



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN EN EMPRESAS**

Tema:

**PROPUESTA DE AUDITORÍA INTERNA AL PROCESO DE VENTAS EN
EL COMERCIAL AVÍCOLA Y PECUARIA UBICADA EN EL CANTÓN
GUAYAQUIL**

Autora:

VARGAS SALAZAR DORI ESPERANZA

Tutora:

MCA. MERCEDES JOHANNA ESPINOZA ESPINOZA

Guayaquil – Ecuador

2018



DEDICATORIA

Este trabajo a Dios por ser el pilar de mi vida que me ha dado fuerzas y salud para salir adelante.

A Mis Padres y a mis tíos que su ayuda ha sido fundamental en mi vida que han estado conmigo en todo momento, sea bueno o malo, pero siempre dándome la mano, diciendo: ¡Sigue adelante y no te rindas! Para que puedas alcanzar las metas que te has propuesto.

Dori Esperanza Vargas Salazar



AGRADECIMIENTO

Al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología por permitirme culminar mis estudios.

A los docentes por instruirme en el proceso de profesionalización de manera eficaz.

Dori Esperanza Vargas Salazar

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de auditoría interna al proceso de ventas en el Comercial Avícola y Pecuaria ubicada en el Cantón Guayaquil “**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿De qué manera una auditoria interna permitirá un manejo adecuado en los procesos de ventas del Comercial Avícola y Pecuaria ubicado en el Cantón Guayaquil en el período lectivo 2018?** El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada **Vargas Salazar Dori Esperanza**

Tutora: **MCA. Mercedes Espinoza Espinoza**

5522

**CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE
TRABAJOS DE TITULACIÓN**

Yo, **Vargas Salazar Dori Esperanza** en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Propuesta de auditoría interna al proceso de ventas en el Comercial Avícola y Pecuaria ubicada en el Cantón Guayaquil**, de la modalidad de **presencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresas**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Dori Esperanza Vargas Salazar



Nombre y Apellidos del Autor

Firma

No. de cédula: 0931010326





Factura: 001-004-000040569



20190901016D01718

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901016D01718

Ante mí, NOTARIO(A) CECILIA PAULINA CALDERON JACOME de la NOTARÍA DÉCIMA SEXTA , comparece(n) DORI ESPERANZA VARGAS SALAZAR portador(a) de CÉDULA 0931010326 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 26 DE FEBRERO DEL 2019, (13:41).

Dori E. Vargas Salazar.
DORI ESPERANZA VARGAS SALAZAR
CÉDULA: 0931010326

NOTARIO(A) CECILIA PAULINA CALDERON JACOME
NOTARÍA DÉCIMA SEXTA DEL CANTÓN GUAYAQUIL





CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Dori E. Vargas Salazar

Número único de identificación: 0931010326

Nombres del ciudadano: VARGAS SALAZAR DORI ESPERANZA

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/CARBO
(CONCEPCION)

Fecha de nacimiento: 21 DE NOVIEMBRE DE 1994

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: BACHILLER

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: VARGAS VELOZ LUDGARDO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: SALAZAR CAÑARTE ROSA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 24 DE AGOSTO DE 2018

Condición de donante: NO DONANTE

Información certificada a la fecha: 26 DE FEBRERO DE 2019

Emisor: NAILYN ARIAN VALLADARES SIERRA - GUAYAS-GUAYAQUIL
GUAYAS-GUAYAQUIL

N° de certificado: 197-201-84504



197-201-84504

Ldo. Vicente Talano G.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CALIFICACIÓN

N. 093101032-6

CLASIFICA EN
CIUDADANÍA
APellidos y Nombres
VARGAS SALAZAR
DORI ESPERANZA
LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO
GUAYAS
QUAYAQUIL
CARGO (CONCEPCIÓN)
FECHA DE NACIMIENTO 1994-11-21
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO FEMEA
ESTADO CIVIL SOLTERO




INSTRUCCIÓN BACHILLERATO PROFESIÓN Y OCUPACIÓN BACHILLER

APellidos y Nombres del Padre
VARGAS VELOZ LUDGARDO
Apellidos y Nombres de la Madre
BALAZAR CARRERA ROSA
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
QUAYAQUIL
2009-09-24

0120051122

Doris E. Vargas Salazar




CERTIFICADO DE VOTACIÓN
4 DE FEBRERO 2013

227 227 - 336 0931010326
PARTIDA NÚMERO NÚMERO CÉDULA

VARGAS SALAZAR DORI ESPERANZA
APELLIDOS Y NOMBRES

QUAYAS PROVINCIA CIRCUNSCRIPCIÓN:
QUAYAQUIL CANTÓN ZONA: 1
FEBRES CORDERO PARROQUIA




REFERÉNDUM Y CONSULTA POPULAR 2013

CIDADANÍA

ESTE DOCUMENTO AGREGA QUE USTED SUFRAGÓ EN EL REFERÉNDUM Y CONSULTA POPULAR 2013

ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS LOS TRÁMITES PÚBLICOS Y PRIVADOS

Doris E. Vargas Salazar

DOY FE QUE ESTE DOCUMENTO ES
FIEL COPIA DE SU ORIGINAL
Y CONSTA DE FOJA

Guayaquil 25 FEB 2013

Ab. Cecilia Calderón Jácome
NOTARIA XVI GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN EN EMPRESAS**

Tema:

Propuesta de auditoría interna al proceso de ventas en el Comercial
Avícola y Pecuaria ubicada en el Cantón Guayaquil

Autora: Vargas Salazar Dori Esperanza

Tutora: Mca. Mercedes Espinoza Espinoza
RESUMEN

El Comercial Avícola y Pecuaria encargada de vender productos farmacéuticos, alimentos y accesorios para animales se ha determinado falencias en el proceso de ventas puesto que no existen controles de facturación y cobro que eviten pérdidas de dinero. El primer capítulo se presentará el planteamiento del problema del presente trabajo, la ubicación del problema, justificación e importancia. En el capítulo II se tratará temas del marco teórico y sus antecedentes. En el capítulo III se menciona la metodología relacionada a lo que es el diseño de investigación, tipos de investigación y de los tipos de técnicas e instrumentos que se implementaran. El cuarto capítulo habla sobre la Propuesta de auditoría interna al proceso de ventas para el que se planteará un plan de mejora en el Comercial Avícola y Pecuaria ubicada en la ciudad de Guayaquil. Se concluye que existen deficiencias en las ventas que no han tenido un buen desempeño.

Auditoría

Interna

Proceso

Ventas



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN EN EMPRESAS**

Tema:

Propuesta de auditoría interna al proceso de ventas en el Comercial
Avícola y Pecuaria ubicada en el Cantón Guayaquil

Autora: Vargas Salazar Dori Esperanza

Tutora: Mca. Mercedes Espinoza Espinoza
ABSTRACT

The Poultry and Livestock Commercial responsible for selling pharmaceutical products, food and accessories for animals has been determined flaws in the sales process since there are no billing and collection controls to avoid losses of money. The first chapter will present the approach of the problem of the present work, the location of the problem, justification and importance. Chapter II will deal with topics of the theoretical framework and its antecedents. Chapter III mentions the methodology related to what is the design of research, types of research and the types of techniques and instruments that will be implemented. The fourth chapter talks about the Proposal of internal audit to the sales process for which an improvement plan will be proposed in the Poultry Commercial and Livestock located in the city of Guayaquil. It is concluded that there are deficiencies in sales since they have not performed well.

Audit

Internal

Process

Sales

CONTENIDOS:

PÁGINAS

PORTADA..... i

DEDICATORIA ii

AGRADECIMIENTO iii

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR iv

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT v

RESUMEN vii

ABSTRACT viii

ÍNDICE GENERAL..... ix

ÍNDICE DE GRÁFICOS xiii

ÍNDICE DE TABLAS xiv

CAPÍTULO I..... 1

EL PROBLEMA..... 1

 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... 1

 Ubicación de la problemática en el contexto..... 1

 Situación conflicto 2

 Delimitación del problema..... 3

 Formulación del problema 3

 Evaluación del problema..... 3

 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 4

 Objetivo general..... 4

 Objetivos específicos 4

 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN..... 4

CAPÍTULO II..... 6

MARCO TEÓRICO 6

 Antecedentes históricos..... 6

 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA..... 8

Concepto de Auditoría	8
Concepto de Auditoría Interna	8
Alcance	9
Propósito de la auditoría interna	10
Clasificación de Auditoría	10
Concepto de Ventas	11
Objetivos de las ventas	11
Concepto de proceso de ventas	11
Pasos de los procesos de Ventas	12
Lista de tareas que debe realizar un gerente de ventas	12
Plan de Ventas.....	13
Presupuesto de ventas	13
Motivación.....	14
Comunicación	14
Código de Ética.....	14
Aplicación y cumplimiento.....	15
Principios	16
Reglas de conducta	16
Antecedentes referenciales.....	18
FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	21
Normativa Internacional Auditoría – NIA.....	21
NIA 315 – Responsabilidad del auditor para identificar y valorar riesgos	21
NIA 320 - Responsabilidad que tiene el auditor de aplicar concepto de importancia relativa	22
NIA 330 – Responsabilidad del auditor de diseñar e implementar respuestas	22
NIA 500 – Evidencia de auditoría en una auditoría de estados financieros	23
NIA 450 – Responsabilidad del auditor de evaluar el efecto de las incorrecciones identificadas.....	23

