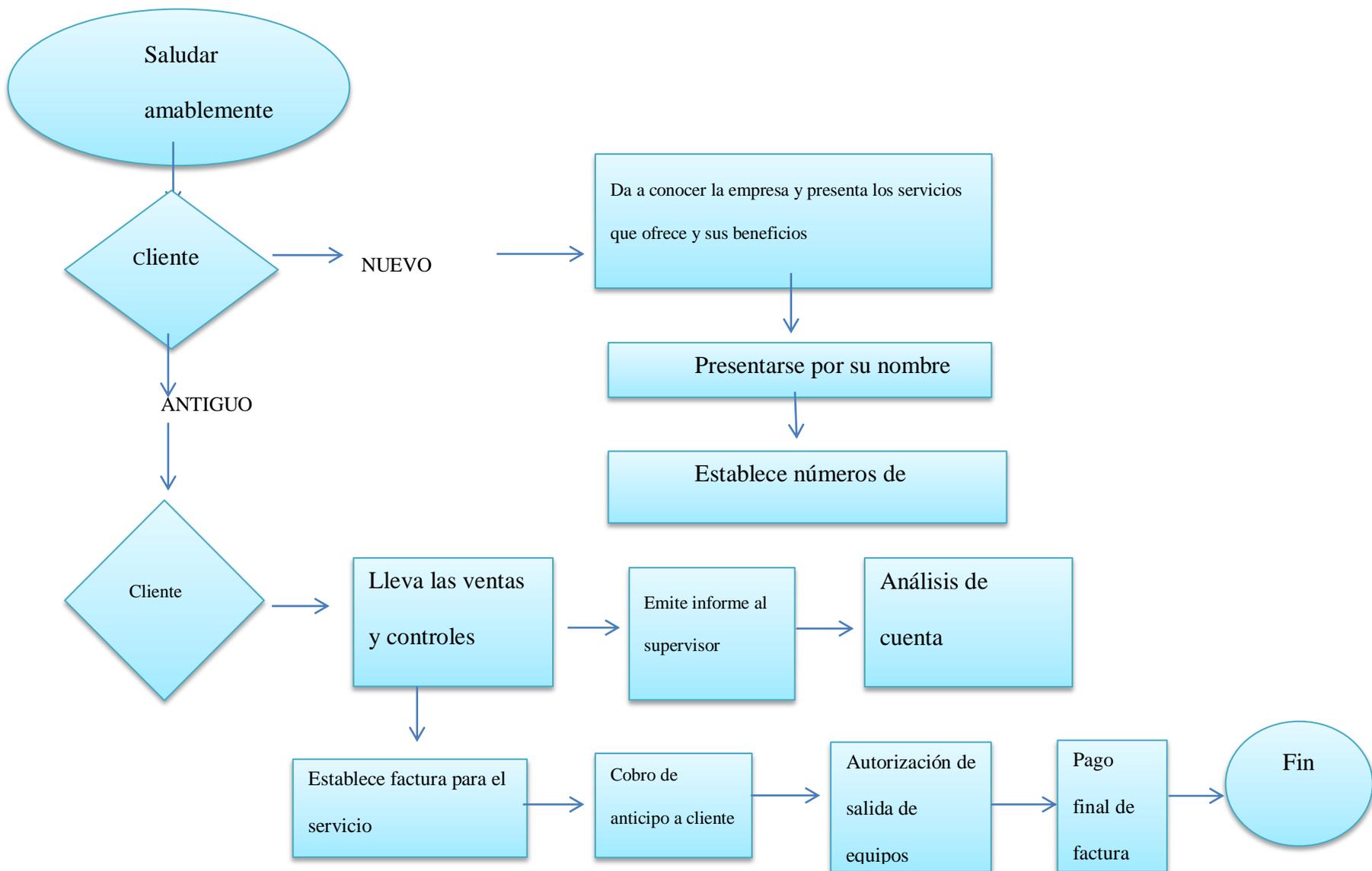
Elab. Por:

Fecha:

Superv. Por:

Fecha:

4.1.1.1 FLUOGRAMA DE PROCESO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS



4.1.1.2 ANÁLISIS FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

Análisis Interno

FORTALEZA

- 1) La Compañía MAGRPRIT S.A es una empresa pionera dentro de prestación de servicios que ofrece a todos sus clientes.
- 2) Los beneficios que le ofrece a sus clientes, es de acuerdo al porcentaje de tiempo que tienes dentro de la empresa como cliente recurrente, por este motivo es una de las principales dentro de la ciudad y fuera de ella.
- 3) La empresa sostiene un reconocimiento a nivel nacional por los sin números de montaje de eventos que se realiza.

DEBILIDADES

- 1) El personal que labora en la empresa no está debidamente capacitado, ya que no dispone de profesionales especializados académicamente en las distintas áreas que se desempeñan.
- 2) El incumplimiento de las políticas y manuales de funciones hace que no se vean definidas las actividades para el personal.
- 3) La mano de obra es escasa en algunas ocasiones, ya que sus empleados no se abastecen en el cumplimiento de los montajes.
- 4) La compañía no mantiene presupuesto de capacitación para el personal.

OPORTUNIDADES

- 1) La oportunidad de llegar a tener un buen control interno es fundamental, ya que así el desempeño de la empresa cada día mejora dando como resultados la satisfacción de todos los clientes y cumpliendo los objetivos de la empresa.

AMENAZAS

- 1) La competencia que cada día intenta ganar terreno ofreciendo servicios similares a los de la compañía.
- 2) No proceder de la manera adecuado, dando datos erróneos y procedimientos ineficaces al momento de la atención al cliente.
- 3) Incumplimiento de los servicios solicitados por los clientes al momento de instalar los equipos en los eventos.
- 4) Se requiere renovar tecnología en los equipos para eventos.

4.1.1.3 CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO

NOMBRE DE LA ENTIDAD: MEGAPRIT S.A

**PERIODO AUDITADO: 1ero DE ENERO DEL 2013 AL 31 DE DICIEMBRE
DEL 2013**

**TIPO DE EXAMEN: AUDITORÍA DE CONTROL INTERNO AL
DEPARTAMENTO DE VENTAS**

OBJETIVO

Determinar la aplicación de la normativa legal, de políticas, y procedimientos existentes para el proceso de control de ventas, y establecer cumplimientos de los mismos.

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS CERRADAS

Son preguntas de carácter (SI/NO) orientadas a conocer el desarrollo de los procesos de ventas mediante el modelo COSO, que analiza los canales de comunicación y monitoreo para determinar los resultados y recomendar mejoras al control del área.

No	PREGUNTAS	RESPUESTAS			POND.	CALIF	OBSERVACIONES
		SI	NO	N/A			
1.	AMBIENTES DE CONTROL INTERNO						
	Se aplica un código de ética para un buen desempeño de los trabajadores.	X			10	10	
2.	Se realizan reuniones mensuales para determinar el porcentaje vendido con relación a lo presupuestado.	X			10	10	
	Existen manuales de proceso para actividades de ventas.	X			10	10	
3.	Existen manuales de proceso para actividades de ventas.	X			10	10	
	ESTABLECIMIENTOS DE OBJETIVOS	X			10	10	
4.	Existen objetivos en el área de ventas	X			10	10	
	Existente formalmente una misión para el área de ventas.	X			10	10	
5.	Los objetivos están enfocados hacia la misión y visión de la empresa.		X		10	8	
	IDENTIFICACIÓN DE EVENTOS	X			10	6	
6.	Existente un sistema informático para el área de ventas.	X	X		10	5	La capacitación dentro del departamento de ventas no es la adecuada para el personal
	El personal del área de ventas está capacitado para su correcto desempeño.				10	6	No realiza las funciones por falta de capacitación
7.	El personal del departamento de ventas realiza funciones de manera adecuada.		X		10	8	
	EVALUACIÓN DE RIESGOS		X		10	8	No es debidamente dirigido a sus funciones
8.	Existente un supervisor para el área de ventas.			X	10	8	No existe restricciones por tal motivo hay falencias dentro de las funciones.
	El nuevo personal para el departamento de ventas posee una adecuada inducción para que se acople fácilmente a la empresa.		X		10	8	
9.	El acceso al sistema informático de ventas es restringido para el personal no autorizado.	X			10	10	No han realizado un plan de contingencia para afrontar emergencias con sus competidores.

	RESPUESTAS A LOS RIESGOS		X		10	6	
14.	La empresa cuenta con un plan de contingencia para competir con las organizaciones que brinda servicios similares.		X		10	8	
15.	En el departamento de ventas emite reportes a la gerencia para que estos sean controlados.	X			10	8	No realizan evaluaciones dentro del departamento.
16.	ACTIVIDADES DE CONTROL						Emiten pero no es muy confiable.
17.	El departamento de control interno evalúa constantemente los procesos de ventas.	X			10	8	
18.	El sistema informático donde se registran las ventas reporta información confiable.				10	8	No conocen las políticas
19.	El supervisor realiza visitas inesperadas a los clientes para verificar el buen desempeño de los vendedores.	X	X		10	10	
20.	Las funciones en el área de ventas están debidamente segregadas.			x	10	8	No proporcionan la debida información ni la exacta.
21.	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	X			10	6	
22.	Existe la debida comunicación en todos los niveles jerárquicos del departamento de ventas.		X		10	8	No se observa seguimiento para mejoras de los procesos
23.	Los clientes conocen las políticas de ventas de la empresa.			X	10	8	No se cumple a cabalidad.
24.	La toma de decisiones en a través de un análisis de información recibida.			X	10	8	No se realizan las comparaciones de ventas mensuales.
25.	Las personas que requieren información son de fácil acceso.						
	SUPERVISIÓN Y MONITOREO				250	205	
	Se realiza un debido seguimiento a la mejora de los procesos en el departamento de ventas.						
	Se comprueba que el control						

interno se realiza o se cumple a cabalidad.						
Se efectúan comparaciones mensuales de las ventas actuales con las históricas.						

Elab. Por: Fecha:

Superv. Por: Fecha:

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE CONTRO INTERNO

Calificación de Riesgo:

$$CR = \frac{CTX100}{PT}$$

$$CR = \frac{205 \times 100}{250}$$

$$CR = 82\%$$

NIVEL DE RIESGO Y CONFIANZA

RIESGO			CONFIANZA	
Riesgo Alto	15%	50%		Riesgo Bajo
Moderado Alto	51%	59%		Moderado Bajo
Moderado	60%	66%		Moderado
Moderado Bajo	67%	75%		Moderado Alto
Bajo	76%	95%		Alto

En base a una aplicación de cuestionario de control interno se determinó que el nivel de riesgo es de 84% que representa un riesgo bajo por ende la confianza representa al mismo tiempo un nivel alto.

Observamos que este 84% está dentro de los intervalos de 76% de riesgo en un nivel bajo y del 95% de confianza en un nivel alto.

4.1.1.4 PRUEBAS SUSTANTIVAS

REPORTE DE VENTAS POR PRODUCTO DE MEGAPRIT S.A

Ventas Realizadas 01/10/2013 al 30/11/2013

Productos	Presupuestado Oct-Nov	Octubre	Noviembre	Variación por mes	% De Cumplimiento Oct	% De Cumplimiento Nov
Pantallas Led 12MM	3.500,00	5.542,62	3.468,34	-2.074,28	158,36	99,10
Pantallas Led 6MM	6.500,00	12.769,89	7.990,87	-4.779,02	196,46	122,94
Video Walls	1.500,00	1.954,71	1.223,17	-731,53	130,31	81,54
Sonido	100,00	82,30	51,50	-30,80	82,30	51,50
Iluminación	300,00	306,07	191,52	-114,54	102,02	63,84
Estructura	400,00	475,82	297,75	-178,07	118,95	74,44
Circuito Cerrado	1.250,00	1.301,42	814,38	-487,05	104,11	65,15
Monitores, Lcds	1.000,00	1.669,22	1.044,53	-624,69	166,92	104,45
Generador	1.100,00	534,97	334,76	-200,21	48,63	30,43
Proyector + Pantalla	200,00	100,31	62,77	-37,54	50,15	31,38
Mantenimiento - Cableado	500,00	516,97	323,50	-193,47	103,39	64,70
Intercom	100,00	36,01	22,53	-13,48	36,01	22,53
Radios Motorola	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Laptop	100,00	82,30	51,50	-30,80	82,30	51,50
Impresora	50,00	54,01	33,80	-20,21	108,02	67,60
Pódium	100,00	33,44	20,92	-12,51	33,44	20,92
Motores Eléctricos	200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Venta de Equipos	200,00	259,77	162,55	-97,22	129,89	81,28
Total	17.200,00	25.719,82	16.094,40	-9.625,42	149,53	93,57

Ventas que Cumplen con el porcentaje
 Ventas que no cumplen con más del 50%

Observaciones:

Se tomó una muestra de ventas de dos meses del año 2013 de mayor movimiento en alquiler de equipos, observando que las ventas en su mayoría de los productos si cumplen con el presupuesto del mes establecido por la compañía Megaprit S.A alcanzando porcentajes de hasta 196,46% del presupuesto.

En la compañía existen productos principales como:

- Pantalla 12mm
- Pantalla 6mm
- Video Wall
- Sonido
- Iluminación
- Estructuras

Los cuales han generado porcentajes óptimos en el mes de octubre por ejemplo:

Pantalla 6mm en octubre alcanzo un porcentaje de cumplimiento del 196,46% y en noviembre 122,94%, indicando que mayor rotación en salidas tuvo en el mes de octubre provocando un mayor ingreso en ese mes. En cambio en noviembre bajo un promedio del 50%, sin embargo conserva una rentabilidad.

Por otro lado se puede visualizar productos con una baja de más del 50% como generadores, proyectores, Intercom, Pódium, que debido a la competencia que manejan un alquiler de estos productos como un plus en el paquete completo de producción, provocan una baja en las ventas de estos productos que Megaprit S.A los alquila individualmente.

ENTREVISTA A CLIENTES DE LA COMPAÑÍA MEGAPRIT S.A**TEMA: ATENCIÓN AL CLIENTE**

OBJETIVO: Determinar la calidad de servicio al cliente impartido por parte del departamento de ventas.

Desarrollo:

1.-La atención ofrecida por parte de los vendedores es:

Muy Buena..... Buena...x..... Regular..... Mala.....

2.-El vendedor ofrece todos los servicios que tiene la Compañía MEGAPRIT S.A?

SI..... NO.....x.....

3.-El vendedor realiza las cotizaciones requeridas por los clientes?

SI..... NO.....x.....

4.-Los equipos llegan a tiempo para el montaje del evento?

SI.....x.....

NO.....

5.-Los vendedores si aplican descuentos a los clientes por los servicios?

SI.....

NO...x.....

Observaciones:

Después de haber realizado la entrevista a cinco clientes (R.C Producciones, Publimagic S.A, Satre S.A, Relad S.A, Samsun) se determinó que:

- Atención al cliente no es la adecuada.
- Las cotizaciones no son enviadas en su debido tiempo.
- No se aplican constantemente los descuentos a los clientes.
- Los vendedores conocen poco sobre los servicios.

CÉDULA NARRATIVA

Auditoras: Noralma Miranda – Evelyn Toledo
PROCESO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE MEGAPRIT S.A
Período de análisis: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2013

CÉDULA NARRATIVA

Atención al Cliente.

Mediante una muestra de clientes y al aplicar una entrevista a los mismos, se reflejó que los vendedores no les brindan la atención adecuada a los clientes.

Se toman demasiado tiempo en buscar la información necesaria que requieren los mismos, por ende la espera es muy larga.

Determinan descuentos erróneos a clientes nuevos reflejando falta del conocimiento de área.

Esto quiere decir que los clientes no se sienten satisfechos con la atención que ofrecen los vendedores del departamento de ventas de la compañía.

Elab. Por:

Fecha:

Superv. Por:

Fecha:

CÉDULA NARRATIVA

Auditoras: Noralma Miranda – Evelyn Toledo
PROCESO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE MEGAPRIT S.A
Período de análisis: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2013

CÉDULA NARRATIVA

Oferta de servicios al cliente.

A través de una encuesta realizada a los clientes se pudo determinar que los vendedores no comunican las promociones a los clientes de los servicios de la compañía MEGAPRIT S.A, por lo consiguiente los clientes desconocen los descuentos que estos aplican.

Dentro de los entrevistados nos dieron a conocer que muchos vendedores no brindan la información necesaria donde cubran las necesidades que estos solicitan.