NAGAS	25
Clasificación de las normas de auditoría generalmente aceptadas	25
NIC 1	29
Información suministrada por los estados financieros	30
Componentes de los estados financieros	30
Consideraciones generales.....	31
VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
DEFINICIONES CONCEPTUALES	33
CAPÍTULO III.....	35
MARCO METODOLÓGICO.....	35
Comercial Avícola y Pecuaria historia.....	35
Misión	35
Visión	35
Logotipo	35
Principales Proveedores	36
Principales competidores.....	37
Análisis económico	37
BALANCE GENERAL	37
ESTADO DE RESULTADOS.....	38
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	38
Diseño.....	38
Investigación.....	39
Diseño de investigación	39
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	39
Método Cuantitativo	39
Método Cualitativo	39
TIPOS DE INVESTIGACIÓN	40
POBLACIÓN Y MUESTRA.....	41
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	42

Preguntas de la Encuesta	42
CAPÍTULO IV.....	44
Tabulación de la encuesta	44
PROPUESTA.....	54
Mejora de auditoría interna en los procesos de ventas	54
Plan de auditoría.....	57
Programa de auditoría.	65
Papeles de trabajo.....	66
Informe de auditoría.....	75
Información introductoria.	75
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81
ANEXOS	84

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Desarrollo.....	12
Gráfico 2. Organigrama General.....	36
Gráfico 4. Pregunta 1.....	44
Gráfico 5. Pregunta 2.....	45
Gráfico 6. Pregunta 3.....	46
Gráfico 7. Pregunta 4.....	47
Gráfico 8. Pregunta 5.....	48
Gráfico 9. Pregunta 6.....	49
Gráfico 10. Pregunta 7.....	50
Gráfico 11. Pregunta 8.....	51
Gráfico 12. Pregunta 9.....	52
Gráfico 13. Pregunta 10.....	53
Gráfico 14. Ciclo de Ventas y Cobros.....	55
Gráfico 15. Metodología General de Auditoria del Ciclo de Ventas.....	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estudios	40
Tabla 2. Comunidad.....	41
Tabla 3. Modelo	41
Tabla 4. Técnicas e Instrumentos	42
Tabla 5. Pregunta 1	44
Tabla 6. Pregunta 2	45
Tabla 7. Pregunta 3	46
Tabla 8. Pregunta 4	47
Tabla 9. Pregunta 5	48
Tabla 10. Pregunta 6	49
Tabla 11. Pregunta 7	50
Tabla 12. Pregunta 8	51
Tabla 13. Pregunta 9	52
Tabla 14. Pregunta 10.	53

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación de la problemática en el contexto.

A nivel mundial las actividades de auditoría son sinónimo de revisión en todos los procesos contables entre otros, debido que existen diferentes tipos de auditorías que se pueden hacer en una organización. Actualmente en el mundo del campo empresarial se ha desarrollado la creación de novedosos servicios y productos que contribuyen en el progreso de los países en lo esto implica a realizar estudios.

Tanto que las instituciones del ámbito público y privado hoy en día realizan auditorías para llevar controles en su organización. No obstante, en el mundo empresarial tiene gran relevancia debido que las empresas tienen la obligación de llevar un sistema contable ligados a objetivos, propiamente ejecutados. Toda situación que se presente implicará evaluar y ajustar la situación de sus ventas.

Para las empresas es importante llevar auditoría interna ya que establecen controles que permiten proteger sus activos, minimizar sus riesgos e incrementar la eficacia de sus procesos, de hecho, la auditoría permite realizar evaluaciones en sus operaciones para establecer la presentación adecuada de los estados financieros según las leyes y normas que las rigen.

Una de las principales herramientas que logrará contribuir la auditoría interna en sus procesos de ventas es que determinará los problemas actuales para llegar a la conclusión de convertirlas en fortalezas y

oportunidades en lo cual este será el fruto de los resultados que permitirá en mejorar la rentabilidad de la empresa.

Situación conflicto

La Comercial Avícola y Pecuaria es un negocio pequeño tipo farmacia veterinaria dedicada a la venta de productos farmacéuticos, alimentos y accesorios destinados para animales actualmente presenta pérdida de dinero en su negocio en lo cual se retrasan los pagos a sus empleados.

Durante el transcurso de los años las farmacias veterinarias no han tenido mayor importancia ya que solo existían farmacias podría decirse medicamentos para los seres humanos. Hoy en día la medicina va avanzando y los tiempos van cambiando. De cierta manera ciertas farmacias no cuentan con sistemas adecuados de control en lo que implica que no exista una correcta organización y no se esté llevando a cabo un plan estratégico.

Asimismo, esto hace que no tomen decisiones adecuadas y oportunas debido a que no cuentan con una política interna en lo que conlleva un mal manejo en su empresa al momento de no tener una buena seguridad al guardar dinero, generando que se presentan pérdidas. Teniendo en cuenta que llevar estos sistemas conlleva tareas y de una autorización bien clara para evitar barreras que obstaculicen a sus empleados de evitar robos y fraudes dentro de ella.

Dado que por no contar con una buena administración provoque pérdidas en lo que conlleva un bajo rendimiento. En este tipo de conflicto a veces por no tener capacitado al personal esto puede influir mucho en su desempeño en los procesos de ventas. De cierta manera si la Comercial Avícola y Pecuaria continúe bajo rendimiento en sus ventas correría el riesgo del despido del personal y a su vez la Comercial se retire del mercado.

Delimitación del problema

El problema del presente proyecto investigativo se emplea en:

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

Lugar: Mapasingue Este km 5.5 Vía Daule entre en la calle 3ra y 4ta

Campo: Administración

Área: Auditoría

Aspecto: Auditoría interna, procesos de ventas

Tiempo: 2018

Formulación del problema

¿De qué manera una auditoría interna permitirá un manejo adecuado en los procesos de ventas del Comercial Avícola y Pecuaria ubicado en la ciudad de Guayaquil en el período lectivo 2018?

Evaluación del problema

Evidente: Porque este proyecto ayudará a solucionar el problema que tiene el Comercial y así se manifieste un buen desempeño en sus ventas.

Factible: Este proyecto de investigación tiene como fin de entregarle al Comercial, información que utilice para dar solución al problema que presenta.

Relevante: Porque se beneficiará la Comercial para aplicar estrategias y mejorar con esto los procesos de ventas en la empresa.

Claro: Esta investigación ayudará al Comercial Avícola y Pecuaria, en la aplicación de estrategias o técnicas que ayuden a mejorar sus ventas.

Originalmente: Este proyecto investigativo es nuevo para el Comercial Avícola y Pecuaria, porque no se han realizado estudios previos sobre el tema.

Pertenencia: El presente proyecto tiene correlación con la carrera a incursionar, puesto que la organización se beneficiará al tener un apoyo para mejorar sus ventas.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Planificar una propuesta de auditoría interna para los procesos de ventas del Comercial Avícola y Pecuaria.

Objetivos específicos

- Conocer teóricamente el manejo de auditoría interna y de los procesos de ventas.
- Identificar métodos, técnicas e instrumentos en la problemática de este trabajo de investigación.
- Presentar una propuesta de mejora de auditoría interna en los procesos de ventas.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Este estudio centra sus esfuerzos en realizar una auditoría interna, en el Comercial Avícola y Pecuaria para llevar a cabo una organización jerárquica y ordenada que permita de tal manera perfeccionar el uso de sus recursos, y una coherente planificación de sus actividades. La auditoría interna tendrá como principal fin verificar, evaluar métodos y procedimientos en la mejora de ciertas falencias que tiene el comercial aplicando marketing, estrategias, instrumentos financieros, para permanecer estable en el mercado y no presente una baja rentabilidad.

Cabe recalcar que este proyecto de investigación su valor agregado es para optimizar las inexactitudes en las ventas del Comercial Avícola y Pecuaria que permitirá mejorar la administración del negocio, para

mejorar el desempeño en sus controles y llevar una correcta coordinación que encaminará mejorar los niveles de sus ventas, la auditoría interna permitirá mejorar las operaciones para así llevar un control eficaz en la organización.

El objetivo principal de realizar un proceso de auditoría interna consiste en determinar el cumplimiento de las funciones, analizar sus objetivos, evaluaciones y recomendaciones, mejorar las debilidades de la empresa y convertirlas en fortalezas pretendiendo diagnosticar falencias en la venta y su proceso proponiendo técnicas y seguridad que mejoren su rentabilidad y lleve una sana gestión en sus ventas. El beneficiario de este proyecto será el Comercial Avícola y Pecuaria porque mejorarán los controles en sus ventas, evitando pérdidas de dinero y así podrá realizar bien su trabajo y llevar una buena administración dentro de ella.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes históricos.

Podemos afirmar que los procesos de auditoría tienen tanta antigüedad como la humanidad, desde sus comienzos se practicaba la auditoría con la contabilidad; su origen surge desde la actividad comercial debido a la falta de capacidad en sus procesos, incide en la necesidad de tener personas capacitadas que desarrollen un buen manejo de control e inspección de la misma.

Las primeras señales del uso de la terminología auditor se dan en los escritos de Cesar, Aristófanes y Cicerón en las ciudades de Roma y Grecia. Hace aproximadamente 2500 años durante el imperio de Ptolomeo Filadelfo II para la administración de Grecia se realizaban estas prácticas (Ramón J. , 2013).

La auditoría ha permitido desde sus inicios amalgamar los procesos contables de los grupos y pequeñas asociaciones de una manera fácil y encaminada a ofrecer un servicio eficiente con un valor agregado importante, con resultados sumamente acertados en la práctica.

Inicialmente las auditorías se enfocaron en la comprobación de registros de contabilidad, defender el activo para descubrir y prevenir posibles robos (Sandoval, 2012).

De tal manera el proceder de la auditoría acaparaba una forma de administrar integrada a los procesos administrativos, arraigadas a los procesos económicos cuyo propósito era determinar un excelente ambiente de control, coordinación de actividades, evaluación de riesgos, información

y comunicación, supervisión o monitoreo, todo aquello que conlleva la tarea operacional de toda empresa o institución en su pleno ejercicio.

Estos procesos se encargaban de inspeccionar con mayor certeza la información de registros contables para que los valores reflejados sean pertinentes. A través del desarrollo de las actividades industriales y comerciales cuando se producen herramientas de supervisión y control tanto de los recursos como de las actividades y empleados son las primeras demostraciones de auditoría interna (Ramón J. , 2013).

Un enfoque (auditoria) que permitió discernir los procedimientos, regulaciones y compromisos, adecuados en las operaciones comerciales que eran el primer fin comercial de toda actividad lucrativa.

La auditoría interna ha evolucionado para satisfacer las necesidades de instituciones y organizaciones gubernamentales y entidades que no tienen como finalidad lucrarse, que surgió cuando los administradores de corporaciones grandes consideraron que no se bastaba con la realización auditorías de forma anual (O. Ray Whittington, 2000).

Al respecto, desde la visión de los auditores con el pasar del tiempo era el de dar prioridad al cuidado de sus recursos y la mejora de los procedimientos como tal, el evaluar los contratos y el generar una respuesta era algo sencillo como el presentar una recomendación para mejorar determinados inconvenientes que suelen presentarse en toda causa comercial.

La definición de auditoría moderna sirve como base para la administración, ya que están inmersos en el proceso administrativo y relacionado con la prevención de errores, ineficiencias y fraude. Es probable que este nuevo enfoque sea atribuible a las modificaciones de tecnología ya que, por ejemplo, la contabilidad en las organizaciones actualmente en su gran mayoría esta computarizada, puesto que cada registro a procesos automáticos de chequeo: de esta manera, reducción la condición de que los

auditores revisen todas las transacciones y dejaran atrás aquellas actividades de auxiliar de oficina. (Ramón J. , 2013, p. 6)

Por lo visto la auditoría del ayer no tenía las mismas responsabilidades o capacidades, como las tiene todo auditor en la actualidad. Ahora su trabajo recae no solo en asuntos contables y financieros, sino también en aspectos de materia operacional.

Dado a conocer la historia de ciertos autores que cuentan que estos procesos hacen que se acerquen más las personas o empresas para tomar decisiones correctas en su organización por lo tanto la auditoría ha logrado estar dentro de los niveles jerárquicos para la toma de decisiones. Cabe recalcar que este modelo fortalecerá el control, evaluación prevención de riesgos y que satisfacen necesidades con métodos productivos, ágiles e innovadora.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Concepto de Auditoría

Se afirma que la auditoría comprende un instrumento de control para constituir a la creación de una cultura organizacional y hallar posibles fallas estructurales que existan dentro de la organización (Moreno, 2009).

Concepto de Auditoría Interna

La auditoría interna contribuye para que él logre de objetivos en las empresas por medio de metodologías que evalúen el proceso completo que derivara a presentar una solución (Ramón J. , 2013).

Según Mas (2002) destaca que la auditoría que esta actividad se presenta en las organizaciones cuando el personal pertenece a dicha institución (Jordi Mas, 2002).

Gerencia (2004) considera:

Evaluación independiente creada por la empresa para examinar y evaluar sus actividades, como un servicio a esa misma

organización. El objetivo de la auditoría interna es asesorar a los directivos de la empresa para desentenderse eficazmente de sus responsabilidades. Para tanto, esta evaluación brindara recomendaciones e información relativa a las actividades examinados. (p. 1)

Oliveira (2004) menciona. “La auditoría como un proceso interactivo de un agente de cambios, el cual asume la responsabilidad de auxiliar los ejecutivos y profesionales de dicha empresa en las tomas de decisiones, sin tener en control directo de la situación” (p. 24).

Almeida (1996) afirma. “La auditoría debe estar subordinada a aquellos cuyo trabajo examina. Además, tampoco debe desarrollar actividades que pueda venir un día a examinar, para que no interfiera en su independencia” (p. 25).

Prácticamente estos autores definen a la auditoría interna como una evaluación en donde permite detectar problemas o riesgos a tiempo en el que la auditoría interna ayudará también en darte recomendaciones y conclusiones para mejorar a la organización.

Alcance

Ramón (2013) afirma:

El límite de esta auditoría en una organización es amplio e involucra aspectos como los siguientes: revisar y evaluar la eficacia en las operaciones, la confiabilidad en datos financieros y operativa, determinar e investigar fraudes, las medidas de cuiden los activos y cumplimiento de las regulaciones; involucra la protección y cumplimiento de políticas y procedimientos estructurados de la empresa. (p. 11)

Propósito de la auditoría interna

Whittington (2000) afirma. “El objetivo de los auditores internos es ayudar a los miembros de una organización en el cumplimiento efectivo de sus responsabilidades al proporcionar análisis, evaluaciones, recomendaciones y asesoría” (p. 592).

Clasificación de Auditoría

La clasificación de auditoría según Whittintong (2000) está dividido en tres partes:

- De estados financieros
- De cumplimiento
- De operacionales.

Auditoría de estados financieros

Whittintong (2000) señala:

Una auditoría de estados financieros cubre ordinariamente el balance general y los estados relacionados de resultados, ganancias retenidas y flujos de efectivo. El fin es evaluar si estos estados se han preparados conforme a los principios de contabilidad. Esta auditoría de estados financieros es realizada normalmente por firmas de contadores públicos certificados, los usuarios de los informes de los auditores incluyen la gerencia, los inversitas, los banqueros, los acreedores, los analistas financieros y las agencias gubernamentales. (p. 9)

Auditorías de cumplimiento

El autor Whittington manifiesta que el desempeño de esta actividad muestra dependencia a los datos o información que se tienen en las leyes y las regulaciones que se determinen en la organización(O. Ray Whittington, 2000).

Auditorías operacionales

Whittintong (2000) destaca:

Una auditoría operacional es el estudio de una unidad específica, área o programa de una organización, con el objetivo de observar el desempeño. En actividades de departamento receptores en actividades de manufactura, por ejemplo, se evalúan en términos de efectividad, es decir, de su éxito de lograr sus metas y responsabilidades establecidas. (p. 9)

Concepto de Ventas

Si se deja solo a los consumidores o clientes, generalmente no efectuaran la adquisición o compra suficiente. Por esto, deben efectuar estrategias agresivas de marketing. Mayormente las organizaciones efectúan esta actividad cuando presentan excedentes en su capacidad total donde es primordial vender lo que tienen más no lo que el mercado necesita (Kotler, 2001).

Según el Diccionario de la Real Academia Española (2018) "Traspasar a alguien por el precio convenido la propiedad de lo que se posee".

Cabe recalcar que las ventas es la parte fundamental o como le dicen es el corazón para un negocio o comercial para que funcione ya que como sabemos el vendedor debe interactuar o llamar la atención al comprador para que así tenga una venta exitosa.

Objetivos de las ventas

Según Navarro (2012) los objetivos de las ventas son: vender, obtener, rentabilidad, imagen y beneficios.

Concepto de proceso de ventas

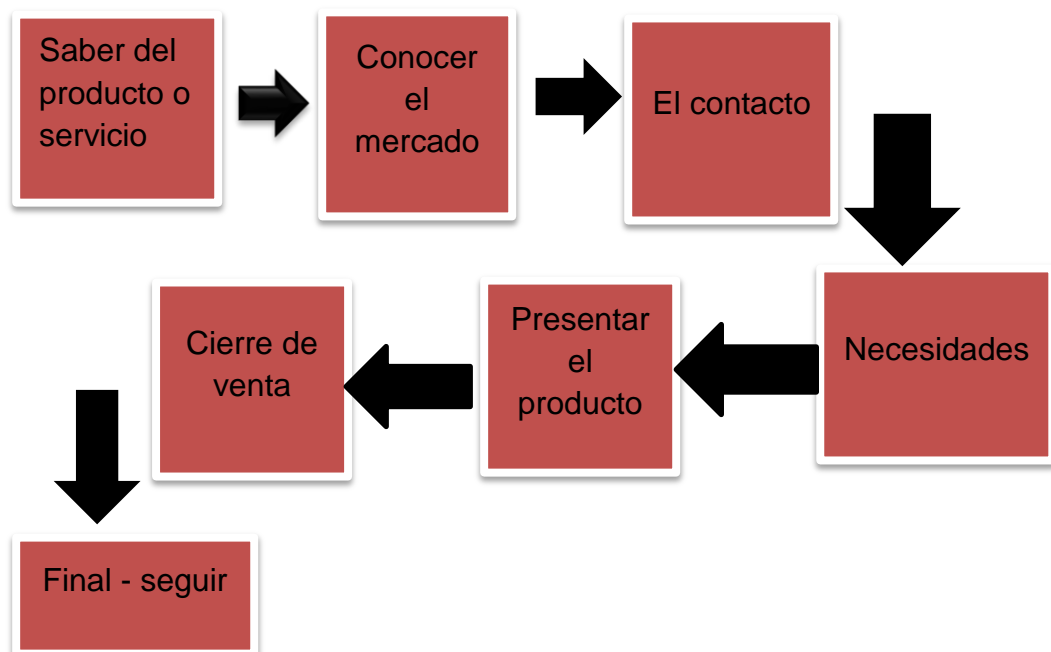
Este proceso atraviesa un conjunto de fases que parten de la localización del consumidor para el cierre de ventas; sin embargo, esto no acaba con la adquisición ya que hay que dar un buen servicio al cliente para aumentarle valor que recibe el cliente. (Navarro, 2012)

Es la secuencia combinada de cuatro fases que comienza el vendedor para que se formule una reacción adecuada por parte del consumidor final, es decir que se efectuó la compra (Stanton, p. 604).