Por tal motivo también son partícipes de no tener conocimiento de las ofertas y descuentos que la compañía aplican con cada cliente.

Elab. Por:

Fecha:

Superv. Por:

Fecha:

CÉDULA NARRATIVA

Auditoras: Noralma Miranda – Evelyn Toledo
PROCESO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE MEGAPRIT S.A
Período de análisis: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2013

CÉDULA NARRATIVA

Cotizaciones a Clientes.

En la entrevista aplicada a los clientes se determinó que los vendedores no realizan las cotizaciones exponiendo todos los servicios y requerimientos que indica los clientes.

Como resultado de esta deficiencia los clientes eligen las empresas de la competencia, perdiendo las negociaciones con clientes nuevos y hasta con los recurrentes que solicitan los servicios de esta compañía.

Como resultado a estos errores que existe de parte de los vendedores, la empresa pierde clientes y por ende ventas.

Elab. Por:

Fecha:

Superv. Por:

Fecha:

CÉDULA NARRATIVA

Auditoras: Noralma Miranda – Evelyn Toledo
PROCESO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE MEGAPRIT S.A
Período de análisis: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2013

CÉDULA NARRATIVA

Llegada de los equipos al evento.

A través de una entrevista aplicada a los clientes se determinó que de los 5 entrevistados 1 de 4 de ellos indicaron que el servicio no se realizó de acorde a lo solicitado y el resto indicó que los equipos si llegan en buenas condiciones y a su vez en la fecha y tiempo que se estipuló dentro del contrato.

Realizando el montaje del evento y satisfaciendo las necesidades de clientes que solicitan constantemente los servicios.

Toda entrega de equipos están debidamente supervisados por una persona que se encarga de la ejecución del buen desempeño de los trabajadores al momento de las instalaciones.

Elab. Por:	Fecha:
Superv. Por:	Fecha:

CÉDULA NARRATIVA

Auditoras: Noralma Miranda – Evelyn Toledo
PROCESO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE MEGAPRIT S.A
Período de análisis: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2013

CÉDULA NARRATIVA

Aplicación de tarifas de descuentos.

En el resultado de una entrevista realizada a los clientes se determinó que los vendedores no aplican los descuentos adecuados para cada cliente.

Ya que desconocen los mismos trabajadores de las tarifas de descuentos aplicables a los clientes.

En donde se determina a que cliente se asigna determinado descuento ya que dentro de la empresa se encuentra detallado tarifas para nuevos clientes y otras tarifas para clientes recurrentes que ya tienen registros dentro de la compañía.

Por falta de conocimientos de obtiene como resultado a muchos clientes insatisfechos.

Elab. Por:

Fecha:

Superv. Por:

Fecha:

ÍNDICES DE GESTIÓN PARA EL DEPARTAMENTO DE VENTAS

Nivel de Aprobación de Pruebas

Total de personas que aprobaron
pruebas

Total de personas capacitadas

$$\frac{15}{10} = 1,5$$

El resultado de este índice nos indica que el nivel de aprobación de pruebas es del 1,5 donde se refleja que no se aprobaron las pruebas de conocimiento en la cual se mide si captaron y aprendieron los conceptos teóricos y metodológicos impartidos en la capacitación.

Se establece que esta índice se aprueba con un nivel de 4 puntos donde se estima que todas las personas capacitadas presentan la prueba.

HOJA DE HALLAZGOS
COMPAÑÍA MEGAPRIT S.A
DEPARTAMENTO DE VENTAS

Empresa Auditora: Noralma Miranda -Evelyn Toledo

Periodo de análisis: 1ero de Enero del 2013 al 31 de Diciembre del año 2013

FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS

CONDICIÓN:

El personal de área de ventas no ha recibido capacitación para cumplir con las funciones que se establece a cada empleado dentro de la empresa MEGAPRIT S.A.

CRITERIO:

Dentro de este hallazgo se detectó que el personal, debe realizar capacitación para el cumplimiento de sus funciones, dando así mejoras dentro la empresa.

EFECTO:

El resultado que tenemos por esta falencia es que el personal realice mal las funciones dentro de cada puesto de trabajo, ya que por no estar debidamente capacitado desconoce

de procedimientos en el momento de recurrir para algún análisis de algún documento dando reflejando errores que causan un daño a la compañía durante las ventas que se realice.

CAUSA:

Uno de los primordiales motivos es que la gerencia no recurre de un presupuesto para destinarlo a las capacitaciones de los trabajadores.

Dando así una principal falencia para la compañía ya que el departamento no cumpliría con las metas que se establece, dando cabida a un desorden en los procedimientos argumentando malos procesos dentro de la ejecución de funciones.

CUMPLIMIENTO DE FUNCIONES

CONDICIÓN:

Se detectó que el personal del departamento de ventas no realiza las funciones de manera adecuada dando un mal funcionamiento dentro de la compañía.

CRITERIO:

Dentro de las asignaciones de funciones a los empleados se otorga a cada personal un

manual de funciones indicando el cumplimiento de cada actividad, pero en la realidad no se está cumpliendo con dicho proceso.

EFECTO:

En el momento de no realizar bien las funciones que demanda el puesto de cada empleado, lo que causa es que los empleados del departamento de ventas tengan errores constantes, dirigiendo a la compañía al mal procedimiento tiendo equivocaciones que se ven reflejadas en las ventas, punto importante en la empresa.

CAUSA:

La principal causa de este problema es que no existe un debido control dentro del departamento y que además se evidencie la falta de un seguimiento a cada uno de los procedimientos llegando al punto crítico de la empresa, de tal manera que cuando se tome una decisión, lo más posible es que no llegue con el cumplimiento de su misión y visión.

INDUCCIÓN DEL PERSONAL

CONDICIÓN:

Se constató que al personal del departamento de ventas no se brinda una inducción para

que se acople a las funciones de la empresa.

CRITERIO:

Dentro de cada departamento se realiza inducción en las actividades que realiza cada personal que labora, es un hecho que se está incumpliendo con este proceso.

EFECTO:

El efecto que esto conlleva es que los empleados no lleguen a cumplir con las actividades establecidas en las funciones ya que no se le brinda una adecuada inducción, donde se explica los procedimientos del departamento, dando un mal inicio a la ejecución de actividades.

CAUSA:

Es descuido de los encargados de cada departamento al momento que nuevo talento humano ingresa a la empresa, dando como resultado deficiencias en los procedimientos de las tareas a efectuarse.

Incumplimiento trabajos y atrasos en la presentación de proyectos, y funciones que demanda el puesto en el departamento.

SISTEMA INFORMÀTICO**CONDICIÓN:**

Se evidenció que le empresa MEGAPRIT S.A el acceso al sistema informático no es restringido para el personal no autorizado.

CRITERIO:

Como en toda empresa la información dentro del sistema informático, debe ser restringida ya que si no existes esta restricción la información puede ser manipulable arrojando valores que no sean las reales, condición que se detectó dentro de la empresa.

EFECTO:

Al momento que la empresa ingresa valores de ventas o detalles de actividades que el departamento realice no se protege, ya que pueden existir clonaciones de información que por motivo no cuenta con las restricciones, este amenaza a la veracidad al momento de observar alguna información que los empleados del departamento solicite.

CAUSA:

Lo que causa es que la empresa tome como referencias errores que exista en el sistema

informático dando como resultado a grandes errores, al emitir una mal información al momento que soliciten un detalle de alguna actividad realizada durante el día.

B17

Una de las principales debilidades son las actividades económicas que realice la empresa, como no consta de un sistema confiable, se vuelve incrédulo algún detalle que se aplique.

PLAN DE CONTINGENCIA

CONDICIÓN:

Se detectó que la empresa no contiene un plan de contingencias para competir con las organizaciones que tengan la misma actividad.

CRITERIO:

En la empresa debe existir un plan de contingencia para salvaguardar las actividades que realizan dentro de la misma, punto estratégico que se encuentra ausente dentro de la empresa MEGAPRIT S.A.

EFECTO:

Al no tener un plan de contingencias, la empresa no se podrá proteger de alguna

emergencia que exista para la actividad económica, llegando a la ejecución de malos procedimientos, argumentando soluciones sin tener una estructura conocida como plan de contingencia.

CAUSA:

Muchas de las causas al no tener preparada una estructura de plan de contingencia es la mala organización que existe dentro de la empresa, dando como resultado que al momento que llegue una emergencia no sepamos que procedimiento utilizar.

Un plan de contingencia dentro de una empresa es muy útil ya que salva situaciones primordiales en la compañía.

MONITOREO DE PROCESOS

CONDICIÓN:

Se evidenció que no se realizan evaluaciones en los procesos de ventas.

CRITERIO:

Para el buen funcionamiento en una empresa, cada departamento debe realizar

evaluaciones sean estas mensuales, trimestrales o semestrales e incluso anuales, dando como resultado a las falencias que existe dentro de los departamento para así sean debidamente capacitados.

Se detectó que dichas evaluaciones no se encuentran aplicando dentro de la empresa.

EFFECTO:

Al no realizarse una evaluación constante de los procesos de las ventas, están se verán con errores constantes por la falta de una apropiada manejo de procesos, ya que con la evaluación se evidencia que tipo de falencias y errores se cometen durante el proceso.

CAUSA:

La principal causa es que no se aplican un debido control interno, ya que mediante esta aplicación se detalla una debida evaluación para implementar dentro del departamento y así verificar como se están manejando los procesos.

Una de las causas que es de primordial importancia es el efecto que esta evaluación conlleva al momento de ser aplicada ya que con ella se corrige cualquier proceso mal implementado, dando así un resultado en las ventas obteniendo márgenes de utilidad esperadas.

CONFIABILIDAD DEL SISTEMA INFORMÁTICO

CONDICIÓN:

Se detectó que el sistema informático no brinda información confiable.

CRITERIO:

La información que arroja el sistema informático de una empresa, debe ser la más confiable ya que se realizan informes, balances que conllevan a toma de decisiones para así llegar a alcanzar los objetivos.

EFECTO:

Al momento que el sistema informático no brinda la información esperada, se evidencia un grave problema dentro del departamento ya que toda la información que se solicita no es la óptima, arrojando resultados irreales a los que realmente se está llevando en control.

La estructura de un sistema informático es la que argumenta la veracidad de la realidad en las actividades que se realiza dentro del departamento de ventas.

CAUSA:

La primordial causa de esta falencia es que no se controla el sistema informático, dando oportunidad a que se reflejen valores irreales como detalles de cuentas, manejos de las ventas y sus cantidades, el monitoreo constante a los valores e las ventas.

Tampoco se da un mantenimiento al sistema informático, emitiendo resultados falsos e inesperados, dando lugar a los más grandes errores dentro de la compañía.

PRESUPUESTO DE VENTAS ANUALES**CONDICIÓN:**

Se evidencia el cumplimiento del presupuesto de ventas, dentro de las ventas realizadas durante el período.

EFECTO:

Al llegar al presupuesto de ingresos significa que la empresa está ejecutando manuales de procedimiento y por ende se logra obtener ventas, donde se refleja llegando al objetivo del presupuesto de ingresos establecidos.

CAUSA:

La causa de que se llegue al presupuesto de ventas, es porque se ha logrado buenas ventas en la compañía.

Satisfaciendo a los clientes por el cumplimiento de los servicios que se otorga por la demanda.

ATENCIÓN AL CLIENTE**CONDICIÓN:**

Se detectó que la atención al cliente es inadecuada por parte de los vendedores de la compañía MEGAPRIT S.A

CRITERIO:

Al ofrecer una adecuada atención a los clientes, dando mal servicio, se está incumpliendo con el manual de procedimientos del departamento de ventas, donde este indica que la actitud del vendedor debe de ser amable, cortés y tener una presencia intachable ante el cliente.

EFECTO:

Al brindar un mal servicio al cliente, se está dando a la empresa una muy mala imagen como resultados los clientes preferirá los servicios que ofrecen las empresas de la competencia.

CAUSA:

La ausencia de capacitación al personal de servicio al cliente, influye de manera considerable ya que por no recibir esta inducción los vendedores no actúan de forma correcta.

OFERTA DE SERVICIOS**CONDICIÓN:**

Se evidenció que los vendedores de MEGAPRIT S.A no ofertan los servicios a los

clientes, llegando así al desconocimiento de las distintas actividades que se ofrecen.

CRITERIO:

La principal actividad que tiene un vendedores es de ofrecer los servicios que tiene una empresa, los precios, la capacidad de los equipos, estructuras y demás implementos.

EFECTO:

Al momento de no ofrecer los productos lo que causa es que los clientes desconozcan de todos los servicios, beneficios y descuentos, ya que solo ofrecen a un solo servicios y no da prioridad a los demás que tiene la compañía.

Toda esta falta de ofrecimientos en los servicios lo que influirá es en las ventas ya que si menos oferta de servicios menos rotará.

CAUSA:

Las ofertas de servicios no los realiza por que el vendedor no tiene un control por parte de sus supervisores, lo que hace que caiga en el mismo error ofreciendo cada vez q va el mismo servicio.

También la falta de capacitación, inducción y comunicación impide que el vendedor tenga un amplio conocimiento en los servicios que ofrece la empresa.

EMISIÓN DE COTIZACIONES.**CONDICIÓN:**

Se detectó que los vendedores no realizan cotizaciones para los clientes, ya que por esa falta dentro de las funciones, los clientes solicitan los servicios a la competencia.

CRITERIO:

Dentro de las funciones de un vendedor es otorgar cotizaciones y alguna información que el cliente solicite ya que así se dará a conocer los servicios que se están ofertando, sus valores, descuentos y demás beneficios.

EFECTO:

El no proporcionar información en las cotizaciones, esto hace que los clientes que estén interesados por los servicios pierdan el atracción y por ende la compañía no tiene ventas, dando así la facilidad que la competencia sea escogida para realizar el trabajo.

CAUSA:

Esta deficiencia dentro del funcionamiento de los manuales, obliga que las ventas se vean afectadas en la totalidad, porque significa que al no proporcionar información y

precios dentro de las cotizaciones, la compañía está perdiendo sus objetivos y metas establecidas.

CAPACITACIÓN A EMPLEADOS

CONDICIÓN:

Se evidenció que dentro de la compañía se detecta la falta de capacitaciones en el departamento de ventas.

CRITERIO:

En cada departamento existe la debida capacitación a todos sus empleados, para su buen desempeño dentro de sus funciones y cumplimiento de las metas que el departamento de ventas establezca.

EFEECTO:

Al no realizar las capacitaciones a sus empleados, el resultado de esta falencia es que las funciones no realicen con exactitud ya que descomponen el funcionamiento de los procesos dentro del departamento de ventas.

CAUSA:

Una de las causas que no exista capacitación dentro del departamento de ventas es que la empresa no realiza un debido control para poder llegar a la conclusión de que se está

realizando las funciones como establece el manual.

EMISIÓN DE INFORMES

CONDICIÓN:

Incumplimiento de manuales de funciones, en la ejecución de informes mensuales dentro del departamento de ventas.

CRITERIO:

Dentro del manual de funciones que existe es que los vendedores, supervisores, ejecuten informes mensuales de actividades, funciones y reportes realizadas durante el mes dentro del departamento de ventas.

EFFECTO:

Si no se realiza los informes mensuales, no existe un control debido, se tiene como resultado que el trabajo que se realice para el funcionamiento del departamento no sea lo más eficiente.

CAUSA:

Una de las causas por la cual no se realiza informes mensuales de las actividades es que no existe un debido control interno, dando así como resultado al incumplimiento de los

procedimientos y reportes dentro del departamento de ventas.

TARIFAS DE DESCUENTOS

CONDICIÓN:

Se evidencia la implementación de tarifas de descuento a los clientes por el servicio solicitado no es la óptima.

CRITERIO:

Cada vez que se realiza una implementación de servicios la empresa otorga descuentos, dependiendo del nivel que se encuentre el cliente como recurrente o nuevo.

EFECTO:

Al que se implementa mal el descuento, que se realiza al momento de la venta, se tiene como resultado que los clientes estén satisfechos por el servicio que demandan.

CAUSA:

La causa de esta falencia es que no implementan bien las funciones del control interno, llegando a confusiones en las aplicaciones de los descuentos al momento que se realice La venta.

4.2 EJECUCIÓN DE LA AUDITORÍA DE CONTROL INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA

4.2.1 Programas de Auditoria de Área de Logística

PROGRAMA DE AUDITORÍA
PROCESO DEL DEPARTAMENTO DE
LOGÍSTICA DE LA EMPRESA
MEGAPRITS.A

Auditoras: Noralma Miranda y Evelyn

Toledo

Período de análisis : 01 de Enero al 31 de

Diciembre del año 2013

OBJETIVOS				
<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar el sistema de control interno existente en el área de Bodega • Evaluar el sistema de control interno de Producción de Evento – Distribución • Determinar el área críticas del proceso de Logística. • Establecer recomendaciones y mejoras en el proceso de control interno del área de Logística. 				
No.	PROCEDIMIENTOS	ELAB. POR	REF P/T	OBSERVACIÓN ES

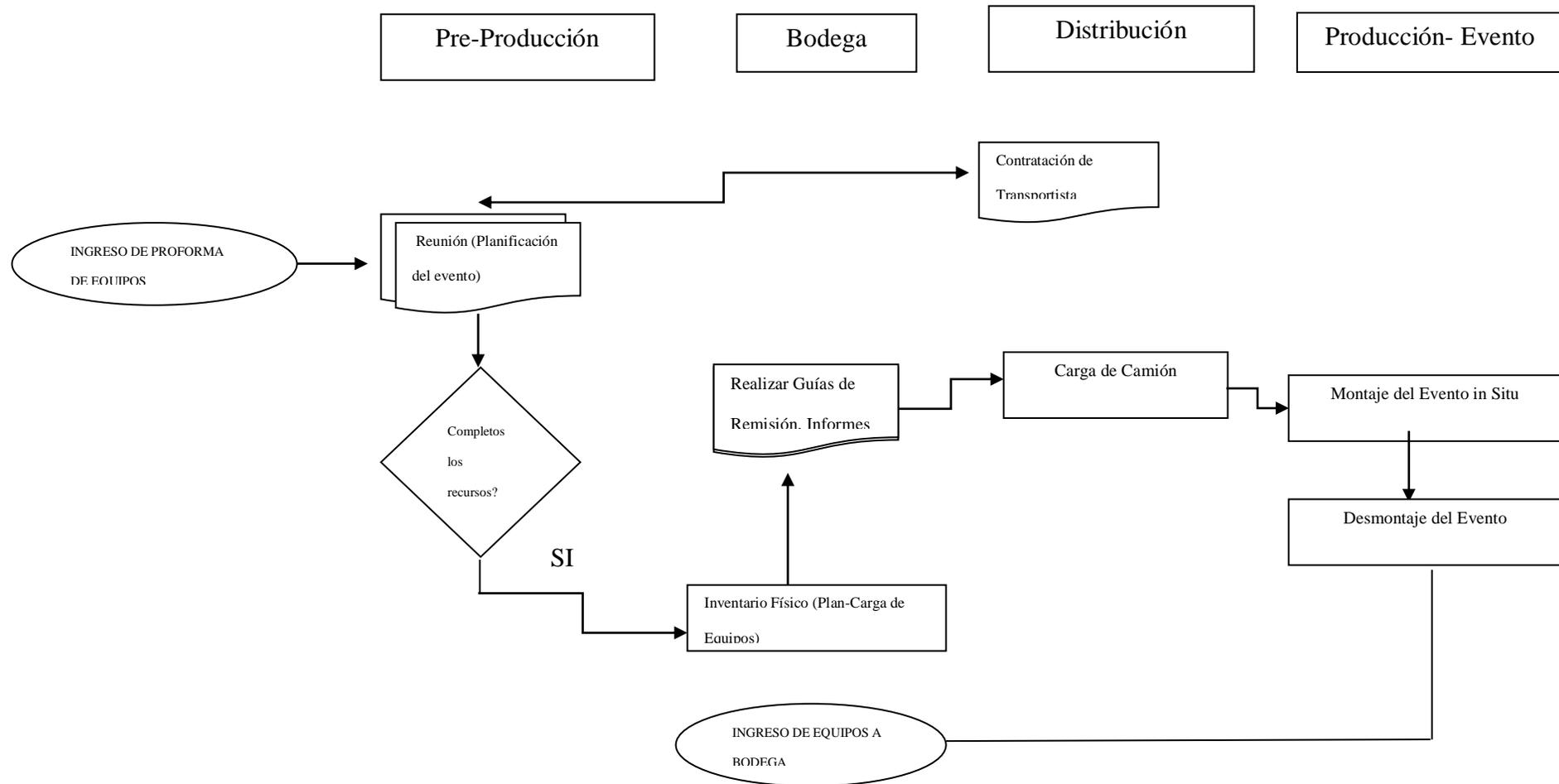
<u>Pruebas de Cumplimiento</u>			
1	Elabore un Flujograma del proceso de Logística	NE	C1 C2
2	Evalúe el Control Interno del área de Logística en el que comprenden secciones como: inventarios, pre-producción de eventos y transporte o distribución utilizando el método Coso a través de cuestionarios y determinar el nivel de riesgo y confianza.	NE	C31/6- c3 6/6 ,C4
		NE	C5
3	Análisis del FODA del área de Logística		
<u>Pruebas Sustantivas</u>			
<u>Inventarios</u>			
4	Selecciones una muestra representativa de los mantenimientos realizados a los	NE	C6 1/3 -C6 3/3

	equipos y determine si cumplen con lo establecido por mes.			
	Solicite una muestra de los informes de inventarios realizados durante el año y verifique si cumplen con el manual de procedimientos de la compañía.	NE		
5			C7	
	Realice una toma física de los equipos más significativos de bodega, realizar un recuento comparando con el último inventario y verificar su veracidad.	NE	C8 ½ - C8 2/2	
6				
7	Elabore las hojas de hallazgos de las áreas críticas detectadas.	NE	C9,C13	

8	<p><u>Pruebas sustantivas de Producción de Evento-Distribución</u></p>	NE	C14	
9	<p>Selección una muestra representativa de las salidas de equipos y verifique si se encuentra debidamente soportadas y autorizadas por el encargado correspondiente</p>			
10	<p>Solicite una muestra de guías de remisión y verifique:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La lista de detalle de los equipos que salen. • La carga de los equipos. • El destino de los equipos. • Llegada de los equipos al lugar de eventos. 	NE	C15	
11	<p>Verifique si los transportistas entregan los equipos en el sitio a la hora establecida.</p>	NE	C16	
	<p>Seleccione una muestra representativa de las facturas de proveedores de transporte y verifique si se encuentra dentro de la plantilla establecida en la</p>	NE	C17 ½ - C17 2/2	
		NE		

	<p>Compañía.</p> <p>12 Seleccione una muestra de facturas de eventos realizados. Determine si en el montaje, producción y desmontaje se cumplió con el equipo requerido, las horas indicadas.</p> <p>13 Realice Indicadores de gestión para el área de producción y</p> <p>14 Transporte.</p> <p>Elabore las hojas de hallazgos de las áreas críticas detectadas.</p>	NE	C18	
			C19	
			C20- C26	
			Elaborado por:	Fecha:
			Superv. Por:	Fecha:

4.2.2 FLUJOGRAMAS DEL AREA DE LOGÍSTICA



CÉDULA NARRATIVA

Empresa Auditora: Noralma Miranda y Evelyn Toledo

Periodo de análisis: 1 de enero al 31 de diciembre del año del 2013.

CÉDULA NARRATIVA

A través de la revisión de procesos se determinó que:

- 1.- El departamento de Ventas de la Compañía Megaprit S.A envía el **informe** al Jefe de Operaciones (Logística) el detalle de los equipos a utilizar de acuerdo a la venta establecida.
- 2.- Con la información emitida es recopilada en el **pre- producción** donde se analiza todas las necesidades y se define y ejecuta las acciones precisas del evento desde recursos económicos hasta humanos.
- 3.-Con el informe completo sobre los equipos a utilizar, el personal que se requiere y el transporte a necesitar se ingresa a bodega para separar y enumerar los equipos y herramientas a utilizar en el evento; así como el tamaño del camión. Aquí se ejecutan las **guías de remisión** con su correspondiente destino.
- 4.- Con el equipo de trabajo ya establecido se procede a realizar la carga con los ayudantes necesarios para la estiba.
- 5.- El camión sale de **bodega** a la hora indicada en la reunión de pre- producción rumbo ubicación del montaje del evento.
- 6.- Cuando el camión llega a su destino se procede a descargar el equipo e identificarse con el personal de ventas de la compañía, delimitar el espacio, montar el escenario, verificar conexiones eléctricas, montaje de equipos técnicos.
- 7.- Luego del **montaje** del equipo se procede a las pruebas generales y a **la producción del evento** hasta el horario acordado en la venta.
- 8.- Al finalizar el evento se procede al desmontaje, carga de equipos en el camión y al **ingreso de bodega** de

Elab. Por:

Fecha:

Superv. Por:

Fecha:

4.2.3 CUESTIONARIO DEL CONTROL INTERNO

Empresa Auditora: Noralma Miranda y Evelyn Toledo

Periodo de análisis: 1 de enero al 31 de diciembre del año del 2013.

NOMBRE DE LA ENTIDAD: MEGAPRIT S.A

PERIODO AUDITADO: 1ERO DE ENERO DEL 2013 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013.

TIPO DE EXAMEN: AUDITORÍA DE CONTROL INTERNO DE LOS PROCESOS DEL ÁREA DE LOGÍSTICA

OBJETIVO:

Determinar la aplicación de la normativa legal, de políticas y procedimientos del área existente para el proceso de control interno del área de logística que comprende Inventarios, Pre. Producción de eventos y distribución y establecer cumplimientos del mismo.

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS CERRADAS

Son preguntas cerradas (sí – no) orientadas a conocer el desarrollo de los procesos del área de logística; así como la injerencia del directorio de la compañía.

CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO DEL ÁREA DE LOGÍSTICA

ÁREA DE INVENTARIOS- BODEGA

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS			Pond	Calif.	Observaciones
		SI	NO	N/A			
	<u>Ambiente de Control</u>						
1	Se aplica un código de ética para el buen desempeño de los trabajadores?	X			4	4	
2	Existe formalmente una misión establecida sobre el manejo de bodega?	X			4	4	
3	Los objetivos están enfocados hacia la misión y visión?	X			4	4	
4	Existe actualización constante en las políticas, normas y procedimientos?		X		4	4	
5	El departamento tiene el número de personal necesario para llevar las funciones del área?		X		4	4	
6	El personal que labora en el departamento tiene habilidades y conocimientos necesarios para el desempeño de sus actividades?		X		4	4	
7	Existe un sistema informático para el área de Logística?		X		4	4	
8	Se realizan reuniones mensuales para determinar la eficiencia de bodega?	X			4	4	

9	Existe un manual de procedimientos que describa lo relacionado con autorización, custodia, registro, control y responsabilidades en los inventarios?		X		4	3	
10	Existen políticas claramente definidas y expresas en cuanto a la recepción, almacenamiento y conservación?		X		4	4	
	<u>Evaluación de Riesgos</u>						
11	Existe supervisión en el área de Logística?	X			4	2	EN OCASIONES EL NIVEL LO OCUPA LA PERSONA DE REEMPLAZO
12	Solo el personal autorizado tiene acceso a manipular el sistema informático de Inventarios?	X			4	4	
13	Los ajustes en los registros de inventario, como consecuencia de la toma física de los mismos, son autorizados previamente por el área autorizada?	X			4	4	
14	La salida de los equipos son autorizados y chequeados por el personal autorizado de bodega?	X			4	4	
15	Los equipos tienen seguro en el momento que se movilizan a los eventos?		X		4	4	LA COMPAÑÍA SOLO MANTIENE GARANTIA CON EL IMPORTADOR DE LOS EQUIPOS
16	El detalle de los equipos a utilizar en los eventos son debidamente enviados por el área de ventas?	X			4	3	EN OCASIONES SE ASUMEN LOS EQUIPOS PARA AGILITAR EL PROCESO

17	En las reuniones de pre-producción de eventos está presente todo el personal vinculado en el campo?	X			4	3	
18	Existe reporte de los transportistas de hora de llegada y hora de salida en los eventos?	X			4	2	
19	Los reportes de daños en equipos son debidamente justificados?	X			4	2	
	<u>Actividades de Control</u>						
20	El supervisor de esta área evalúa constantemente los procesos de este departamento?	X			4	2	EN OCASIONES SE REALIZA UNA RETROALIMENTACION
21	El sistema informático de esta área reporte información confiable?	X			4	2	NO ES CONFIABLE
22	Se llevan registros de inventarios adecuadamente valorizados?		X		4	4	EXISTE RESPALDOS EN EXCEL
23	Se lleva control en los precios por ruta de los transportistas?	X			4	2	EN OCASIONES NO SE REALIZA LA VERIFICACION DE LA PLANTILLA
24	Existen claramente procedimientos establecidos para identificar faltantes en la recepción de los equipos al regresar de un evento?		X		4	4	NO EXISTE PROCEDIMIENTOS COMPLETOS
25	Son conciliados los resultados de los inventarios físicos contra los registros de contabilidad?	X			4	4	
26	Se realizan los inventarios físicos como lo establece el manual de procedimientos?		X		4	3	NO EXISTEN UN MANUAL DE PROCEDIMIENTO COMPLETO

27	Existe una persona determinada para para controlar las entradas y salidas de los equipos?	X			4	2	
28	Se realizan las guías de remisión en las salidas de los equipos?	X			4	2	
29	El departamento cuenta con algún método de valuación de inventarios? Cual ?	X			4	3	SÓLO SE REALIZA TOMAS FÍSICAS
30	Existe personal que controla las rutas y tiempo de traslado de los equipos al evento?	X			4	2	
31	Se realiza informes de cada evento realizado?		X		4	3	NO SE REALIZAN NFORMES SOLO REUNIONES SI SUCEDE ALGO.
32	Se cumple con la reunión de pre-producción de los eventos?	X			4	2	
33	Se establece un detalle de equipos y personal a trabajar por evento?	X			4	2	DEPENDEN MUCHO DEL TIEMPO CON EL QUE SE AVISEN LOS EVENTOS
34	Los guardias revisan las salidas y entradas de los equipos ?	X			4	4	
	<u>Información y Comunicación</u>						
35	Existe comunicación del personal en todos los niveles jerárquicos del área Logística ¿	X			4	4	
36	Existen instalaciones adecuadas para el almacenamiento de los equipos?		X		4	3	FALTA COMPROMISO
37	Los clientes conocen las políticas del área de Logística de la empresa?	X			4	2	
38	Las decisiones que se toman en la pre-producción del evento y durante el evento son a	X			4	2	EN OCASIONES DE ACUERDO AL TIEMPO EN QUE SE CONFIRME EL EVENTO

	través de un análisis de información recibida?					
39	Se comunica a gerencia sobre la decisión tomada ¿?	X		4	4	
40	Existen reuniones con los transportistas sobre los eventos?	X		4	4	
41	El personal de transporte está en la reunión de pre-producción?	X		4	3	POR LO GENERAL ESTO SE REALIZA VIA TELEFONICA
	<u>Supervisión y Monitoreo</u>					
42	Se da seguimiento a la mejora de los procesos del área de Logística ¿?	X		4	4	
43	Se comprueba que el control se cumpla constantemente ¿?	X		4	3	
44	Se verifica que los transportistas cubran con todas rutas de los eventos?	X		4	4	
45	Se investiga y corrige las deficiencias encontradas dentro del departamento ¿?	X		4	4	
	TOTALES			380	145	

Elab. Por: Fecha:

Superv. Por: Fecha:

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO

Calificación del riesgo:

$$CR = \frac{CT * 100}{PT}$$

$$CR = 145/380$$

$$CR = 38,16 \%$$

NIVEL DE RIESGO Y CONFIANZA

RIESGO

CONFIANZA

Riesgo Alto	15% - 50%	Riesgo Bajo
Moderada. Alto	51% - 59%	Moderada Bajo
Moderado	60% - 66%	Moderado
Moderado Bajo	67% - 75%	Moderada. Alto
Bajo	76% - 95%	Alto

Observaciones:

Tomando en cuenta los resultados del cuestionario de control interno se determinó que el nivel de riesgo es de 38,16%, que representa un riesgo alto con una confianza de riesgo bajo de todos los procesos. Y si observamos en el cuestionario en los parámetros de ambiente de control es donde existe un desconocimiento de la visión de la compañía.

4.2.4 ANÁLISIS FODA

NOMBRE DE LA ENTIDAD: MEGAPRIT S.A

PERIODO AUDITADO: 1ERO DE ENERO DEL 2013 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013.