El proceso de ventas habitualmente es una serie de pasos en el que el vendedor capta la atención del cliente en lo cual llegar un determinado fin hasta conseguir la venta de su producto o servicio.

Pasos de los procesos de Ventas

Gráfico 1. Desarrollo.



Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Lista de tareas que debe realizar un gerente de ventas

Salterain,(2011) manifiesta:

Esta es la lista de las once tareas que considera el autor que debe realizar un gerente de ventas de éxito. (p. 30)

- Planeamiento y presupuesto de ventas.

- Reclutamiento, selección y entrenamiento inicial de vendedores para su fuerza de ventas.
- Vender ideas a su equipo.
- Generar oportunidades para sus vendedores.
- Involucrarse en las decisiones de marketing.
- Monitoreo, evaluación y control.
- Mantener un buen clima organizacional. Manejo de conflictos.
- Administrar la gestión de ventas.
- Compensación, motivación y dirección de la fuerza de ventas.
- Desarrollo y capacitación de su fuerza de ventas.
- Capacitarse y mantenerse informado. (p. 30)

Plan de Ventas

Prieto, (2008) manfiesta:

El plan de ventas es un documento valioso para el gerente de ventas porque le permite definir claramente los objetivos, metas, compromisos, incentivos, etc.; por eso no basta con hacerlo, sino que hay que conocerlo, entenderlo, compartirlo y trabajarlo con la animación propia de un equipo ganador que desea posicionar su compañía a largo plazo con clientes fieles a nuestros productos y servicios. (p. 87)

Esto quiere decir que el gerente de ventas debe tomar en cuenta que para incentivar las ventas debe de realizar promociones y descuentos ya que las ventas es la parte fundamental para que funcione el negocio. El plan de ventas también consiste en hacer un estudio interno y externo del mercado y de su competencia.

Presupuesto de ventas

Prieto,(2008) afirma:

Cuando el gerente de ventas hace presupuestos lo que realmente propone es la asignación de recursos a los programas de ventas en cuanto a capital de trabajo, fuerza vendedora, análisis del mercado

y la competencia, tiempo, gastos y material de promoción y merchandising. (p. 92)

Esto quiere decir que existen claves para que sea más efectivo:

- Tener un registro de cada año o meses e ir comparando ya que esto servirá para poder verificar de cómo van sus ventas.
- Tener un seguimiento comercial de las oportunidades de ventas.
- Realizar seguimientos a los clientes.

Motivación

Prieto, (2015) afirma. “La motivación es el deseo de actuar del individuo – vendedor– con el fin de alcanzar las metas organizacionales en ventas condicionado por la posibilidad de satisfacer sus necesidades individuales” (p. 109).

La motivación es muy importante que el gerente de ventas entrene a sus empleados de como interactuar con el cliente tomando en cuenta también sus necesidades para así alcanzar el objetivo que se han propuesto teniendo buenas ventas.

Comunicación

Prieto, (2015) señala:

La comunicación es el ingrediente estelar para liderar un equipo de trabajo y consiste en escuchar con los oídos, los ojos, la mente, el cuerpo y el corazón, actuando con empatía y respetando las diferencias, dándoles el valor propio de las mismas. (p. 111)

La comunicación hoy es día es gran importancia para tomar buenas decisiones en tener una excelente información, conocer el nivel de satisfacción del cliente en el que implica tener la capacidad de negociar con el cliente y cerrar el trato de dicho producto o servicio.

Código de Ética

“Textualmente según el Código de Ética habla sobre la auditoria interna y

de sus auditores de porque es muy importante aplicarlas y a su vez qué medidas tomar” (Auditors, 2001).

El propósito del Código de Ética del Instituto es promover una cultura ética en la profesión de auditoría interna.

Según en el Código de Ética se afirma que la auditoría interna es interdependiente realizada para entender las operaciones de la empresa. En las organizaciones su fin es aportar de forma disciplinada enfoques que permitan lograr mayor eficacia en gestión de riesgos y control. Para llevar acabo esto se debe contar con un código de etica en la isntitución(Auditors, 2001).

El Codigo de Ética de una institución debe contener definiciones de este proceso de auditoría para que se cumplan dos componentes:

1. Principios necesarios y adecuados a la profesión de auditoría interna (Auditors, 2001).
2. Reglas o normas de conducta para manejar temas de comportamiento, estas normas servirán para la interpretación de los principios para obtener una adecuada conducta relacionada al aspecto ético(Auditors, 2001).

Este código juntamente con el Marco internacional para la Práctica Profesional y otras resoluciones emitidas por la sociedad, brindaran una dirección a los auditores. Cuando se habla de "auditores internos" se hace referencia socios, candidatos y profesionales de esta rama (Auditors, 2001).

Aplicación y cumplimiento

Según en el Código de Ética afirma:

En se aplica tanto a los individuos como a las entidades que proveen servicios de auditoría interna. Para los socios y los candidatos a profesionales pueden recibir estas certificaciones con el cumplimiento de lo establecido en los estatutos y Reglamentos

Administrativos del instituto. De no encontrarse una determinada conducta entre las normas de conducta no significa que dicha acción no puede ser considerada inaceptable, sometiéndose a la sanción que considere pertinente del encargado de la certificación(Auditors, 2001).

Principios

Según el Código de Ética afirma:

Los auditores deben cumplir con los siguientes requerimientos:

1. Integridad

Para obtener una mayor confianza y formar un buen juicio se vuelve necesario promover la integridad entre los auditores.

2. Objetividad

Estos auditores deben mostrar un análisis y comportamiento objetivo al momento de recolectar y analizar los datos que se les brindan, para ser comunicados de igual manera de forma objetiva. Estos profesionales no deben dejarse influenciar por intereses propios o de terceros. (Auditors, 2001).

3. Confidencialidad

En este punto se hace referencia a la no divulgación de información recibida sin una autorización previas.

4. Competencia

Toda persona que ejerza esta profesión debe contar con los conocimientos y aptitudes necesarios para llevar de manera adecuada sus servicios (Auditors, 2001).

Reglas de conducta

El Código de Ética manifiesta:

1. Integridad

Los auditores internos:

- Efectuaran sus labores con sinceridad, diligencia y de manera responsable.
- Respetar normas y solo se comunicará la información que exija la ley y profesión.
- No deberán formar parte de actividades ilegales o efectuarán actos que vayan en contra de la organización y la profesión.
- Deben contribuir al logro de los objetivos de la institución(Auditors, 2001).

2. Objetividad

Los auditores internos:

- No formaran parte de actividades que puedan afectar a la contribución de una evaluación imparcial de la información. Esto contiene toda actividad que perjudiquen los intereses de la profesión.
- No se debe aceptar o realizar acciones que perjudiquen de forma directa o indirecta el juicio profesional.
- Se divulgará solo hechos materiales que de no ser comunicados puedan distorsionar el informa final a presentar(Auditors, 2001).

3. Confidencialidad

Los auditores internos:

- Se mostrará prudencia en la utilización de información adquirida al momento de efectuar las evaluaciones pertinentes.
- No se usará información por motivos de lucro personal que sean ilegítimo o contradiga lo estipulado por la ley (Auditors, 2001).

4. Competencia

Los auditores internos:

- Los profesionales participaran o ejercerán servicios para los cuales cuenten con los suficientes conocimientos y experiencia.
- Se desempeñará bajo las Normas para la práctica Profesional de Auditoría Interna todo servicio a ejecutar. las Normas para la Práctica Profesional de Auditoría Interna.
- Se capacitarán para mejorar sus habilidades y lograr una mejor calidad en los servicios que (Auditors, 2001).

Antecedentes referenciales

En este proyecto de investigación se escogieron temas similares en que estén relacionados al tema con otras tesis para determinar como objeto de estudio en su revisión para buscar información y sirva de base a lo estudiado.

García Hugo,(2012) auditoría de gestión aplicada al área de compras y ventas de la EMPRESA JAYCO REPRESENTACIONES Y SERVICIOS CÍA. LTDA. dedicada a la distribución y venta al por mayor de insumos químicos, pintura en polvo y productos automotrices, publicado en el año 2012, Ingeniero en Contabilidad y Auditoría Contador Público Autorizado, de la Universidad Central del Ecuador Facultad de Ciencias Administrativas Escuela de Contabilidad y Auditoría.

“En el trabajo referenciado el autor de esta tesis habla de la situación basado en una Auditoría de Gestión orientada al análisis, revisión y verificación de los Procesos de los Departamentos de Compras y de Ventas de JAYCO, con el fin de medir los niveles de eficiencia, eficacia, economía, ecología y ética, de tal manera que se pueda identificar las desviaciones o errores que se pueden encontrar en dichos procesos, y a su vez implementar la mejora para eliminar tales desviaciones o errores”.

En este trabajo investigativo se pudo observar que no tenía una planificación estratégica en el que debe comunicar a sus empleados de manera completa y a su vez programar indicadores de gestión para cada una de sus áreas con el fin de llegar a cumplir con sus objetivos para que tenga un buen desempeño económico.

León Nilo y Zavala Jéssica, (2013) diseño de un sistema de gestión por procesos para el área de ventas de una empresa dedicada a la comercialización de productos agrícolas ubicada en la ciudad de Milagro, publicado en el año 2013, Ingeniería en Auditoría y Contaduría Pública Autorizada de la Escuela Superior Politécnica del Litoral. Facultad de Ciencias Naturales y Matemáticas.

“En este trabajo referenciado los autores de esta tesis hablaron de la situación en el que se diseñará un sistema de gestión por procesos mediante la implementación de indicadores que permitirán identificar, evaluar y mejorar los procesos del departamento de ventas para la ayuda de toma de decisiones, determinando los procesos que se desarrollan en el área de ventas de una empresa agrícola”.

En este trabajo de investigación se pudo observar que los autores lo que buscaron es realizar estrategias en el que se pueda ejecutar decisiones ya que mediante a esto el personal no contaba con una dirección estratégica, no se encontraron indicadores en sus procesos y tampoco contaba con la elaboración de presupuesto en sus ventas.

Robalino Alexis, (2011) auditoría de gestión al departamento de ventas y servicio al cliente de los Almacenes de Electrodomésticos San Francisco “Impoeksa” de la ciudad de Riobamba, correspondiente al periodo del 1 de enero al 31 de diciembre del 2010, publicado en el año 2011, Ingeniería en Contabilidad y Auditoría Contador Público Autorizado de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Facultad de Administración de Empresas. Escuela de Contabilidad y Auditoría.

“En este trabajo referenciado el autor de esta tesis habla de la situación en formular estrategias de ventas que permitan mejorar el proceso de estas y evaluar el desempeño de los colaboradores de los Almacenes Electrodomésticos San Francisco Impoeksa”.

En este trabajo de investigación se pudo observar que el autor para determinar las falencias que presentaba la empresa realizó una evaluación en sus procesos y aplicar indicadores que ayuda en la eficiencia, eficacia y su economía y también que tenga un buen ambiente de trabajo en el que los empleados participen en ella y poder mejorar la atención del cliente.

Monteza Anthony, (2014) auditoría operativa aplicada al área de ventas, en la Empresa Pardo's Chicken Chiclayo, para una mayor eficiencia de sus procesos operativos, publicado en el año 2014, Contador Público de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Escuela de Contabilidad.

“En este trabajo referenciado el autor de esta tesis habló que es necesario que sus procesos operativos sean eficientes y que los controles operativos permitan alcanzar el rendimiento y crecimiento en las ventas y alcanzar sus metas y objetivos trazados. También necesita mecanismos que permitan un mejor control de los procesos de producción y ventas y la aplicación de procedimientos y técnicas”.

En este trabajo de investigación se pudo observar que el autor llegó a la conclusión se necesita tomar medidas en los procesos de ventas en el que tener una buena supervisión durante el envío y registro de sus pedidos para así evitar cualquier problema en el proceso de facturación.

Relacionando las cuatro referencias mediante este estudio se puede deducir que las ventas es la parte más importante para que la entidad crezca en lo cual enfocándonos en las variables planteadas están resaltando tanto una auditoría en sus procesos de ventas ya que por lo

general tiene un mal funcionamiento dentro de ellas y necesitan tener un buen manejo de control ya que permitirá identificar sus deficiencias.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

En este proyecto se ha hecho una investigación referente a artículos que estén relacionados con la empresa por cual puede exigir sus derechos. Por lo tanto, existen leyes generales que se rigen al problema en el que textualmente dice:

Normativa Internacional Auditoría – NIA

Las Normas Internacionales de Auditoría se deberán aplicar en las auditorías de los estados financieros. Las NIA contienen principios y procedimientos básicos y esenciales para el auditor. Estos deberán ser interpretados en el contexto de la aplicación en el momento de la auditoría.

NIA 315 – Responsabilidad del auditor para identificar y valorar riesgos

El NIA es la normativa sobre la responsabilidad del auditor, identificar y valorar los riesgos de incorrección material en los estados financieros, mediante el conocimiento de la entidad y de su entorno, incluido el control interno de la entidad.

Objetivo

El objetivo del auditor es identificar y valorar los riesgos de incorrección material, debida a fraude o error, tanto en los estados financieros como en las afirmaciones, mediante el conocimiento de la entidad y de su entorno, incluido su control interno, con la finalidad de proporcionar una base para el diseño y la implementación de respuestas a los riesgos valorados de incorrección material.

NIA 320 - Responsabilidad que tiene el auditor de aplicar concepto de importancia relativa

El NIA es la normativa sobre la responsabilidad del auditor, aplicar el concepto de importancia relativa en la planificación y ejecución de una auditoría de estados financieros.

El objetivo del auditor es aplicar el concepto de importancia relativa de manera adecuada en la planificación y ejecución de la auditoría.

Objetivo

El objetivo del auditor es obtener evidencia de auditoría suficiente y adecuada con respecto a los riesgos valorados de incorrección material mediante el diseño e implementación de respuestas adecuadas a dichos riesgos.

Definición

A efectos de las NIA, la importancia relativa o materialidad para la ejecución del trabajo se refiere a la cifra o cifras determinadas por el auditor, por debajo del nivel de la importancia relativa establecida para los estados financieros en su conjunto, al objeto de reducir a un nivel adecuadamente bajo la probabilidad de que la suma de las incorrecciones no corregidas y no detectadas supere la importancia relativa determinada para los estados financieros en su conjunto. En su caso, la importancia relativa para la ejecución del trabajo también se refiere a la cifra o cifras determinadas por el auditor por debajo del nivel o niveles de importancia relativa establecidos para determinados tipos de transacciones, saldos contables o información a revelar.

NIA 330 – Responsabilidad del auditor de diseñar e implementar respuestas

El NIA es la normativa sobre la responsabilidad del auditor, en una auditoría de estados financieros, de diseñar e implementar respuestas a

los riesgos de incorrección material identificados y valorados por el auditor de conformidad con la NIA 3151.

Objetivo

El objetivo del auditor es obtener evidencia de auditoría suficiente y adecuada con respecto a los riesgos valorados de incorrección material mediante el diseño e implementación de respuestas adecuadas a dichos riesgos.

NIA 500 – Evidencia de auditoría en una auditoría de estados financieros

El NIA es la normativa sobre la responsabilidad del auditor, explica lo que constituye evidencia de auditoría en una auditoría de estados financieros, y trata de la responsabilidad que tiene el auditor de diseñar y aplicar procedimientos de auditoría para obtener evidencia de auditoría suficiente y adecuada que le permita alcanzar conclusiones razonables en las que basar su opinión.

Esta NIA es aplicable a toda la evidencia de auditoría obtenida en el transcurso de la auditoría.

Objetivo

El objetivo del auditor es diseñar y aplicar procedimientos de auditoría de forma que le permita obtener evidencia de auditoría suficiente y adecuada para poder alcanzar conclusiones razonables en las que basar su opinión.

NIA 450 – Responsabilidad del auditor de evaluar el efecto de las incorrecciones identificadas

El NIA es la normativa sobre la responsabilidad del auditor, de evaluar el efecto de las incorrecciones identificadas en la auditoría y, en su caso, de las incorrecciones no corregidas en los estados financieros.

La NIA 700 trata de la responsabilidad que tiene el auditor, al formarse una opinión sobre los estados financieros, de concluir sobre si ha alcanzado una seguridad razonable de que los estados financieros en su conjunto están libres de incorrección material. La conclusión del auditor requerida por la NIA 700 tiene en cuenta la evaluación que el auditor realiza del efecto, en su caso, de las incorrecciones no corregidas sobre los estados financieros, de conformidad con la presente NIA1. La NIA 3202 trata de la responsabilidad que tiene el auditor de aplicar el concepto de importancia relativa adecuadamente en la planificación y ejecución de la auditoría de estados financieros.

Objetivo

El objetivo del auditor es evaluar:

- el efecto en la auditoría de las incorrecciones identificadas; y
- en su caso, el efecto de las incorrecciones no corregidas en los estados financieros.

Definición

A los efectos de las NIA, los siguientes términos tienen el significado que se les atribuye a continuación:

Incorrección: Diferencia entre la cantidad, clasificación, presentación o información revelada respecto de una partida incluida en los estados financieros y la cantidad, clasificación, presentación o revelación de información requeridas respecto de dicha partida de conformidad con el marco de información financiera aplicable. Las incorrecciones pueden deberse a errores o fraudes. Cuando el auditor manifiesta una opinión sobre si los estados financieros expresan la imagen fiel, o se presentan fielmente, en todos los aspectos materiales, las incorrecciones incluyen también aquellos ajustes que, a juicio del auditor, es necesario realizar en las cantidades, las clasificaciones, la presentación o la revelación de

información para que los estados financieros expresen la imagen fiel o se presenten fielmente, en todos los aspectos materiales

Incorrecciones no corregidas: Incorrecciones que el auditor ha acumulado durante la realización de la auditoría y que no han sido corregidas.

NAGAS

Las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas (NAGAS) son los principios y requisitos que debe cumplir el auditor en el desempeño de sus funciones de modo que pueda expresar una opinión técnica responsable, también son llamadas Normas Técnicas de Auditoría.

Clasificación de las normas de auditoría generalmente aceptadas

Estas normas pueden diferir de país en país (por lo general son dictadas por el colegio de contadores de cada país) pero, en general, son 10 y se agrupan en tres grandes renglones:

Normas Generales o Personales

- Entrenamiento y capacidad profesional
- Independencia
- Cuidado o esmero profesional.