TIPO DE EXAMEN: ANÁLISIS FODA DEL ÁREA DE LOGÍSTICA

En este análisis refleja las problemáticas y firmezas que posee el departamento como la compañía, ya que tanto individual como conjunta no permite que se logre obtener un proceso continuo y veraz en esta área provocando falsas expectativas del negocio. Debido a esto, se hizo indispensable la presencia de este examen para la verificación del control interno de la empresa.

ANÁLISIS FODA



Fortalezas

- Brinda atención las 24 horas del día con servicio personalizado.
- Mas de 10 años de experiencia en el giro del negocio con reconocimiento de su imagen corporativa.
- Seguridad , puntualidad y garantía en el traslado de los equipos.
- Personal capacitado en pre-producción de eventos con valores éticos y morales.
- Transportistas con disponibilidad de tiempo y camiones.

Oportunidades

- Aumento de la actividad económica de la parte pública.
- Crecimiento del mercado.
- La tecnología en los equipos le permite tener parte del mercado actual.
- Falta de servicio al cliente pos - venta por parte de los competidores .
- Alianza estratégica con otra pionera del mercado.

Debilidades

- Falta de innovación por parte de los dueños en equipos con alta tecnología .
- Falta de personal fijo para la cobertura de los eventos.
- Falta de compromiso por el personal sobre los objetivos del departamento.
- Instalaciones pequeñas con relación a la cantidad de equipos.
- Centralización de la toma de decisiones en el gerente general.
- Cobertura de seguro para siniestros en los equipos.

Amenazas

- Que la competencia bajara sus precios en el mercado y no hubiera salida de equipos para eventos.
- Cambios tecnológicos constantes .
- Liquidez para invertir en equipos con altos costos.
- Alto índice de delincuencia en el país.
- Inestabilidad política y sus constantes cambios de lineamientos con el mercado de este sector .

Elab. Por:

Fecha:

Superv. Por:

Fecha:

4.2.5 PRUEBAS SUSTANTIVAS

NOMBRE DE LA ENTIDAD: MEGAPRIT S.A

PERÍODO AUDITADO: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2013

TIPO DE EXAMEN: VERIFICACIÓN DE MANTENIMIENTOS DE EQUIPOS

PANTALLA LED 12MM- 6MM

Código	Mes	Equipos	N° de Informe	Mantenimiento		Autorizado
				SI	NO	
PLED12	Enero	Pantalla 12mm	1714,1716	x		Steven Orrala P.
	Febrero				x	
PLED06	Marzo	Pantalla 06mm	1735	x		Steven Orrala P.
PLED12	Abril	Pantalla 12mm	1736	x		Steven Orrala P.
PLED06	Mayo	Pantalla 06mm	1738	x		Steven Orrala P.
PLED06	Junio	Pantalla 06mm	1739	x		Steven Orrala P.
	Julio				x	
PLED12	Agosto	Pantalla 12mm	1750	x		Steven Orrala P.
	Septiembre				x	
	Octubre				x	
	Noviembre				x	
PLED06	Diciembre	Pantalla 06mm	1753	x		Steven Orrala P.
	Total			7	5	

TV LED – LCD 46”

Código	Mes	Equipos	N° de Informe	Mantenimiento		Autorizado
				SI	NO	
TVLED	Enero	LED TV	1715	x		Steven Orrala P.
	Febrero				X	
LCDN	Marzo	LCD	1724	x		Steven Orrala P.
TVLED	Abril	LED TV	1728	x		Steven Orrala P.
	Mayo				X	
	Junio				X	
	Julio				X	
LCDN	Agosto	LCDN	1751	x		Steven Orrala P.
	Septiembre				X	
	Octubre				X	
	Noviembre				X	
	Diciembre				X	
	Total			4	8	

Resultados:

Pantallas led 12mm-06mm

- 12 meses
- 7 mantenimientos realizados.
- 5 meses sin mantenimientos.

Proporcionalidad de cumplimiento **58,33%**

Tv Led –Lcd

- 12 meses
- 4 mantenimientos
- 8 meses sin mantenimientos

Proporcionalidad de cumplimiento: **33,33%**

Suma: 91,66%, 100%: margen de error del **8,34%**

Observaciones:

De la muestra seleccionada de mantenimientos realizados durante el año en dos rubros de bodega se determina que tiene una proporcionalidad de cumplimiento en de **58,33%** y **33,33%**, con un margen de error de **8,34%** lo cual significa que no se están ejecutando lo que determina el manual de procesos de revisiones de equipos mensuales y en las dos evaluaciones existen rangos de 5 a 8 meses que no se realizan inspecciones

CÉDULA NARRATIVA
REVISIÓN DE INFORMES DE INVENTARIO

Empresa Auditora: Noralma Miranda y Evelyn Toledo

Periodo de análisis: 1 de enero al 31 de diciembre del año del 2013.

CÉDULA NARRATIVA

La revisión de informes de inventarios de bodega indica lo siguiente:

1.- Al efectuar las revisiones de los informes de inventarios encontramos ciertas inconsistencias en los resultados con relación al manual de procedimientos. La cuales se detalla a continuación:

- En la carpeta entregada por el Jefe de Operaciones Steven Orrala constaba solo dos informes de inventario en los cuales no consta la firma de quien realiza la verificación del mismo. Informe N° 710
- En el Informe N° 805 solo indica agosto del 2014, pero no precisa la fecha con exactitud.
- Tomando en cuenta el manual de procesos precedidos por el de control interno en el que indica que los inventarios deben realizarse trimestralmente índico que no se lleva a cabo esta función ya que, deberían haber 4 informes y solo existen 2 informes anuales.
- Se procedió a indicar al encargado si la información se encontraba archivada en otro lugar, el cual me converso que por diferentes motivos como: excesos de eventos, poco personal no se llevaron a cabo los inventarios trimestrales como deberían haber sido efectuados.

Elab. Por: Fecha:

Superv. Por: Fecha:

TOMA FÍSICA DE INVENTARIOS

NOMBRE DE LA ENTIDAD: MEGAPRIT S.A

PERÍODO AUDITADO: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2013

TIPO DE EXAMEN: TOMA FÍSICA DE 10 PRODUCTOS SIGNIFICATIVOS Y

REALIZAR RECONTEO TOMANDO COMO RELACIÓN EL ÚLTIMO INVENTARIO.

PLANTILLA DE MEGAPRIT S.A

Inventario realizado en el mes de Agosto – 2013

Plantilla de Muestra de Equipos - Inventarios						
Codigo	Detalle	Observacion	Stock	Valor	Iva	Total
PLED12	Pantalla Led 12mm	Modulos de 1x1 mts	24	12.000,00	1.440,00	13.440,00
PLED06	Pantalla Led 06mm	Modulos de 0,57X0,77	40	24.000,00	2.880,00	26.880,00
TVLED	TV Led Ultra Fino		9	22.500,00	2.700,00	25.200,00
LCDN	Lcds Fino		10	12.500,00	1.500,00	14.000,00
TVGO	Tvgo- Comunicador		8	280,00	33,60	313,60
DVDSAM	DVDS Samsung		6	360,00	43,20	403,20
DVDPHIL	DVDS Philips		4	240,00	28,80	268,80
INTERCM	Intercoms	Vienen con caja individual	4	800,00	96,00	896,00
PROCLEL	Procesador Led	Vienen sin tarjetan Sim	4	12.800,00	1.536,00	14.336,00
ROBT	Roboticas		12	30.000,00	3.600,00	33.600,00
TOTAL				115.480,00	13.857,60	129.337,60

Reporte por : Steven Orrala Pacheco
Jefe de Operaciones

RECONTEO DE EQUIPOS

Tomado el 30 de Octubre del 2014

Código	Detalle	Observaciones	Stock
PLED12	Pantalla led 12mm	Módulos de 1x1 mts (Completo – Buenas condiciones)	24
PLED06	Pantalla les 06mm	Módulos de 0,57x0,77(Completo – Buenas condiciones)	40
TVLED		Completos – Buenas condiciones	9
LCDN		En Canal Uno se dañó un equipo y En la ruta de traslado se partió la pantalla del otro. (Solo un incidente(Canal Uno se reportó el mismo día)	8
TVGO		Uno TVGO se partió por una caída y fue notificado por informe.	7
DVDSAM		Un DVD no se encuentra, el custodio no da reportes sobre la ausencia de ese equipo. El resto en buenas condiciones.	3
DVDPHIL		Completos – Buenas condiciones.	4
INTERCM		Completos – Buenas condiciones y las cajas individuales sin novedad.	4
PROCLED		Un procesador se llevó a reparación por tarjeta SIM, tiene respaldo de entrega y recepción de envío.	3
ROBT		Completos –Buenas condiciones.	12

Tabla N° Recuento Físico de Inventario Megaprit S.A

Elaborado por: Autoras

Nota: El recuento físico de estos 10 equipos se realizó con la supervisión del Jefe de Logística, un auxiliar un encargado de auditoria. Se procedió a contar el muestreo de equipos y a verificar su existencia y observaciones mediante respaldo de entregas y recepción, guías de remisión, informes de inventarios y equipos dados de baja.

HOJAS DE HALLAZGOS – SECCIÓN INVENTARIOS

NOMBRE DE LA ENTIDAD: MEGAPRIT S.A

PERÍODO AUDITADO: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2013

TIPO DE EXAMEN: HOJAS DE HALLAZGOS DEL DEPARTAMENTO E LOGÍSTICA –
SECCIÓN INVENTARIOS

DIFUSIÓN DE FUNCIONES**CONDICIÓN**

Se detectó que el personal de esta área no tiene conocimiento de las funciones y sus objetivos departamentales.

CRITERIO:

Dentro del manual de funciones del área de inventarios se registra la que todo colaborador que ingresa debe tener la inducción a la compañía y de los procesos que vaya a desempeñar el su área.

CAUSA

Existe una mala inducción del personal al momento de ingresar a la compañía.

EFFECTO:

Esto produce inconvenientes en el departamento ya que, se incurre en el desperdicio de tiempo porque el personal encargado de una actividad debe desplazarse como soporte

CONFIABILIDAD DEL SISTEMA INFORMÁTICO**CONDICIÓN**

Existe un sistema informático que no garantiza veracidad en la información, lo cual representa una pérdida de tiempo e información para la empresa.

CRITERIO:

Dentro de las políticas del departamento consta como uno de los parámetros que el sistema informático debe ser sólido, siendo veraz en sus resultados con el objetivo de ser

la herramienta esencial para una toma de decisión rápida y eficiente.

CAUSA

No existe un suministro completo sistema de inventarios en el área y se confían del soporte de Excel que es manipulable.

EFECTO

Falta de informes y detalle de equipos para eventos como para toma de decisiones departamentales.

INVENTARIOS EN EL ÁREA

CONDICIÓN

No se realizan tomas físicas de inventario trimestralmente como lo determina en el manual de procedimientos y políticas del área.

CRITERIO

Dentro del manual de procedimientos constan que se debe de realizar inventarios físicos

periódicamente con el fin de garantizar un buen control de las existencias y reflejar la disminución o aumento del producto que poseemos en la compañía.

CAUSA

La falta de un manual de procedimientos completo dentro de la compañía y del área obstaculiza la circulación adecuada de las funciones.

EFECTO

El inventario es una herramienta de control de bodegas, al no realizarse repercute con la veracidad de activos de la compañía.

PERSONAL DE PLANTA

CONDICIÓN

La falta de personal en el área incurre a la sobrecarga de funciones en el área.

CRITERIO

En cada departamento debe existir dentro del manual de funciones una política que hace

referente a la evaluación de puestos contantes con el fin de determinar si el recurso humano que se emplea es eficaz y eficiente.

C13**CAUSA**

No existe un estudio del área para determina el personal que necesita la organización de acuerdo a los procesos que desempeñan.

EFFECTO

La sobrecarga de funciones no garantiza un buen funcionamiento del área provocando fallas de control interno severo y un informe sin veracidad.

**PRUEBAS SUSTANTIVAS – PRE-PRODUCCION –DISTRIBUCION
(TRANSPORTE)**

NOMBRE DE LA ENTIDAD: MEGAPRIT S.A

PERÍODO AUDITADO: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2013

TIPO DE EXAMEN: DESPACHOS CON RELACION A SUS RESPALDOS Y
AUTORIZACIÓN

N°OT	Evento	Ruta	RESPALDO		AUTORIZACION		OBSERVACION
			SI	NO	SI	NO	
13001	Relad – Canal Uno	Salinas		X**		X**	Se olvidaron de revisar los documentos
13002	Comandato	Guayaquil	x		X		
13003	Rc Producciones	Riobamba	x		x		
13004	Rc Producciones	Arenillas		X**		X**	Evento avisado a última hora
13005	Publisoporte S.A	Guayaquil	x		x		
13006	Relad- Canal Uno	Playas		X**		X**	
13007	Satre S.A	Quito	x		x		
13008	Kaleidos	Ambato		X**	x		Documento de salida se perdió
13009	Rc Producciones	Cuenca	x		x		
13010	Rc Producciones	Alamor		X**	x		Solo autorizado
TOTAL			5	5	10		

X:** Salidas sin autorización y sin respaldo.

Observaciones:

De la muestra seleccionada de 10 eventos realizados se pudo determinar que el **50%** de salidas de equipos no tienen su respectiva guía de remisión, pero un **30%** no están autorizadas y un **20%** si cumplen lo establecido en el manual de procedimientos. De acuerdo a la observación no existe un control continuo sobre la entrega de los documentos.

CÉDULA NARRATIVA

PROCESOS AREA DE LOGÍSTICA

Empresa Auditora: Noralma Miranda y Evelyn Toledo

Periodo de análisis: 1 de enero al 31 de diciembre del año del 2013.

CÉDULA NARRATIVA

Pre-producción, carga, salida de equipos, evento.

A través de una verificación de un evento donde se realizaron las fases de pre. Producción, carga y salida del equipo y la llegada al punto, se pudo determinar que la lista de detalle de equipos con los recursos a utilizar en el evento sale después de cerrar la negociación el vendedor y el sistema nos arroja un formato de equipos sin valores. Luego se realiza la reunión de pre- producción donde se fijan personal, equipos a utilizar, tiempos, transporte para efectuar el evento. Ahí se cumple con los parámetros de **Pre. Producción.**

En el siguiente paso se reúne con el transportista para fijar los precios de acuerdo a la planilla de rutas y se determina a fijar la hora de salida y hora de llegada al sitio.

El camión llega a bodega se carga los equipos y se realiza la guía de remisión en el cual firma el encargado (se dañaron dos guías de remisión error en destino y nombre de encargado), de ahí se carga los equipos y se destina a salir siendo revisados por el jefe de logística seguido del guardia donde se encuentra la bodega verifican si la mercadería tiene la guía de remisión con todo el detalle básico del mismo. Se podría indicar que en esta parte demoran hasta dos horas debido a falta de personal y existe auxiliar con poco conocimiento de guías de remisión. **Carga de Equipos y salida de equipos.**

El camión con los recursos llega al punto del evento se reúne con el vendedor de Megaprit S.A para verificar el lugar y se prosigue a montar los equipos y escenografías. Luego un personal se queda a monitorear el evento hasta la hora del desmontaje e ingreso nuevamente a la bodega. Sigue persistiendo mano de obra eventual sin objetivos claros del área. **Evento**

Elab. Por:

Fecha:

Superv. Por:

Fecha:

**CÉDULA NARRATIVA
VERIFICACIÓN DE HORARIOS TRANSPORTISTAS**

Empresa Auditora: Noralma Miranda y Evelyn Toledo
Periodo de análisis: 1 de enero al 31 de diciembre del año del 2013.

CÉDULA NARRATIVA

Horas de llegada – Hora de Salida

A través de una verificación de un 4 eventos realizados durante el 2013 con los dos proveedores de camiones de Megaprit S.A, se verificaron las horas de salida y horas de llegada de los camiones y se pudo determinar si son puntuales en el cumplimiento de trabajo.

Transportista Daniel Sacón							
Transportista	Evento	Ruta	Cliente	Presupuesto Horas de Viaje	Hora de Salida	Hora de Llegada	Observación
Daniel Sacón	Pantalla 4x3 12mm	Manta	Pixel	3 horas	06:00	12:00	Tuvieron un percance (3h adicionales) con un vigilante por permiso de Operación
Daniel Sacón	Video Wall 3x3	Quito	Rc Producciones	9 horas	22:00	06:30	Todo Bien

Transportista Richard Bernita							
Transportista	Evento	Ruta	Cliente	Presupuesto Horas de Viaje	Hora de Salida	Hora de Llegada	Observación
Richard Bernita	8 Monitores LCD	Salinas	Kaleidos	1.5horas	14:00	15:45	Trafico
Richard Bernita	Pantalla de 4x3 12mm	Riobamba	Rc producciones	6 horas	16:00	24:00	

Observaciones: Con este análisis podemos determinar que los camiones cumplen con un 80% sus horarios establecidos en los eventos y si tienen alguna novedad la mayor parte se lo atribuye al tráfico o deslaves que están fuera de la destreza humana.

Elab. Por:	Fecha:
Superv. Por:	Fecha:

VERIFICACIÓN DE PLANTILLAS DE TRANSPORTISTAS

Empresa Auditora: Noralma Miranda y Evelyn Toledo

Periodo de análisis: 1 de enero al 31 de diciembre del año del 2013.

Se pone en conocimiento la plantilla de costos de transporte:

PLANTILLA TARIFARIA BÁSICA DE FLETES DE CAMIÓN
TRANSPORTISTA DANIEL SACON –RICHARD BERNITA

SIERRA		COSTA		ORIENTE	
Quito	600,00	Esmeraldas	800,00	Tena	700,00
Riobamba	500,00	Manabí	450,00	Coca	750,00
Ambato	500,00	Portoviejo	450,00	Puyo	700,00
Cuenca	500,00	Babahoyo	250,00	Macas	750,00
Azoguez	450,00	Baba	300,00	Zamora	800,00
Loja	600,00	Machala	400,00		
Guaranda	600,00	El Oro	450,00		
		Internos	40,00		

Proveedor	Rutas	Fact N°	Valor	Cumple		Observaciones
				SI	NO	
Daniel Sacón	Holcin-Interno	375	40,00	x		
Daniel Sacón	Atacames		900,00		x	No quiso facturar, no se llegó a cerrar la negociación y se concluyó en ese precio.
Richard Bernita	Quito	270	600,00	x		
Richard Bernita	Guaranda	378	700,00		x	Por apuro del evento no se determinó el precio. Falta de personal.
TOTAL				3	2	

Observaciones: Con este análisis podemos determinar que no cumplen con un 50% sus precios establecidos debido a que en varias ocasiones por el giro del evento no cierran la negociación correctamente y se atribuye un precio que no corresponde a la tabla incurriendo en costos de transportes altos. El personal de Logística notifica como observación que necesita personal.

CÉDULA NARRATIVA
CUMPLIMIENTO DE EVENTOS

Empresa Auditora: Noralma Miranda y Evelyn Toledo

Periodo de análisis: 1 de enero al 31 de diciembre del año del 2013.

CÉDULA NARRATIVA

Determine montaje, desmontaje, equipos y horas correctas.

A través de una verificación de unos 3 eventos realizados durante el 2013 se verifico informes de finalización vs guías de remisión sobre el cumplimiento de los eventos con el reporte de ventas sobre la satisfacción del cliente.

N° Facturas	Equipos	Lugar	Cliente	Montaje Correcto		Equipos a Utilizar Completos		Desmontaje Correcto		Observaciones
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1659	Pantalla led 06mm y CCTV	Quito	Satre S.A	X		X		X		
1679	Montaje, cableado y configuración de equipos	Guayaquil	Kaleidos		x	x		x		Se produjo el atrasa por incumplimiento de la mano de obra eventual
1687	Torres Led 3x1 de 12mm y Video Wall	Guayaquil	Canal Uno		x	x		x		Se produjo el atrasa por incumplimiento de la mano de obra eventual

Observaciones : De acuerdo a una muestra de facturas seleccionadas , se pudo determinar que los problemas surgen en el montaje, debido a que por falta de personal lo cual hace incurrir en personal eventual se citan 5 personas promedio para un evento y solo 3 se presentan dando como resultados problemas en el montaje y por ende un atraso.

Elab. Por:

Fecha:

Superv. Por:

Fecha:

INDICADORES DE GESTIÓN – PRE- PRODUCCIÓN – TRASPORTE

NOMBRE DE LA ENTIDAD: MEGAPRIT S.A

PERÍODO AUDITADO: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2013

TIPO DE EXÁMEN: INDICADORES DE GESTIÓN DEL ÁREA DE LOGÍSTICA

SECCION PRE- PRODUCCIÓN – TRANSPORTE

La empresa posee índices de gestión pero no los aplica:

Muestra de 3 meses

Mes	Eventos Generados sin Problemas	Total de Eventos	Valor Indicador
Abril	10	12	83.33%
Mayo	8	11	72,77%
Junio	7	8	87,50%
Total	25	31	

- Eventos generados : $\text{Eventos generados sin problema} / \text{Total de eventos Generados} * 100$

En este análisis se determina el porcentaje de eventos realizados sin ningún retraso, falta de equipos o problemas de horarios. Aquí se determina los problemas concurrentes que aparecen durante los eventos. En el mes de Junio se determina que hubo un 87,50% de ejecución correcta de logística y en abril siendo el mes con mayor cantidad de eventos tuvo una expectativa alta de cumplimientos.

Muestreo de 4 eventos del año 2013

- Costo de transporte en relación a la venta: Costo del Transporte /Valor Total de Ventas

Cliente	Costo Total de Transporte	Total Valor Ventas de evento	Valor Indicador
Municipio de Guayaquil	240,00	11,322.80	2,11%
Satre S.A - UIO	700,00	3,100.00	22,58%
Rc Producciones – GYE	450,00	2,307.00	19,51%
Total	1,390.00	16,729.80	

En este análisis se determina cuánto es el porcentaje de los gastos de transporte de camión que corresponde a un evento y controlar por medio de la plantilla de precios de fletes las eventualidades que pueden desarrollarse. Aquí el que llama la atención es el evento de la facturación de Satre que de su venta del 100% le corresponde un 22,58% de costos de transporte, lo que es muy alto en relación a la ruta que por lo general se cobra 600,00.

NOMBRE DE LA ENTIDAD: MEGAPRIT S.A

PERÍODO AUDITADO: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2013

TIPO DE EXÁMEN: HOJAS DE HALLAZGOS DEL DEPARTAMENTO E LOGISTICA –
SECCIÓN PRE- PRODUCCIÓN. TRANSPORTE) DISTRIBUCIÓN)

CONTRATACION DE PERSONAL EVENTUAL

CONDICIÓN

Se evidencia que en el departamento se contrata personal eventual que desconoce la orientación de servicio de la empresa y con un perfil diferente a la visión y misión del mismo.

CRITERIO

En cada departamento existe un manual de funciones que determinan lineamientos sobre la contratación del personal eventual que cubra la necesidad y objetivos departamentales fijados, que contengan orientación de las necesidades del área y con el compromiso de cumplirlos.

CAUSA:

Falta de estudio sobre la necesidad de contratar personal fijo vs eventual

tomando en cuenta la necesidad del recurso humano dentro de la compañía

EFECTO

Al contar con personal eventual existe el riesgo que no tenga claro el perfil de la compañía y sus objetivos departamentales incurriendo en errores de orientación como de funcionabilidad de procesos.

COMUNICACIÓN ENTRE DEPARTAMENTOS

CONDICIÓN

Se verifico que el departamento de ventas no carga en el sistema enseguida el detalle de equipos lo que retrasa la reunión de pre- producción y por ende el desarrollo del evento.

CRITERIO

El canal de comunicación dentro de una o dos área debe ser comprometida con el fin de cumplir los objetivos departamentales como de la organización con el fin de satisfacer los requerimientos del servicio al clientes en todas sus áreas.

CAUSA

Los vendedores no cargan el detalle hasta que el supervisor revise la venta, lo que genera pérdida de tiempo.

EFFECTO

Al no realizarse la carga del detalle de equipos se incurre en la pérdida de tiempo para efectuar las reuniones y en las contrataciones para el evento.

ORGANIZACIÓN DEPARTAMENTAL**CONDICIÓN**

En el área de logística no se determinan los horarios del personal, materiales a utilizar en los montajes y desmontajes de los eventos, lo cual determina costos altos en personal como transporte.

CRITERIO

Dentro del manual de funciones existen lineamientos que determinan la organización y

pasos a realizar un evento con el fin de optimizar tiempo y cumplir con las metas fijadas por el área.

CAUSA

Falta de compromiso del personal con relación a la importancia del evento.

EFECTO

En varias ocasiones no se finiquita la logística dejando un campo abierto lo que permite contratiempos en los eventos y en algunas oportunidades no se cumple con la hora acordada del montaje de equipos.

COSTOS DE TRANSPORTE

CONDICIÓN

Se evidencio precios de transportes altos en relación a la plantilla que tienen en el departamento sobre rutas.

CRITERIO

En el manual de funciones se encuentra anexo una platilla que se actualiza constantemente en el que comprende las rutas frecuentes con precios establecidos con el fin de establecer una rápida decisión al momento de organizar un evento.

CAUSA

Uno de las observación que el personal nos indico es la falta de personal y la rapidez del vendedor en la entrega del detalle de equipos.

EFECTO

Al contratarse transportistas con precios sobrevalorados se desencadena tener ventas con un alto cargo de transporte lo que perjudica en la rentabilidad del negocio. Así mismo se acostumbra al transportista a no tener un margen de costos.

PERSONAL DE PLANTA**CONDICION**

Se evidencio la falta de personal en eventos.

CRITERIO

Dentro del manual de funciones existe la evaluación del área como la del puesto el cual determina la necesidad del recurso humano y el límite de contratación para garantizar un buen desempeño.

CAUSA

Desactualización del manual de procedimientos del departamento.

EFEECTO

En negocio de eventos se origina muchas actividades en el campo; así mismo la rotación de los equipos es semanal lo que conlleva a tener personal de carga, técnico, encargado de bodega y supervisores de carga para su buen desenvolvimiento.

BODEGA**CONDICIÓN**

Se verifico que existe una bodega con espacio de 60 mts², que no garantiza un buen

desplazamiento de los equipos y el personal.

CRITERIO

Un espacio idóneo garantiza los niveles de desempeño del recurso humano como de los equipos que se encuentran en el área.

CAUSA

Contracción de bodega no evaluada al momento de realizar el arrendamiento.

EFECTO

Al no existir espacio los equipos los golpean, los arruman y surgen los daños involuntarios de aparatos delicados y como resultado perdidas en el inventario.

4.2 INFORME

Guayaquil, 20 de febrero de 2015

Señores:

GERENTE GENERAL

MEGAPRIT S.A

De mis consideraciones:

Hemos realizado una revisión al control interno de los departamento de Ventas y Logística entre el periodo comprendido 1 de Enero del 2013 al 31 de Diciembre del 2013. Dichos departamentos son responsabilidad de la administración de la compañía por ende nos remitimos solo al examen realizado.

Nuestro examen se ejecutó de acuerdo a las normas de auditoría generalmente aceptadas y normas internacionales de auditoría. (NIA)

Además se ha tomado en cuenta la normativa legal presente relacionada con los departamentos de ventas y logística.

De acuerdo a la naturaleza de nuestra información y del trabajo realizado, los resultados obtenidos de la Auditoría al Control Interno a los departamentos de Ventas y Logística de MEGAPRIT S.A, se presenta el siguiente informe adjunto.

Esperamos haber satisfecho las necesidades de la empresa y que nuestros comentarios y recomendaciones sirvan de apoyo para alcanzar la excelencia organizacional.

Atentamente;

Noralma Miranda Palacios

Evelyn Toledo Vargas

Auditora

Auditora

4.2.1 INTRODUCCIÓN DEL INFORME

AUDITORÍA DE CONTROL INTERNO DE LOS DEPARTAMENTO DE VENTAS Y LOGÍSTICA

Información Introductoria

MOTIVO DEL EXAMEN

La auditoría de control interno efectuado al Departamento de Ventas-Logística de la compañía MEGAPRIT S.A de la ciudad de Guayaquil, se realizó con la finalidad de determinar la eficacia y eficiencia de los procesos dentro del periodo del 01 de enero al 31 de diciembre del 2013.

OBJETIVOS

- Determinar el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos para el área de ventas-logística.
- Determinar la eficiencia y eficacia de los procedimientos de ventas-logística de MEGAPRIT S.A.
- Verificar los procedimientos de control interno establecidos para el área de ventas-logística.
- Emitir conclusiones y recomendaciones relacionadas a la administración del control,

ejecución y coordinación con el propósito del departamento.

ALCANCE

La auditoría de control interno dentro del departamento ventas-logística comprendió la evaluación de los procedimientos efectuados para el control eficiente de los procesos del departamento, en conjunto con la medición de objetivos y metas planteadas, correspondientes al periodo del 01 de enero al 31 de diciembre del 2013.

BASE LEGAL

MEGAPRIT S.A es una compañía anónima que se constituyó en el año 2004 en la ciudad de Guayaquil de la provincia del Guayas. Legalmente se encuentra inscrita en el Registro Mercantil, y en el Registro Único de Contribuyente.

El domicilio principal de MEGAPRIT S.A es en la ciudad de Guayaquil, ciudadela Alborada quinta etapa, avenida Adolfo Baquerizo Nazur, Edificio Córdova, piso dos, oficina cinco.

El capital privado de la compañía es de ochocientos dólares americanos (800.00).

La inscripción del Registro Único Contribuyente se efectuó el dieciocho de febrero del dos mil cuatro, siendo la razón social MEGAPRIT S.A cuyo número de RUC es 0992337733001, ya que en una conversación con el Gerente General de la compañía nos concedió utilizar la información para poder realizar la auditoría pero con la

confidencialidad correspondiente.

La empresa está sólidamente constituida y a su vez está conformada íntegramente por capitales nacionales, la compañía tiene 12 empleados que están a cargo del desarrollo de la misma.

La base legal que servirá para el desarrollo del siguiente examen es:

Ley de compañías

Manual de ventas

Manual de logística

Manual de Calidad del Servicio al Cliente

OBJETIVOS DEL DEPARTAMENTO VENTAS-LOGÍSTICA

VENTAS

- Realizar las ventas con un debido control, bajo parámetros de reglamentos para así poder llegar al cumplimiento de los objetivos.
- Superar porcentajes de ventas comparadas al año anterior.
- Asesorar al cliente sobre nuestros servicios que ofrece la compañía

LOGÍSTICA

- Ofrecer al cliente un servicio adecuado.
- Cotizar los precios de transporte y escoger el más óptimo.
- Realizar los montajes y desmontajes de los eventos en un tiempo considerable para el cliente, llegando así tener una excelente calidad en servicios.

Principales Funcionarios

Departamento de Ventas

Jefe del departamento de Ventas	C.P.A Ivette Sáenz Coronel
Supervisor	C.P.A Ivette Saenz Coronel
Vendedor	Ing. Lourdes Pulley R.

Departamento de Logística

Jefe del departamento de Logística	Sr. Steven Orrala Pacheco
Supervisor	Sr. Steven Orrala Pacheco
Asistente A	Sr. Andrés Rodríguez Meza

4.2.2 RESULTADOS DEL INFORME

DEPARTAMENTO DE VENTAS

CAPACITACION DEL PERSONAL DE VENTAS

COMENTARIO

El personal del Departamento de Ventas no ha recibido capacitación de acuerdo a como lo establece los reglamentos del control interno de la organización, lo cual produce un desorden en los procedimientos que se realiza dando como resultado un desempeño equívoco en relación a los objetivos del área.

CONCLUSIÓN:

Se llegó a la conclusión que en la empresa, el personal que esta designado para sus funciones no está debidamente preparado, observando los errores en el cumplimiento de los deberes y una falta de organización en el área que impide que las funciones sigan el canal correcto.

RECOMENDACIONES:**AL GERENTE DE LA EMPRESA:**

- ✓ Implementar un presupuesto destinado a las capacitaciones para los empleados.
- ✓ Realizar un seguimiento sobre las metas cumplidas dentro del departamento
- ✓ Solicitar informes al supervisor sobre las capacitaciones realizadas.

AL JEFE DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

- ✓ Evaluar a los empleados constantemente.
- ✓ Realizar un informe detallando anomalías al gerente de la empresa.

AL SUPERVISOR DE VENTAS

- ✓ Realizar un seguimiento al departamento controlando la ejecución de funciones.
- ✓ Inspeccionar los puestos de cada empleado realizando pequeñas entrevistas donde se dé a conocer alguna función que desconozca.
- ✓ Emitir un informe detallando los problemas que se detecten en las supervisiones realizadas.

FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS

COMENTARIO

Se detectó que el personal del departamento de ventas no sostiene un manejo adecuado de sus funciones como lo establece los reglamentos de la compañía por lo cual no realiza las funciones de manera adecuada evidenciando múltiples errores que generan pérdidas de clientes.

CONCLUSIÓN:

La conclusión es que el personal del área de ventas al no realizar las funciones, sus informes no es veraz al momento del análisis

RECOMENDACIONES:

AL JEFE DE PERSONAL:

- ✓ Que se aplique un manual de guía para los empleados que no realicen las funciones o que desconozcan de las mismas.
- ✓ Se lleve el control de los desempeños de cada uno de los empleados del

departamento de ventas.

AL SUPERVISOR

- ✓ Que el supervisor realice constantes pruebas de manejo de funciones en el departamento.
- ✓ Emitir un informe donde detalle las falencias encontradas en dichas pruebas.
- ✓ Dar seguimiento a las personas que no realizan las funciones de manera correcta para verificar las falencias de los empleados.

INDUCCIÓN DEPARTAMENTAL

COMENTARIO

Se constató que al personal del departamento de ventas no se brinda una inducción para completa como se establece en los manuales de procedimientos del departamento, lo que produce que no se acople correctamente a sus funciones de la empresa provocando que se refleje falta de compromiso hacia sus objetivos departamentales.

CONCLUSIÓN:

Al no dar una buena inducción al personal que ingresa a la compañía, dicho empleado

no realizará sus funciones de manera adecuada por falta de conocimiento de la misma.

RECOMENDACIONES:

AL SUPERVISOR:

- ✓ A la llegada de un nuevo personal se dé un pequeño instructivo de procedimientos a cada uno donde se detalle las funciones que deben realizarse.
- ✓ Empaparlo de conocimientos referentes a la compañía y las funciones que realiza.
- ✓ Aplicar controles en tiempos determinados para verificar a que nivel de aprendizaje se encuentran los empleados del departamento.
- ✓ Llevar el control de los objetivos que departamento llega a cumplir.
- ✓ Emitirá un informe detallando algún mal procedimiento.

AL GERENTE DE LA COMPAÑÍA:

- ✓ Verificará que cada departamento llegue a las metas que se establecen.
- ✓ Solicitará al supervisor un detalle de las anomalías constatadas en el departamento.

ACCESO AL SISTEMA INFORMÁTICO

COMENTARIO

Se evidenció que le empresa MEGAPRIT S.A el acceso al sistema informático no es restringido para el personal no autorizado como lo determina el manual de control interno en el que enfatiza que el personal contiene una clave intransferible, esto produce que la información pueda ser manipulada dejando sin veracidad los informes.

CONCLUSIÓN:

Uno de los principales problemas de la compañía es que no restringen el ingreso del personal a los departamentos habiendo un riesgo sobre las actividades que realizan, dando como resultado errores en los informes por mala manipulación de la información.

RECOMENDACIONES:**AL GERENTE DE LA COMPAÑÍA:**

- ✓ Deberá implementar restricciones para personal no autorizados al manejo de sistemas informáticos.
- ✓ Se otorgará un proceso donde se emita carnet solo al personal autorizado para ingresar al departamento de ventas.

AL SUPERVISOR:

- ✓ EL supervisará que los empleados que ingresen al departamento de ventas sean los adecuados para el ingreso.
- ✓ Llevará un control del personal que ingresa y que salga de la compañía.
- ✓ Emitirá informes de los cuales detallará, el ingreso de personal no autorizado.

PLAN DE CONTINGENCIAS**COMENTARIO**

Se detectó que la empresa no contiene un plan de contingencias como lo determina el manual de procedimientos de procesos que permite tener un salvaguardia para poder competir en el mercado evitando poder reflejar estrategias inmediatas ante variaciones de movimiento de mercado.

CONCLUSIÓN:

Al no implementar un plan de contingencia, esto hace que la empresa este vulnerable ante posibles problemas graves que la compañía esté en riesgo.

RECOMENDACIONES:**AL GERENTE DE LA COMPAÑÍA:**

- ✓ Realizar en conjunto con su equipo de trabajo un plan de contingencia para emergencia que exista en la compañía.
- ✓ Verificar que dicho plan de contingencia, sea conocido por todo el personal de la empresa.
- ✓ Tener un personal calificado, para la ejecución del plan en momentos de emergencia que se presente en la empresa.

AL JEFE DE DEPARTAMENTO DE VENTAS:

- ✓ Tener el debido conocimiento del plan de contingencia, y que sus empleados del departamento tengan la obligación de conocer dicho plan.

AL SUPERVISOR:

- ✓ Supervisar que el departamento tenga conocimiento del plan de contingencia.
- ✓ EL supervisor es el encargado de la implementación del plan en el departamento

EVALUCIÓN DE PROCESOS

COMENTARIO

Se evidenció que no se realizan evaluaciones en los procesos de ventas como lo determinan los estatutos que recomiendan el monitoreo constante provocando un control interno frágil fácil de manipular y de evidenciar errores del personal.

CONCLUSIÓN:

Las evaluaciones son indispensables en el departamento ya que así se refleja el manejo de todas las funciones que realizan los empleados, y el resultado de todas estas evaluaciones que se llegue al cumplimiento de las funciones.

RECOMENDACIONES:

AL GERENTE DE LA COMPAÑÍA:

- ✓ Estructurar evaluaciones dentro del departamento de ventas.
- ✓ Que las comunicaciones sean las más claras, para determinar cualquier anomalía y poder llegar a una solución esperada y óptima.

AL JEFE DE DEPARTAMENTO DE VENTAS:

- ✓ Aplicación de las evaluaciones a todos los empleados del departamento de ventas.
- ✓ Analizar el resultado de las evaluaciones.
- ✓ Emitir un informe de anomalías encontradas durante el proceso.

AL SUPERVISOR:

- ✓ Inspeccionar constantemente la aplicación de evaluaciones.
- ✓ Llevar un debido control de las evaluaciones realizadas en el departamento de ventas.
- ✓ Redactar informe sobre las inspecciones realizadas.

SISTEMA INFORMÁTICO**COMENTARIO:**

Se detectó que el sistema informático no brinda información confiable como lo determinan los estatutos que debe tener una estructura sólida capaz de mantener información veraz e idónea para la toma de decisiones provocando que el personal deba hacer dos veces el mismo trabajo para obtener informes

CONCLUSIÓN:

Al momento de que el sistema informático no arroje una información irreal este atrae que los problemas en la compañía sean las más graves, ya que como empresa las informaciones que se obtiene de la compañía son las principales y donde no existen errores.

RECOMENDACIONES:**AL GERENTE DE LA COMPAÑÍA:**

- ✓ El sistema informático siempre tener un debido mantenimiento
- ✓ Implementar tiempo determinado para cada mantenimiento del sistema informático

AL JEFE DE DEPARTAMENTO DE VENTAS:

- ✓ Debe llevar siempre un control de todas las actividades que realicen durante las ventas.
- ✓ Debe solicitar a los vendedores un detalle de las ventas que se han realizado puede ser este mensual o semestral.
- ✓ Detallar un informe al gerente dando a conocer algún tipo de problema que se

presente durante el proceso

AL SUPERVISOR:

- ✓ Inspeccionar constantemente el mantenimiento a los sistemas informáticos.
- ✓ Detallar las anomalías encontradas durante la inspección

PRESUPUESTO DE VENTAS

COMENTARIO

Se evidencia el incumplimiento del presupuesto de ventas como lo determina el manual de procedimientos que exige mantener una proyección anual con el fin controlar los ingresos y su fluidez evitando que se mantenga con el desconocimiento actual que se proyecta actualmente sin un patrón de cumplimiento.

CONCLUSIÓN:

El cumplimiento de los presupuestos de ventas, significa que manejan un buen procedimiento dentro de la compañía ya que se observa que realizan los debidos

controles.

RECOMENDACIONES:

JEFE DE VENTAS:

- ✓ Implementar planes estratégicos para lograr el cumplimiento de los nuevos presupuestos de ventas.
- ✓ Elaborar informes donde detallen las ejecuciones para desarrollar nuevas estrategias.

VENDEDOR:

- ✓ Aplicar los manuales de procedimientos que detalle la compañía para lograr el cumplimiento de presupuesto de ventas.
- ✓ Detallar informes donde se especifique las ventas realizadas para lograr el cumplimiento de ventas presupuestado.

ATENCIÓN AL CLIENTE

COMENTARIO:

Se detectó que la atención al cliente es inadecuada por parte de los vendedores de la

compañía MEGAPRIT S.A, lo que provoca que no se ejecuten las políticas evidenciando reclamos por parte de los clientes.

CONCLUSIÓN:

Al detectarse que la atención al cliente no es el adecuado este conlleva que los clientes no vuelvan solicitar los servicios de la empresa dando como resultando a la baja de las ventas.

RECOMENDACIONES

AL JEFE DE DEPARTAMENTO DE VENTAS:

- ✓ Se ejecutará visitas inesperadas a los clientes para poder verificar, como se ha realizado las funciones.
- ✓ Todo el personal del departamento deberá de cumplir con las políticas y manuales establecidas dentro del departamento.
- ✓ Debe de existir una amplia comunicación para poder llegar a solucionar anomalías que se presenten durante el proceso de ventas.
- ✓ Soportar cada venta realizada mediante proformas, mails, facturas que garanticen una constancia dentro del servicio a ofrecer

AL SUPERVISOR DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS:

- ✓ Verificar que las visitas de los vendedores a los clientes o atención vía telefónica sean debidamente acorde y con el debido respeto.
- ✓ Realizar informes donde se especifiquen novedades detectadas en las supervisiones.

AL JEFE DE PERSONAL:

- ✓ Implementar capacitaciones donde los vendedores tengan inducción al tema de atención al cliente.

AL VENDEDOR:

- ✓ Cada vendedor debe saber que ser cortés, amable y estar debidamente presentado es propio de cada persona.
- ✓ Ya que no debería de existir alguna exigencia para que todos los principios y valores sean aplicables.
- ✓ Deberá realizar una pequeña encuesta al cliente con respecto a la atención prestada, para así poder ir mejorando cada día, este debe realizarse cada vez que concluya alguna visita

SERVICIOS QUE OFRECE LA COMPAÑÍA

COMENTARIO:

Se evidenció que los vendedores de MEGAPRIT S.A no ofertan los servicios a los clientes, tal como lo determina el manual de procedimientos del área, llegando así al desconocimiento de las distintas actividades que se ofrecen.

CONCLUSIÓN:

El desconocimiento de los empleados de todos los servicios que ofrece la compañía es una de los mayores problemas ya que existe que no dan el debido conocimiento a los empleados para dar a conocer todos los servicios que deben ofertar a los clientes.

RECOMENDACIONES

AL JEFE DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS:

- ✓ Información al personal de ventas sobre nuevas promociones, descuentos y servicios con el propósito de mantenerlos actualizados y a su vez mantener al cliente al día con la información de la empresa.

AL SUPERVISOR DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS:

- ✓ Realizará visitas y supervisará a los clientes para verificar si se están ofertando los servicios de la empresa.
- ✓ Se preguntará al cliente si la atención es la adecuada, y también podrá controlar si la llegada de los equipos se dan en buen tiempo.
- ✓ Emitirá informes donde se indique si hay novedades en las supervisiones realizadas.

AL VENDEDOR:

- ✓ El vendedor deberá preguntar constantemente sobre descuentos, beneficios o cualquier situación de novedad que le ayude en sus ventas. De manera que cuando llegue a l cliente le pueda ofrecer todos los servicios con sus debidos beneficios.

EMISIÓN DE COTIZACIONES**COMENTARIO:**

Se detectó que los vendedores no realizan cotizaciones para los clientes, como lo determina el manual de funciones que expone la realización de proformas que soporten las ventas ofrecidas provocando que los clientes no sientan seriedad y solicitan los

servicios a la competencia.

CONCLUSIÓN:

Los vendedores al no realizar cotizaciones cuando los clientes requieren llevan tienen un gran problema, existen empresas que realizan las mismas actividades y al no dar a tiempo todas las cotizaciones estos se ven obligados a tomar las ofertas de la competencia.

RECOMENDACIONES:

AJ JEFE DE DEPARAMENTO DE VENTAS:

- ✓ Hará cumplir con los procedimientos de las funciones de los manuales.
- ✓ Se dará una buena comunicación entre vendedores y demás personal del departamento de ventas, así en trabajando en conjunto se llegará a las metas establecidas.

AL SUPERVISOR DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS:

- ✓ Realizará visitas periódicas a los clientes, y verificará por medio del sistema, si se están enviando las solicitudes de cotización.

- ✓ Deberá realizar un informe mensual de todas novedades que se estipule dentro de las supervisiones que se realicen.

AL VENDEDOR:

- ✓ Dará a conocer cualquier anomalía que se presente al momento que se esté emitiendo una cotización, para identificar los problemas de emisión de envíos a los clientes.
- ✓ Estar siempre en contacto con todos los clientes para poder brindar una buena atención, y poder informar sobre novedades en los servicios.

CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

COMENTARIO

Se evidenció que dentro de la compañía la falta de capacitaciones en el departamento de ventas determinando un incumplimiento en las políticas donde se expresa la constante actualización al personal, provocando que se refleje ante los clientes un servicio empírico sin base que lo sustente.

CONCLUSIÓN:

Una de los mayores problemas que existe en una empresa es que no realicen

capacitaciones a todos sus empleados ya que así no controlan los conocimientos de los mismos y que tampoco miden sus niveles de teorías al aplicar en las funciones.

RECOMENDACIONES:

AL JEFE DE DEPARTAMENTO DE VENTAS:

- ✓ Hará cumplir con el desempeño de los trabajadores dentro del departamento de ventas.
- ✓ Ejecución de procesos de los manuales de funciones.

AL JEFE DE PERSONAL:

- ✓ Realizar pruebas de conocimiento al menos trimestralmente a los empleados del departamento de ventas para poder medir el nivel de capacitación para la ejecución de las actividades.
- ✓ Implementar capacitaciones por menos 6 meses dentro del departamento de ventas.

AL SUPERVISOR:

- ✓ La función que realizara es que deberá realizar pruebas de conocimiento a todos los empleados.

- ✓ Emitir un informe donde detalle cualquier anomalía que se encontró dentro de la realización de las supervisiones o pruebas realizadas a los empleados.

MANUAL DE FUNCIONAMIENTO

COMENTARIO:

La falta de actualizaciones en los manuales de funciones, provoca que en la ejecución de las actividades no se realicen de una forma idónea provocando que el personal no tenga claro sus actividades.

CONCLUSIÓN:

El mal manejo de manuales de funciones lo que se da como resultado es que la empresa, tenga dificultades en los procesos y que se vea reflejado los errores en cada informe que se emita dentro de la compañía

RECOMENDACIONES:

AL JEFE DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS

- ✓ Ejecutará una comunicación donde se investigará del origen del problema dentro del

departamento.

- ✓ Exigirá informes al supervisor para poder realizar su propio informe sobre actividades que realizan los trabajadores.
- ✓ Emitirá informes de controles ejecutados dentro del departamento de ventas.

AL VENDEDOR:

- ✓ Realizar informes diarios de reportes de ventas, para llevar un control de las actividades realizadas.
- ✓ Coordinar el tiempo para ejecutar las actividades y llevar un control.

AL SUPERVISOR:

- ✓ Guiar al empleado en sus funciones
- ✓ Realizar informes de cumplimiento de los trabajadores del departamento de ventas.
- ✓ Supervisar y llevar un control de los informes de actividades.

TARIFAS DE DESCUENTOS

COMENTARIO

Se evidenció que los vendedores desconocen de los porcentajes y variaciones de las

tarifas de descuento a los clientes como lo determina su manual de funciones provocando que se pierdan ventas.

CONCLUSIÓN.

Los descuentos se aplican para que los clientes sigan siendo recurrentes al solicitar el servicio, dando así continuidad en la cartera de clientes.

RECOMENDACIONES

AL JEFE DE VENTAS:

- ✓ Detallará las políticas de descuentos que se aplicará a cada cliente y a su vez hacer cumplir como:
- Exigir que la copia de las facturas de los clientes estén con la rúbrica y número de cédula donde se certifique que se ha aplicado los descuentos.

AL SUPERVISOR:

- ✓ Controlar y supervisar que los descuentos estén debidamente segregados a cada cliente.