Normas de Ejecución del Trabajo

- Planeamiento y Supervisión
- Estudio y Evaluación del Control Interno
- Evidencia Suficiente y Competente

Normas de Preparación del Informe

- Aplicación de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.
- Consistencia
- Revelación Suficiente
- Opinión del Auditor

1. Normas personales o generales

Regulan las condiciones que deben reunir el auditor de cuentas y su comportamiento en el desarrollo de su actividad.

Entrenamiento y capacidad profesional: La auditoría debe ser ejecutada por un personal que tenga el entrenamiento técnico adecuado y criterio como auditor. No basta con la obtención del título profesional de contador público, sino que es necesario tener una capacitación constante mediante seminarios, charlas, conferencias, revistas, manuales, trabajos de investigación, etcétera, y el entrenamiento en el campo.

Cuidado y diligencia profesional: Debe ponerse todo el cuidado profesional en la ejecución de la auditoría y en la preparación del informe. El debido cuidado impone la responsabilidad sobre cada una de las personas que componen la organización de una auditoría independiente y exige cumplir las normas relativas al trabajo y al informe. El ejercicio del cuidado debido requiere de una revisión crítica en cada nivel de supervisión del trabajo ejecutado y del criterio empleado por aquellos que intervinieron en el examen. La capacidad y cuidado profesional es una norma común a la profesión del contador público y a todas las profesiones que se desprenden del carácter profesional de la actividad de auditoría. Si bien es cierto que un profesional no puede ser considerado infalible y, por lo tanto, no se le puede exigir éxito, se debe evaluar la capacidad para el desempeño de las actividades profesionales o su negligencia. En efecto, la actividad profesional, en tanto humana, es falible y se debe considerar que el común de las personas no tiene definido el concepto del alcance de auditoría que se realiza sobre la base de muestras, evidencia selectiva y, sobre todo, de la opinión cuando se refiere a la presentación razonable de la situación financiera. La razonabilidad financiera depende del juicio y el juicio es susceptible de error.

Independencia: Para que los interesados confíen en la información financiera este debe ser dictaminado por un contador público

independiente que de antemano haya aceptado el trabajo de auditoría, ya que su opinión no esté influenciada por nadie, es decir, que su opinión es objetiva, libre e imparcial.

2. Normas relativas a la ejecución del trabajo

Su fin es determinar los medios y las actuaciones que aplican al auditor en su ejercicio.

Planeación y supervisión: La auditoría debe planificarse adecuadamente y el trabajo de los asistentes debe ser supervisado apropiadamente. La auditoría de los estados financieros requiere de una operación adecuada para alcanzar totalmente los objetivos de la forma más eficiente. La designación de auditores externos por parte de la empresa se debe efectuar con la suficiente anticipación al cierre del período materia del examen, con el fin de permitir el adecuado planeamiento del trabajo del auditor y la aplicación oportuna de las normas y procedimientos de auditoría. Por su parte, la supervisión debe ejercerse en las etapas de planeación, ejecución y terminación del trabajo. Debe dejarse en los papeles de trabajo evidencia de la supervisión ejercida.

Estudio y evaluación del control interno: Debe estudiarse y evaluarse apropiadamente la estructura del control interno para planificar la auditoría y determinar la naturaleza, duración y alcance de las pruebas que se deben realizar. Solo es obligatorio para el auditor el examen de aquella parte del sistema general de preparación de los estados financieros que se va a auditar. Este estudio y evaluación del control interno se debe hacer cada año adoptando una base relativa de las áreas de evaluación y profundizando su incidencia en aquellas áreas donde se advierten mayores deficiencias. Asimismo, el auditor, al evaluar el control interno, determinará sus deficiencias, su gravedad y posibles repercusiones. Si las fallas son graves y el auditor no sufre esa limitación de una manera

práctica, deberá calificar su dictamen y opinar con salvedad o abstención de opinión.

Obtención de la evidencia suficiente y competente: Debe obtenerse suficiente evidencia mediante la inspección, observación, indagación y confirmación para proveer una base razonable que permita la expresión de una opinión sobre los estados financieros auditados. Una evidencia será insuficiente, por ejemplo, cuando no se ha participado en una toma de inventarios, no se confirmó las cuentas por cobrar, etc.

3. Normas relativas a la preparación de los informes

El dictamen de un auditor es el documento por el cual un contador público, actuando en forma independiente, expresa su opinión sobre los estados financieros sometidos a su examen. La importancia del dictamen ha hecho necesario el establecimiento de normas que regulen la calidad y los requisitos para su adecuada preparación. Está compuesto por cuatro NAGAS:

Aplicación de principios de contabilidad generalmente aceptados (PCGA): El informe debe expresar si los estados financieros están presentados de acuerdo a los PCGA. Esta norma requiere que el auditor conozca los principios de contabilidad y procedimientos, incluyendo los métodos de su aplicación.

Consistencia en la aplicación de los principios de contabilidad generalmente aceptados: para que la información financiera pueda ser comparable con ejercicios anteriores y posteriores, es necesario que se considere el mismo criterio y las mismas bases de aplicación de principios de contabilidad generalmente aceptados, en caso contrario, el auditor debe expresar con toda claridad la naturaleza de los cambios habidos.

Revelación suficiente. A menos que el informe del auditor lo indique, se entenderá que los estados financieros presentan en forma razonable y

apropiada, toda la información necesaria para mostrarlos e interpretarlos apropiadamente.

Opinión del auditor. El dictamen debe expresar una opinión con respecto a los estados financieros tomados en su conjunto o una afirmación a los efectos de que no puede expresar una opinión en conjunto. El objetivo de esta norma, relativa a la información del dictamen, es evitar una mala interpretación del grado de responsabilidad que se está asumiendo. El auditor no debe olvidar que la justificación para expresar una opinión ya sea con salvedades o sin ellas, se basa en el grado en que el alcance de su examen se haya ajustado a las NAGAS.

NIC 1

Objetivo

La Norma establece los requisitos generales para la presentación de los estados financieros y las directrices para determinar su estructura, de igual forma fija los requisitos mínimos sobre su contenido. Para ello fija las bases para la presentación de los estados financieros con el objeto de asegurar que los mismos sean comparables, ya sea con los estados financieros de la misma empresa de ejercicios anteriores, como con los de otras empresas diferentes, con domicilio social en cualquier país de la UE.

Alcance

La NIC 1 se aplicará a todo tipo de estados financieros que sean elaborados y presentados. Las reglas fijadas en esta Norma se aplicarán de la misma manera a todas las empresas, con independencia de que elaboren estados financieros consolidados o separados.

Los bancos y otras entidades financieras deberán cumplir los requisitos de información que se establecen en la NIC 30.

Algunas empresas de acuerdo a su naturaleza ya sean públicos o privados deberán adaptar la presentación de los estados financieros, llegando incluso a cambiar algunas denominaciones.

Información suministrada por los estados financieros

Los estados financieros suministrarán información acerca de los siguientes elementos de la empresa:

- Activos
- Pasivos
- Patrimonio neto
- Gastos e ingresos, en los que se incluyen las pérdidas y ganancias
- Otros cambios en el patrimonio neto
- Flujos de efectivo

De igual forma la información de las notas permitirá a las empresas estimar los flujos de efectivo futuros.

Componentes de los estados financieros

Los componentes de los estados financieros son los siguientes:

- Balance
- Cuenta de resultados
- Un estado de cambios en el patrimonio neto que muestre: todos los cambios habidos en el patrimonio neto; o bien los cambios en el patrimonio neto distintos de los procedentes de las transacciones con los propietarios del mismo, cuando actúen como tales
- Estado de flujos de efectivo
- Notas, en las que se incluirá un resumen de las políticas contables más significativas y otras notas explicativas

Muchas empresas presentan adicionalmente a los estados financieros un análisis financiero elaborado por la dirección que describe y explica las características principales del rendimiento y la situación financiera de la empresa, así como las incertidumbres más importantes a las que se enfrentan.

También muchas empresas presentan informes relacionados al estado del valor añadido o a la información medioambiental, estos se concentran en

sectores industriales. Es importante anotar que estos informes y estados, presentados aparte de los estados financieros, quedarán fuera del alcance de las NIIF.

Consideraciones generales

A continuación, se presentan algunas consideraciones que hay que tener en cuenta sobre la NIC 1.

- Los estados financieros reflejarán la situación, el rendimiento financiero y los flujos de efectivo de la empresa, es importante anotar que la representación fiel de los efectos de las transacciones, así como de otros eventos y condiciones, de acuerdo con las definiciones y los criterios de reconocimiento de activos, pasivos, ingresos y gastos fijados en el Marco Conceptual. Se presumirá que la aplicación de las NIIF, acompañada de informaciones adicionales cuando sea preciso, dará lugar a estados financieros que proporcionen una presentación razonable.
- Toda empresa cuyos estados financieros cumplan las NIIF efectuará, en las notas, una declaración, explícita y sin reservas, de cumplimiento.
- La presentación razonable se alcanzará cumpliendo con las NIIF aplicables. Una presentación razonable adicionalmente requiere que la empresa: Seleccione y aplique las políticas contables de acuerdo con la NIC 8 Políticas contables, cambios en las estimaciones contables y Errores, Presente la información, incluida la relativa a las políticas contables, de manera que sea relevante, fiable, comparable y comprensible y Suministre información adicional siempre que los requisitos exigidos por las NIIF resulten insuficientes para permitir a los usuarios comprender el impacto de determinadas transacciones, de otros eventos o condiciones, sobre la situación y el rendimiento financieros de la empresa.
- Es importante anotar que las políticas contables inadecuadas no quedarán legitimadas por el hecho de dar información acerca de

las mismas, ni tampoco por la inclusión de notas u otro material explicativo al respecto.

- Los estados financieros se elaborarán bajo la hipótesis de empresa en funcionamiento, si por el contrario la dirección pretenda liquidar la empresa o cesar en su actividad procederá a revelar esta información en los estados financieros.
- Todos los estados financieros se elaborarán bajo la hipótesis contable del devengo, con excepción sobre flujos de efectivo.
- La presentación y clasificación de las partidas en los estados financieros se conservará de un ejercicio a otro.
- Cada clase de partidas similares, que posea la suficiente importancia relativa, deberá ser presentada por separado en los estados financieros. Las partidas de naturaleza o función distinta deberán presentarse separadamente, a menos que no sean materiales.
- No se compensarán activos con pasivos, ni ingresos con gastos, salvo cuando la compensación sea requerida o esté permitida por alguna Norma o Interpretación.

La información comparativa respecto del ejercicio anterior se presentará para toda clase de información cuantitativa (información de tipo descriptivo y narrativo) incluida en los estados financieros.

VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Auditoría interna: Profesión cuya actividad involucra el coadyuvar con la entidad, con su gobierno corporativo y con la empresa al logro de metas apoyándose en estrategias sistemáticas para evaluar los procesos de negocio, así como con las actividades y los lineamientos establecidos con los grandes netos de la organización (Ramón J. , 2013).

Proceso de ventas: La venta es una actividad humana que tiene paralelismos con muchas Cualquier persona, aun sin ser consciente de

ello, si bien no ha actuado como vendedor en alguna circunstancia, seguro que ha participado de una manera más o menos directa en un proceso de ventas, ya sea como beneficiado con el intercambio o como parte influyente. (Viciano , 2011, p. 7)

DEFINICIONES CONCEPTUALES

Auditar: “Censura, verificación o revisión de cuentas, consiste en la comprobación de la contabilidad de una empresa y la correcta aplicación de los principios contables” (Sanz, 2002, pág. 17).

Venta: Proceso en el que se efectúa una interacción con el consumidor o cliente para que este realice una compra, mostrándoles los beneficios del servicio o producto a ofrecer. Como primer paso se deben localizar las necesidades, para posterior ofrecer las características del producto para comunicar los beneficios (Marketingdirecto, 2018).

Control interno: Se llamará control interno, al conjunto de acciones, políticas, procedimientos, normas y métodos, entre otros, que se producen en una institución como resultado de las acciones de los jefes y empleados, que afecten el funcionamiento de la organización (Definicionabc, 2018).

Procesos: En las organizaciones los procedimientos y procesos tienen un significado más restringido. Se refieren a las secuencias ordenadas de actividades que deben realizarse para completar un trabajo, al final del cual se obtiene un producto o servicio (Jordi Mas, 2002, p. 144).

Auditoría interna: La auditoría es una parte importante del control de la administración, sobre todo, cuando se requiere un análisis de los resultados; puesto que los servicios proporcionan un modo de seguridad a las empresas para las diferentes gestiones que estas realizan (Hernández, 2010, p. 4).

Auditoría interna: Actividad independiente de la organización para contribuir a agregar valor y una mejor eficacia de los riesgos que se puedan presentar en los procesos que se realizan(Mora, 2004).

Control adecuado: Esta presente si la dirección ha planificado y organizado (diseñado) las operaciones de manera tal que proporcionen un aseguramiento razonable de que los objetivos y metas de la organización serán alcanzados de forma eficiente y económica (Gaitán, 2006).

Gestión de riesgos: Un proceso que constituye el identificar, evaluar, manejar y controlar acontecimientos o situaciones potenciales, con el propósito de generar un alcance a los objetivos planteados por la organización (Frett & N, 2011).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se dará a conocer como primer punto la historia del Comercial Avícola y Pecuaria; y como segundo punto se analizará la metodología de investigación aplicando técnicas en lo cual se encuentra el negocio.

Comercial Avícola y Pecuaria historia

La Comercial Avícola y Pecuaria es un negocio que empezó hace 15 años por la Sra. Maira Baque Chilán al principio comenzó vendiendo balanceados y pollos luego al pasar el tiempo cambiaron las cosas y fue innovando su producción a través de la venta de productos farmacéuticos en veterinaria, alimentos y accesorios para los animales.

Misión

El comercial Avícola y Pecuaria es un negocio encargado en ofrecer los mejores productos en el mundo animal para mejorar su calidad de vida y bienestar.

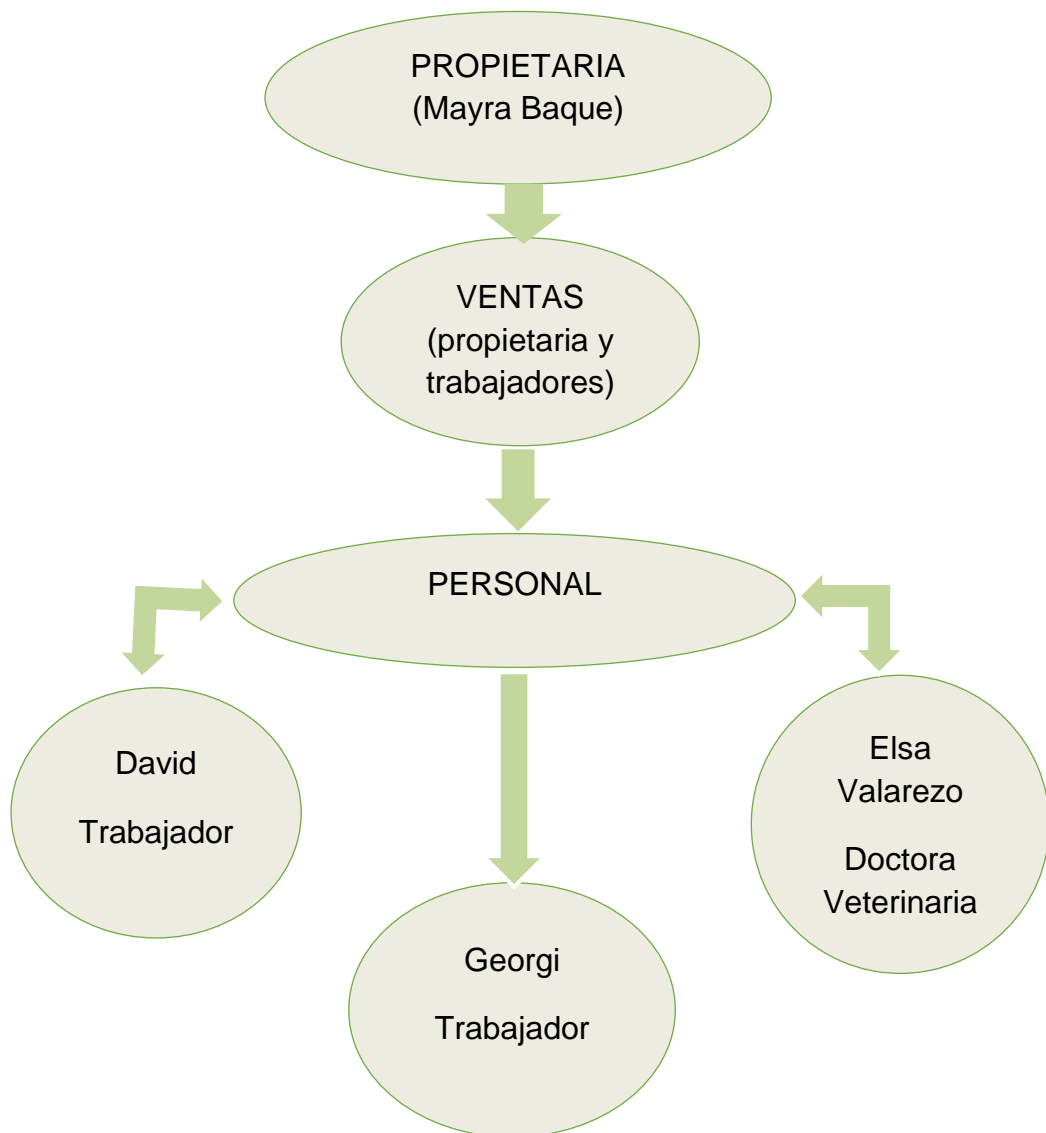
Visión

Ser reconocida como una de las mejores farmacias a nivel nacional.
Que nuestros clientes nos visiten con mayor frecuencia, debido que contamos con medicamentos, alimentos y accesorios de alta calidad.

Logotipo



Gráfico 2. Organigrama General



Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Principales Proveedores

- Agripac S.A.
- Ecuaquimica
- Pronaca
- Max Interquímica
- Bioalimantar CIA. LTTDA.
- Disprovef
- JB (James Brown) Pharma C.A.

- Laboratorio Chalver del Ecuador CIA.
- FÁRMACO Veterinaria S.A.
- FarbioPharma S.A.