- ✓ Realizar visitas a los clientes y preguntar si se ha aplicado los descuentos.
- ✓ Emitir informes donde se detalle novedades que existan durante las supervisiones realizadas.

AL VENDEDOR:

- ✓ Aplicará debidamente los descuentos a los clientes para lo cual pedirá como respaldo las respectivas firmas con número de cédula.

DEPARTAMENTO DE LOGÍSTIA

CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

COMENTARIO.

Dentro de las políticas de la compañía se encuentra la inducción al personal como parte de una capacitación sobre la compañía. El no tener personal actualizado y con conocimiento del perfil de la organización repercute con el desenvolvimiento y procesos del área incumpliendo con los objetivos de la misma.

La falta de control en la evaluación constante de la funciones de los colaboradores de

una área por parte de los supervisores provocan que personal no se encuentre acto para efectuar el cargo y de esa misma manera refleja una imagen equivocada con el cliente.

CONCLUSIÓN:

No existe control en la inducción del personal así como también en la actualización constante del manual de procedimientos de la organización.

RECOMENDACIÓN:

AL JEFE DE LOGÍSTICA

- ✓ Hará cumplir con las políticas y objetivos de la empresa en base a un control rígido del personal que se encuentra a su cargo de manera que se cumplan los objetivos departamentales.
- ✓ Enviara al departamento administrativo los informes sobre inducciones al personal de logística para que se efectúen constantemente.
- ✓ Evaluará mensualmente al personal del área y enviara los soportes a administración para el respaldo correspondiente.
- ✓ Reuniones semanales para garantizar el cumplimiento de los resultados de los objetivos departamentales.

AUXILIAR DE LOGÍSTICA

- ✓ Informar constantemente a su jefe directo cualquier novedad que sugiere con sus funciones.

SISTEMA INFORMÁTICO CONFIABLE

COMENTARIO

Un sistema informático estructura es un canal de información importante dentro de una organización, ya que minimiza los errores y garantiza una información veraz y eficaz como lo determinan los manuales de procedimientos y funciones. Dentro de toda área se encuentra el manual de políticas en el que determinan sobre la aplicación de un sistema estructurado que determine una veracidad en sus informes con el objetivo de minimizar los riesgos que puedan presentarse con el cumplimiento de los procesos.

CONCLUSIÓN:

La falta de un sistema contable confiable repercute en la veracidad de los informes que arroja y también representa una pérdida de tiempo en la demora de carga de información para los eventos. Otro punto que debido a este inconveniente se realiza doble trabajo

realizando ingresos en Excel.

RECOMENDACIÓN:

AL JEFE DE LOGÍSTICA

- ✓ Notificar al área administrativa por medio de un informe sobre las anomalías del sistema contable.
- ✓ Solicitar al área de ventas que el detalle de equipos para las reuniones de producción vía mail como medio de apoyo.
- ✓ Supervisar que las notificaciones para las reuniones semanales lleguen a todo el personal del área.

AUXILIAR DE LOGÍSTICA

- ✓ Archivar físicamente todo detalle de equipos enviados por el área de ventas para mantener un control.
- ✓ Solicitar a su jefe directo la aprobación para que el vendedor participe de las reuniones de pre- producción y evitar pérdida de tiempo.
- ✓ Estar pendiente de los mails y enviar las contestaciones inmediatamente.

INVENTARIOS PERIÓDICOS

COMENTARIO

Dentro del departamento de logística el inventario no se realiza como se encuentra establecido en el manual de procedimientos de procesos en el que determina que para minimizar los riesgos se debe realizar un inventario periódico con el fin de corregir y afirmar filtros de monitoreo sólidos que garanticen un mejor desempeño.

CONCLUSIÓN:

La falta de un inventario continuo como lo determina el manual de procedimientos del área; así como en la toma física no se respaldan con documentos y nombres de las personas que lo realizan provocando que no coincidan con los libros contables.

RECOMENDACIÓN:

AL JEFE DE LOGÍSTICA

- ✓ Realizar los inventarios físicos como lo determina el manual de procedimientos del área.

- ✓ Controlar que se ejecuten muestreos constantes para la verificación de las existencias.
- ✓ Notificar por medio de un informe las anomalías de los equipos como la falta de alguno de ellos de bodega.
- ✓ Enviar fotos sobre los estados de los equipos.
- ✓ Reportará los porcentajes máximos de equipos por dar de baja caso contrario se cargará a su cuenta.
- ✓ Se sancionara a los responsables de daños de equipos con el objetivo de disminuir pérdidas para la empresa.

AUXILIAR DE LOGÍSTICA

- ✓ Realizar la toma física del inventario como lo establece el manual de procedimientos.
- ✓ Archivar toda entrada y salida de equipos.
- ✓ Reportar a su jefe directo sobre algún daño de equipos o pérdida del mismo.
- ✓ Mantener comunicación constante con su jefe directo.
- ✓ Controlar el ingreso a la bodega solo personal autorizado.

PERSONAL DE PLANTA**COMENTARIO**

En el departamento de Logística se registra falta de personal, lo cual impide desempeñar bien las funciones establecidas dentro del manual de funciones dando como resultado falta de cumplimiento de tareas.

CONCLUSIÓN:

Falta de personal en el área de logística, el mismo personal que realiza actividades de bodega es el que estiba como el que monta los eventos y supervisa el campo, incurriendo en la contratación de personal eventual que no se compromete con los objetivos de la compañía provocando inconvenientes con los eventos, que se reflejan con llamadas de atención por parte del cliente.

RECOMENDACIÓN:**AL JEFE DE LOGÍSTICA**

- ✓ Realizar un estudio continuo del área sobre la mano de obra necesaria en el

departamento.

- ✓ Enviar un informe constantes a Administración sobre la evaluación del personal.
- ✓ Realizar un manual de funciones en el departamento.
- ✓ Realizar base de datos del personal eventual y verificar si son actos para el ingreso a planta.

AUXILIAR DE LOGÍSTICA

- ✓ Evitar realizar actividades que no comprendan su manual de funciones.

COMPROMISO DEL PERSONAL

COMENTARIO

Uno de los principales pilares de una organización es el recurso humano ya que, son los que desarrollan las actividades diarias que nivelan y aumentan los ingresos de una compañía. En las políticas departamentales consta un análisis interno del recurso observando sus expectativas, ambiciones con el fin de comprometer al colaborador a orientarse que es parte de la organización

CONCLUSIÓN:

Se detectó que en algunos eventos se tuvo que regresar en varias ocasiones a la bodega por falta de equipos que no fueron detallados, incurriendo costos de movilización altos por falta de responsabilidad y compromiso del personal.

RECOMENDACIÓN

AL JEFE DE LOGÍSTICA

- ✓ Controlar y supervisar las reuniones de pre-producción para verificar el detalle de los equipos a cargar para los eventos.
- ✓ Realizar un muestreo sobre los eventos que realizan verificando la realización del mismo de forma óptima.
- ✓ Realizar un manual de funciones en el departamento.
- ✓ Realizar base de datos del personal eventual y verificar si son actos para el ingreso a planta.
- ✓ Se realizara un llamado de atención por olvido de equipos en eventos, si es recurrente se le entregara un memorándum que estará en su carpeta laboral.
- ✓ Realizar reuniones constantes sobre el desarrollo del área y acoger todas las inquietudes.
- ✓ Solicitar al personal tener constante comunicación vía correos electrónicos.

AUXILIAR DE LOGÍSTICA

- ✓ Reportará retrasos, inconvenientes por medio de informes a su jefe directo sobre eventualidades en los eventos.
- ✓ Respalda los informes con fotos correspondientes.

PRECIOS DE DISTRIBUCIÓN

COMENTARIO:

En el manual de funciones del departamento de distribución consta un estudio de las plantillas de precios de transporte, se debe evaluar constantemente para evitar variaciones que sobrepasen el costo de alquiler.

CONCLUSIÓN:

Se contrata transportes con precios sobrevalorados por falta de tiempo y rapidez con que nos solicitan el evento desencadenando ventas con un alto cargo de transporte lo que perjudica en la rentabilidad del negocio. Así mismo se acostumbra al transportista a no tener un margen de costos.

RECOMENDACIÓN:**AL JEFE DE LOGÍSTICA**

- ✓ Establecerá una plantilla actualizada con las rutas con el objetivo de verificar si están de acorde a las actuales.
- ✓ Negociar con los transportistas precios locales como nacionales.
- ✓ Rotará los viajes de los camiones después de un tiempo determinado para que todos tenga conocimiento del costo estándar.
- ✓ Se realizara un llamado de atención por contratación de transporte con costo alto sin justificación, si es recurrente se le descontara el excedente.

AUXILIAR DE LOGÍSTICA

- ✓ Reportará retrasos, inconvenientes por medio de informes a su jefe directo sobre eventualidades con los transportistas.
- ✓ Respaldará los informes con fotos correspondientes.
- ✓ Reportara los retornos y coberturas de los transportistas.
- ✓ Mantener constante investigación de los precios en el mercado sobre los fletes intercantonales como flete internos.
- ✓ Solicitar documentación de hojas de vida de los choferes.

BODEGA**COMENTARIO**

Dentro de los requerimientos del departamento constan evaluaciones del espacio que determinan si la capacidad del inmueble cumple con las condiciones necesarias para un funcionamiento adecuado del recurso humano y de los equipos.

CONCLUSIÓN:

La bodega actual tiene un espacio de 60 mts², lo cual imposibilita el buen desenvolvimiento de los equipos en algunas ocasiones se han rallado y golpeado debido al espacio que no va de acuerdo con la cantidad existente.

RECOMENDACIÓN:**AL JEFE DE LOGÍSTICA**

- ✓ Revisará la bodega para verificar el tamaño correcto del mismo.
- ✓ Dará de baja los equipos obsoletos con el fin de dar espacio a la bodega.

- ✓ Procederá a señalar con perchas los equipos pequeños para optimizar la bodega.
- ✓ Investigar nuevas bodegas para el arrendamiento o compra.
- ✓ Informar a administración sobre la capacidad de bodega.

AUXILIAR DE LOGÍSTICA

- Reportar equipos obsoletos con fotos.
- Seleccionar y detallar equipos con códigos.
- Realizar reubicación de equipos para optimizar espacios.

CONCLUSIONES

La compañía Megaprit S.A es una empresa que surge desde 2004 con una venta y producción de eventos muy exclusiva en el mercado; con el tiempo ha ido mejorando sus procesos, razón por la cual se ha convertido en una de las empresas solidas en el mercado de alquiler de equipos de video, iluminación y amplificación. Aunque sus ventas se han mermado relativamente en un porcentaje **18,31%** en relación al año 2012(**Ver anexo pág.213**)

El área de Ventas es uno de los pilares primordiales de ingresos en la compañía y así mismo el objetivo de satisfacer al clientes con sus expectativas, dicho proceso implica varias actividades que no se han cumplido a cabalidad; tales como bajo nivel de compromiso del personal, poco conocimiento de las políticas y estrategias, incumplimiento del manual de procedimientos, falta de continuidad del servicio post-venta implicando que las ventas se vean comprometidas a una merma y clientes busquen un servicio más rápido y ágil provocando esta decisión una merma del **18,31%** en los ingresos de compañía.

El área de Logística es el complemento dentro de las ventas; en el que conforman la procesos como la organización, transportación y producción del evento, dichas actividades no se han controlado, provocando falta de orientación de los objetivos tanto

de la compañía como del departamento, revisión constante del manual de procedimientos, costos altos en la transportación llegando hasta ocupar un porcentaje de **22,19%** sobre el 100% de una venta, lo que indica una falta de compromiso del recurso humano de la compañía y a su vez una pérdida implicando la disminución de ingresos para la empresa Megaprit S.A

En la ejecución del examen de auditoría se determinó la existencia de un débil sistema de control interno para los procesos de ventas y logística los que no permiten que se cumplan los objetivos de la compañía.

RECOMENDACIONES

Aplicar las recomendaciones emitidas durante la ejecución de la auditoria con el propósito de hacer más efectivas los controles y alcanzar los objetivos de la empresa.

La compañía debe mantener permanentemente control sobre el proceso debido a que es la base de una actividad bien desempeñada.

Reunirse con gerencia para cubrir ciertas necesidades encontradas con el fin de resolver problemas de ente interno.

Aplicar controles y exámenes constantes para mantener un ambiente de comunicación y monitoreo correcto y garantizar la toma de decisiones a tiempo.

Ejecutar las recomendaciones emitidas a los departamentos de ventas y logísticas así como determinar el monitoreo constante para verificar si se están cumpliendo.

BIBLIOGRAFÍA

- Arbones, E. (2009). *Logística Empresarial*. España: Marcombo.
- Blanco, F. (2012). *Dirección de Ventas: Liderazgo en el siglo XXI*. Argentina: Editorial Nobuko.
- Chinese, L. S. (2010). *Manual de Led Studio*. Chinese.
- Correa, F. (2009). *Adminstracion*. Jurnal .
- Cué Vega, A. (2012). *Diccionario de Finanzas*. Mexico: Trillas 2012.
- Estupiñan, R. (2007). *Adminidtración o Gestión de Riesgos E.R.M y la auditoría*. Bogotá: Adriana Gutiérrez.
- Fowler Newton, E. (2011). *Diccionario de Contabilidad Auditoria* . Argentina: Ediciones La Ley S.A.E 2011.
- García, L. (2010). *Integración del enfoque logístico actual en el diagnostico estratégico de las empresas en perfeccionamiento empresarial*. Cuba: Instituto Superior Politécnico Jose Antonio Echeverria CUJAE.
- Greco, O. (2009). *Diccionario Contable* . Argentina : Ediciones Valleta 2009.
- Jimenez, Y. (2009). *Auditoria* . Journal.
- Koenes, A. (2007). *La venta integral-La formula todos los vendedores*. España: Diaz de Santos.
- Landino, E. (2009). *Control Interno , Informe Coso*. Argentina: El cid Editor.
- Ltda, K. E. (2010). *User Manual Kramer*.

- Mantilla Blanco, S. A. (2009). *Auditoria del Control Interno*. Bogota: Adriana Gutierrez.
- Mora, F. (2009). *Evaluación Interna de las Ventas*. Argentina: El Cid Editor/apuntes.
- Navascués, J. (2008). *Manual de Logística Integral*. España: Diaz de Santos.
- Need, T. S. (2010). *Manual de Proyectos e Instalaciones*. China: Total Structures.
- Niño Rojas, V. M. (2011). *Metodología de la Investigación: Diseño y Ejecución*. Colombia: EDICIONES DE LA U.
- Prieto, J. E. (2008). *Gerencia de ventas*. Bogotá: Ecoe.
- Roland, C. (2010). *Video Mixer - Manual*.
- Standars, I. A. (2009). *Niff para Pymes. Niff para Pymes*.
- Zamarron, B. (2009). *Papeles de Trabajo: Auditoria*. Journal.

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO 1

Comparativo de Estados de Resultado de Megaprit S.A

MEGAPRIT S.A ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES RESUMEN ACUMULADO AL 31/12/2012		MEGAPRIT S.A ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES RESUMEN ACUMULADO AL 31/12/2013	
Ventas Netas	204,182.63	Ventas Netas	166,787.59
Ventas Brutas	204,182.63	Ventas Brutas	166,787.59
Costos de Ventas	42,167.26	Costos de Ventas	63,129.54
Costos	42,167.26	Costos	63,129.54
Gastos Generales	72,357.44	Gastos Generales	75,686.59
Gastos Administrativos	46,027.52	Gastos Administrativos	47,617.39
Gastos de Ventas	26,178.72	Gastos de Ventas	27,540.77
Gastos Financieros	151.20	Gastos Financieros	528.43
Utilidad Operacional	<u>99,657.93</u>	Utilidad Operacional	<u>27,971.46</u>
Ventas 2012	204,182.63		
Ventas 2013	166,787.59		
Diferencia	37,395.04		
Porcentaje de Variacion	18.31%		

ANEXO 2

Proforma del Cliente

Cant. Fechas	Cant. Items	Descripcion	P. Unitario	P. Total
3	1	<p>EVENTO FERIA OCTUBRE VIDEO WALL DE 3X3 MARCO ULTRAFINO (Grosor 0.5 cm) DIMENSIONES 3.09 X 1.74 MTS. ANCHO Y ALTO RESPECTIVAMENTE) CONFORMADO DE 9 MONITORES PROFESIONALES LED DE 46" + SOPORTE Y MALLA ESTRUCTURAL REFORZADA. Incluye DVD, cable de video , electrico (solo video wall), distribuidores de video y conectores. La produccion o material de video sera suministrada por el cliente. Incluye montaje, desmontaje y configuracion del video wall.</p>	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00
		<p>NOTA IMPORTANTE: Evento Guayaquil , Feria Octubre El cliente suministrará el punto eléctrico en la ubicación de nuestros equipos. . Nuestro precio incluye la entrega y retiro de los equipos in situ. La instalación se podrá realizar desde el día anterior sin recargo adicional.</p>	<p>SUBTOTAL \$ 3.000,00 15% DESCUENTO 450,00 SUBTOTAL A 2.550,00 OTROS - SUBTOTAL B 2.550,00 I.V.A 12% \$ 306,00 Total \$ 2.856,00</p>	



Forma de pago: Anticipo 50% saldo al termino del evento.
Gracias por la oportunidad de proveerles esta proforma
PROFORMA VALIDA POR 15 DIAS LABORALES

Pagina 1

ANEXO 3

Facturas de Eventos



LIDER EN PUBLICIDAD DINAMICA DIGITAL

Cdla. Alborada 5ta Etapa, Mz. 5-IX, Sl. 2, Av. Rodolfo Baquerizo Nazur
Edif. Cordova, Piso 2 Of. 5 • Telfs.: (593-4) 2277 913 / 2846 711
Guayaquil - Ecuador

FACTURA
R.U.C. 0992336633001
AUTORIZACIÓN S. R. I. No. 1112362706

Serie-001-001-0001729

FECHA: GUAYAQUIL, AGOSTO 14 DEL 2013

CLIENTE: M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL

DIRECCION: MALECON Y 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 0-960000220001

FORMA DE PAGO: CREDITO

GUIA DE REMISION:

DANT.	DESCRIPCIÓN	TOTAL
	<p>SERVICIO DE ALQUILER: PANTALLA LED DE 6X4 (6MM): Tipo: Rental Outdoor. Visual pixel pitch: 6mm. Tipo de chip: Sitan resolución: 1024 x 768, pixeles por m2: 27778. Presentación de colores: 4.4. Intensidad De led: 6500 nit (cd/m2). Consumo de energía: 600w por m2. Electricidad: 220v 50/60Hz. Distancia visual optima: 6mts. Real: 12mts. Optima: 24mts. Pixel real: 12mm. DURANTE LOS DIAS DEL EVENTO</p>	\$7,336.92
	<p>SERVICIO DE ALQUILER: PANTALLA LED DE 4X3 (6MM): Rental Outdoor. Pixel real: 12mm. Pixel pitch: 6mm. Tipo de chip: Sitan Resolución: 1024 x 768. Pixel por metro2: 27778. Presentación de Colores: 4.4. Intensidad de led: 6500 nits (cd m2). Peso por m2: 48kg. Consumo de energía: 600w por m2. Electricidad: 220v. 50/60Hz. Distancia Visual optima: Desde 6 metros. Real: 12 metros.</p>	\$3,586.93
	<p>EQUIPOS QUE INCLUYEN EN LAS PANTALLAS: Procesador led: Entradas: 3 CVBS, 1 de video, 1 de componente, 2 VGA, 1 DVI, 1 HDMI, 1 video compuesto, 1 SDI. Salidas: 1 VGA, 1 DVI, (funciones soporta PIP, Soporta audio y video Sincronizado, soporta salida de resolución: 1024, 768, 1920, 1080-60Hz, soporta teclado de operación, soporta señal y TCP/IP Control remoto. Monitores de video: 9 monitores de 7 pulgadas a color de rack para prelistas 3 en 1. Cables de video: 400m de cable de video VNC a VHS cables de 100m y 50m. Humbucker: 2 eliminadores de mala de video (HUMBUCKER)</p>	\$10,923.85
	SUB TOTAL 12 %	
	SUB TOTAL 0 %	
	FORMA DE PAGO: CONTRA FACTURA - SIE-MIN-140-2013	
	SUB TOTAL	\$10,923.85
	I.V.A. 12 %	\$1,310.86
	VALOR TOTAL	\$12,234.71

JEFATURA DE PUBLICIDAD Y COMUNICACION SOCIAL, PRENSA Y PUBLICIDAD

14 AGO 2013

[Firma]

RECIBIDO

SUB TOTAL

I.V.A. 12 %

VALOR TOTAL

DESCUENTO

SUB TOTAL

I.V.A. 12 %

VALOR TOTAL

[Firma]

EMITIDO POR

[Firma]

AUTORIZADO POR

RECIBIDO POR

NOTA: FAVOR DE CANCELAR CON CHEQUE CRUZADO A NOMBRE DE "MEGAQUIN S.A."

NANCY NATALIA CAÑARTE MOREIRA - Imprenta Imagen - Telf.: 2642313 - RUC: 0904228251001 - Aut. 2101
 1 Block 100x3 No. 0001651 al 0001750 - 22 Febrero 2013 - VALIDO SU EMISION HASTA 22 FEBRERO 2014.

ORIGINAL: ADQUIRENTE - COPIA AMARILLA: FISCOS
 COPIA CELESTE: SIN DERECHO A CREDITO TRIBUTARIO

ANEXO 4

Acta de entrega y recepción Eventos

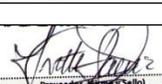
ACTA DE ENTREGA RECEPCIÓN SERVICIOS DE TRADE - EVENTOS		No.	1050871
		Fecha:	01/07/2014
		Ciudad:	GUAYAQUIL

Por medio del presente dejo constancia que los bienes y/o servicios proporcionados por concepto de la implementación del plan/evento detallado a continuación, fueron realizados en las fechas indicadas y las actividades se ejecutaron conforme los requisitos de calidad solicitados por Cervecería Nacional CN S.A de acuerdo a la(s) orden(es) de compra descrita(s) en el cuadro adjunto.

Evento/Plan:	IMPLEMENTACION PANTALLA LED Y TRANSMISION 2DO. PARTIDO DE ECUADOR EN MACHALA		
Fecha Inicio:	<input type="text"/>	Fecha Fin:	20/06/2014

Detalle de Servicios	
# pedido	Descripción
4500137528	SERVICIO DE TRANSMISION DEL PARTIDO
4500137528	IMPLEMENTACION DE PANTALLA LED PARA EVENTO

Observaciones:
¿Se presentaron observaciones durante la implementación del servicio? Si o No . Si la respuesta es Si, proporcionar detalles.

Elaborado por	Certificado por
 Propietario (Firma y Sello)	Persona que recibe el servicio (Firma)
Código: 1050871	C.I.:
Nombre: IVETTE SAENZ	Código:
	Nombre:
	Teléfono:

Los datos certificados por la persona que recibe el servicio están sujetos a verificación cuando el área de Control lo requiera.

En el caso de la implementación de servicios masivos para puntos de venta (mas de 20 puntos):

- el acta de entrega recepción deberá ser firmado por el responsable del plan o evento
- la firma de cada cliente debe ser consignada en el listado entregado al proveedor por Trade Marketing y/o Eventos o en su defecto, el listado puede ser reemplazado por formato estándar utilizado por el proveedor para la entrega del bien o servicio
- la evidencia fotográfica debe corresponder al 1000% de las implementaciones realizadas

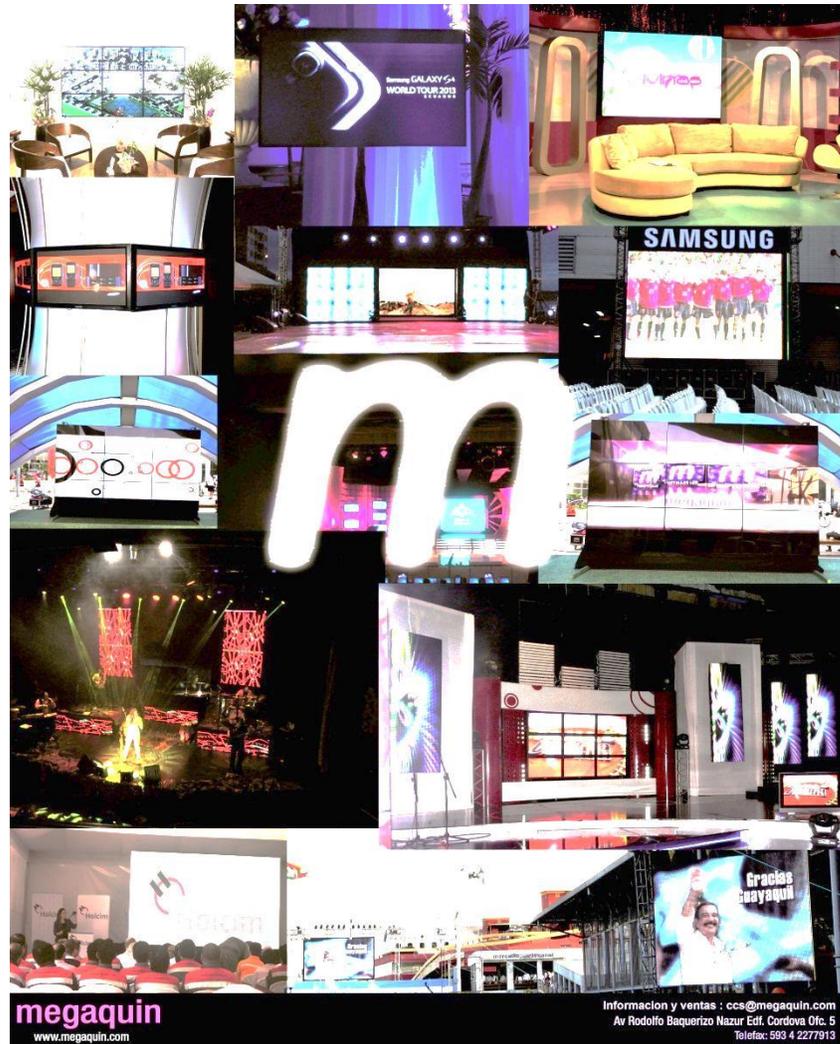
En el caso de la implementación de servicios de personal:

- debe registrarse al reverso del acta, los nombres completos, número de cédula y firma de los prestadores del servicio

Original = Planeación y Control Comercial; Copia 1=Trade Marketing/Eventos; Copia 2=Proveedor

ANEXO 5

Colash de Eventos



ANEXO 7

Formato de Servicio Técnico y Mantenimiento



megaquin S.A.
LIDER EN PUBLICIDAD DINAMICA DIGITAL

00432
Oficina: Av. Rodolfo Baquerizo Nazur, Edif. Córdova, 2do. Piso
Telf.: 04-2277913 - Email: megaquin@megaquin.com
Website: www.megaquin.com
Guayaquil - Ecuador

SERVICIO TÉCNICO

Fecha: <u>30/07/2013</u>	Revisado por: <u>Steven Ovala</u>
Lugar: <u>Bodega</u>	Cliente: _____

AUDIO: Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Pesimo <input type="checkbox"/> No Tiene <input type="checkbox"/>	VIDEO: Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Pesimo <input type="checkbox"/> No Tiene <input type="checkbox"/>
ELÉCTRICO: Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Pesimo <input type="checkbox"/> No Tiene <input type="checkbox"/>	CONEXIONES: Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Pesimo <input type="checkbox"/> No Tiene <input type="checkbox"/>

OTROS:
Ninguna

OBSERVACIONES:

REPUESTOS UTILIZADOS:



 REVISADO POR



 CLIENTE

ANEXO 8

Factura de Transportistas

Lia Esther Querido Veas
 R.U.C. 0918075474001
 Act. de Venta al por menor de Llantas
 Act. de Alquiler de Camiones con
 Conductor y Operario
 Urb. La Joya Mz. 10 Solar 23
 Telf.: 6041127 • Cel.: 098 0858983 - 099 9627009
 Samborondon - Ecuador

FACTURA

001-001- **0000378**

Aut. S.R.I. 1112162456

Ciudad:	DIA	MES	AÑO
Gye	20	02	2013

Cliente: Murguion S.A. C.I./R.U.C.: 0992336633001
 Dirección: Albarrada 5^{ta} Etapa Teléfono: _____

CANT.	DESCRIPCION	P. Unit.	TOTAL
	Cremito Camal uno "Maniet" 26/01/2013		60,00 ✓
	Cremito Camal uno "Baila" 27/01/2013		40,00 ✓
	Cremito Guayana 30/01/2013		700,00 ✓
	Cremito Auto Retiro de Camal Uno 1/02/2013		40,00 ✓
	Balaje Camal uno / Camal uno a bodega		40,00 ✓
	Cremito a Ouito 4/02/2013		650,00 ✓
	Cremito Centro de Comercios 7/02/2013		40,00 ✓
		Sub-Total	1570,00
		Descuento	—
		Sub-Total	—
		I.V.A. 12 %	—
		Total	—

Son: Mil quinientos setenta 00/100... dólares

[Firma]
Firma Autorizada

[Firma]
Recibi Conforme

Pozo Beltrán Carla Vanessa "VaneGra" PBX: 2230555
 R.U.C. 0919842948001 AUT. 3366 • IB de 100x3 del 351 al 450
 Elab. 09/Enero/2013 Vence 09/Enero/2014

ANEXO 9

Formato de Guía de Remisión



megaquin S.A.

LIDER EN PUBLICIDAD DINAMICA DIGITAL
 Cda. Alborada 5ta Etapa, Mz. 5-IX, Sl. 2, Av. Rodolfo Baquerizo Nazur
 Edif. Córdova, Piso 2 Of. 5 • Telfs.: (593-4) 2277 913 / 2646 711
 Guayaquil - Ecuador

GUÍA DE REMISIÓN
R.U.C. 0992336633001
Serie-001-001-
00000014
Aut. SRI. 1115313143

Fecha de iniciación del traslado: Fecha de emisión:

Fecha de terminación del traslado: Tipo del comprobante de venta:

Orden/Compra: No. de Aut. No. del comprobante de venta:

MOTIVO DEL TRASLADO:

<input type="checkbox"/> VENTA	<input type="checkbox"/> TRASLADO ENTRE ESTABLECIMIENTOS DE UNA MISMA EMPRESA	<input type="checkbox"/> DEVOLUCIÓN
<input type="checkbox"/> COMPRA	<input type="checkbox"/> TRASLADO POR EMISOR ITINERANTE DE COMPRA DE VENTA	<input type="checkbox"/> IMPORTACIÓN
<input type="checkbox"/> TRANSFORMACIÓN		<input type="checkbox"/> EXPORTACIÓN
<input type="checkbox"/> CONSIGNACIÓN		<input type="checkbox"/> OTROS

PUNTO DE PARTIDA:

DESTINATARIO
 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL:

PUNTO DE LLEGADA: R.U.C./C.I.:

TRANSPORTISTA SR.: **PLACA:**

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL:

R.U.C./C.I.: DIRECCIÓN:

BIENES TRANSPORTADOS

Cant.	Unidad	Descripción

Entrega

Transportista

Recibí Conforme

NANCY NATALIA CAÑARTE MOREIRA • Imprenta Imagen • Teléfono: 2642313 • R.U.C. 0904228251001 • Aut. 2101
 Block 100x2 • No. 00000001 al 00000100 • 30 Julio /2014 • VALIDO SU EMISIÓN HASTA 30 JULIO DE 2015.
 ORIGINAL: Usuario • COPIA AMARILLA: Emisor

ANEXO 10

Carta de aceptación de la empresa

m megaquin
Líder en Soluciones Visuales

Oficina: Av. Rodolfo Baquerizo N. Edif. Cordova piso 2.
Tel: 593-4-2277813 - E-mail: megaquin@megaquin.com.
Website: www.megaquin.com.

Guayaquil, 27 de agosto del 2014

Ing.

Leonardo Barona Valencia
Director de la Carrera de Contabilidad Y Auditoria
Facultad Administrativa
Universidad Politécnica Salesiana

Ciudad.-

De mis consideraciones:

En nuestro afán de contribuir con el desarrollo profesional de nuestros colaboradores autorizamos que la tesis de la Sra. Noralma Miranda Palacios sea desarrollada en base a los lineamientos y procesos utilizados en MEGAQUIN S.A.

Considerando que como empresa debemos aportar de manera altruista concedemos la mencionada autorización con la petición expresa que no sea revelada Razón Social en la que está basado el proyecto, dicha condición debe ser cumplida a cabalidad.

Sin otro particular me suscribo de usted,

Atentamente,


Ing. Carlos Cabezas S.
GERENTE GENERAL