Principales competidores

Farmacia Veterinaria Manny

Farmacia Veterinaria Avícola Pepe

Análisis económico

Comercial Avícola y Pecuaria

BALANCE GENERAL

Enero – Junio 2018

ACTIVOS CORRIENTES

Caja	\$ 25.430,00	
Banco	\$ 17.843,00	
Inventario	\$ 82.892,00	
Cuenta por Cobrar	\$ 2.760,00	
TOTAL A. CORRIENTES		\$ 128.925,00

ACTIVOS FIJOS

Edificio	\$ 122.500,00	
Terreno	\$ 40.000,00	
Muebles de Oficina	\$ 2.430,00	
Suministro de Oficina	\$ 1.540,00	
Equipo de Computacion	\$ 1.500,00	
Vehiculo	\$ 21.200,00	
TOTAL A. FIJOS		\$ 189.170,00

TOTAL ACTIVOS

\$ 318.095,00

PASIVOS

PASIVOS CORRIENTES

Cuenta por Pagar	\$ 3.200,00	
Documentos por Pagar	\$ 1.700,00	
TOTAL P. CORRIENTES		\$ 4.900,00

TOTAL PASIVOS

\$ 4.900,00

PATRIMONIO

Capital	\$ 381.491,00	
Utilidad/Perdida	\$ -68.296,00	

TOTAL PATRIMONIO

\$ 313.195,00

TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO

\$ 318.095,00

Comercial Avícola y Pecuaria

ESTADO DE RESULTADOS

Enero – Junio 2018

INGRESOS

Ventas	\$ 36.490,00	
Costo de Ventas	<u>\$ 21.894,00</u>	
UTILIDAD BRUTA		<u>\$ 14.596,00</u>

GASTOS

Gastos Operativos	\$ 21.654,00	
Sueldos y Salarios	\$ 9.000,00	
Suministros Quimicos	\$ 24.572,00	
Gastos Generales	\$ 11.622,00	
Gastos Administrativos	\$ 3.245,00	
Gastos Varios	\$ 6.757,00	
Gastos de Comercializacion	\$ 2.763,00	
Gastos de Publicidad	<u>\$ 3.279,00</u>	
TOTAL GASTOS		<u>\$ 82.892,00</u>
PERDIDA DEL EJERCICIO		<u>\$ -68.296,00</u>

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Diseño

Hernández, Fernández, y Baptista, (2014) afirman:

“Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento” (p. 128).

Los autores Tamayo y Tamayo indican que para la estructuración de una investigación indicaran la manera más optima que debe seguir el investigador del proyecto para resolver el problema que se plantea (Tamayo y Tamayo, 2010).

Investigación

Una investigación define el esfuerzo que comienza el investigador para aclarar problemas planteados (Sabino, 2002).

Diseño de investigación

El diseño que hace un investigador busca resolver inquietudes que se formulan en la plantación de problemáticas (Arias F. G., 2012).

En estos conceptos se refiere que el diseño es la elaboración de estrategias a diferencia de que la investigación es un plan en el que el investigador obtiene respuestas de sus interrogantes. El diseño de investigación conceptualiza el problema investigado hasta verlo colocado dentro una estructura en el que sea de guía para su experimentación.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Método Cuantitativo

Ackerman & Com, (2013) afirman:

Esta técnica de investigación se caracteriza fundamentalmente por la búsqueda y la acumulación de datos. Las conclusiones que se desprenden del análisis de esos datos se utilizan generalmente para probar hipótesis previamente formuladas; para ello se emplea a los números como fundamento, a través de construcciones estadísticas. Para el enfoque cuantitativo, la manera correcta para conocer es producir un análisis a partir de los datos recolectados, de acuerdo con ciertos criterios lógicos. (p. 40)

El método cuantitativo llamado también enfoque está basado en diversos elementos como la recolección de datos, análisis estadísticos y medición numérica. También en este tipo de investigación se genera en probar teorías y utiliza la lógica deductiva y en probar hipótesis. Este tipo de metodología su diseño de investigación es estructurado.

Método Cualitativo

Ackerman & Com, (2013) manifiestan:

Las técnicas cualitativas de investigación recaban datos sin emplear necesariamente matrices estadísticas y, por lo tanto, sin la necesidad de números para sostener el desarrollo y las conclusiones respecto de lo investigado. El enfoque cualitativo hace referencia a un proceso de descripción que también suele ser para plantear nuevas interrogantes. (p. 41)

El método cualitativo llamado también enfoque está basado en la recolección de datos en lo que no necesitas de cifras numéricas en el que busca descubrir preguntas de investigación, no busca comprobar hipótesis en la mayoría de los estudios ya que este se comprueba mediante el proceso que se realiza. En este tipo de investigación se toma en cuenta que como finalidad en sus datos tiene forma de imágenes, textos u objetos. En cuanto a su diseño de investigación es flexible mediante su realización de estudio.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Tabla 1. Estudios

Exploratoria	Descriptiva	Explicativa	Correlacional
Esta se realiza sobre temas pocos investigados y de los cuales se necesita mayor información (Arias F. G., 2012, p. 23).	Profundiza aspectos de fenómenos para evaluar y determinar comportamientos del tema investigado (Arias F. G., 2012, p. 24).	Busca explicar las causas de hechos o fenómenos por medio de relación causa y efecto (Arias F. G., 2012, p. 26).	Evalúa comportamiento de diferentes variables para determinar los comportamientos de un tema investigado (Hernández F. y., 2014, p. 82).

Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

POBLACIÓN Y MUESTRA

Para realizar este proyecto de investigación se tomó en cuenta que el negocio o comercial es pequeña en lo cual solo se manejan con las ventas no tienen otros departamentos ya que es tipo farmacia veterinaria, pero a su vez venden alimentos para mascotas.

Población: “Cualquier conjunto de elementos que tengan una o más propiedades en común definidas por el investigador y que puede ser desde toda la realidad, hasta un grupo muy reducido de fenómenos” (Hernández & Coello , 2012, p. 59).

Tabla 2. Comunidad

Ítem	Población	Cantidad
1	Gerente	1
2	Empleados	2
3	Dra. Veterinaria	1
	Total	4

Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Muestra: “Es un grupo relativamente pequeño de unidades de características de la población” (Hernández & Coello , 2012, p. 59).

Para este proyecto de investigación la autora tomó como muestra los mismos datos porque el negocio es pequeño por lo que su población es pequeña.

Tabla 3. Modelo

Ítem	Población	Cantidad
1	Gerente	1
2	Empleados	2
3	Dra. Veterinaria	1
	Total	4

Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

En el trabajo de investigación se utilizarán las siguientes técnicas e instrumento para la recolección de datos.

Tabla 4. Técnicas e Instrumentos

Técnicas	Instrumentos
Observación	Guía
Encuesta	Cuestionario o preguntas

Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Se utilizará estas técnicas ya que permitirán hacer el análisis de estudio para determinar los problemas que se presentan en la Comercial Avícola y Pecuaria y los instrumentos son las herramientas en lo cual ayudará complementar el análisis de estudio.

Observación: Consiste en la percepción que tiene un investigador por medio de la visión para responder a una problemática (Gómez, 2012).

Encuesta: “Suele utilizarse como una alternativa a las restricciones que presenta la observación. Se basa en la realización de ciertas preguntas encaminadas a obtener determinados datos” (Gomez, 2012, pág. 82).

Preguntas de la Encuesta

Preguntas de la Encuesta	
1.- ¿Se lleva un registro diario de las ventas?	
Siempre	<input type="text"/>
De vez en cuando	<input type="text"/>
2.- ¿La falta de control incide en los procesos de ventas en el negocio?	
Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>
3.- ¿Existen riesgos en la Comercial Avícola y Pecuaria por llevar un mal manejo en sus procesos de ventas?	
	<input type="text"/>

Positivo
Negativo

4.- ¿El negocio debe elaborar planes para poder afrontar riesgos?

Si
No

5.- ¿Se realizan correcciones de errores dentro de los procesos de ventas en la Comercial Avícola y Pecuaria?

Si
No

6.- ¿Se facturan todos los pedidos solicitados por los clientes?

Si
No

7.- ¿Tienen archivado todos los pedidos facturados?

Si
No

8.- ¿Se establecen herramientas de control para dar buenos resultados en sus procesos de ventas?

Positivo
Negativo

9.- ¿En el negocio existe alguna persona que supervise el rol de las ventas?

Si
No

10.- ¿Usted está de acuerdo que se realice una auditoría interna en sus procesos de ventas para mejorar el negocio?

De acuerdo
En desacuerdo

CAPÍTULO IV

Tabulación de la encuesta

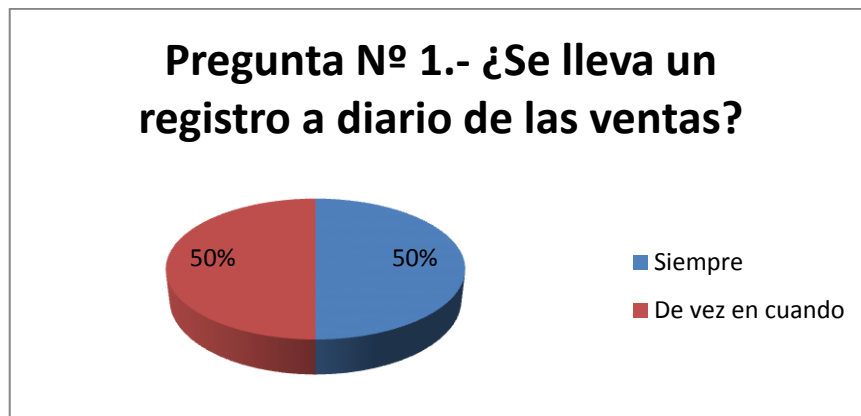
Pregunta N.º 1.- ¿Se lleva un registro a diario de las ventas?

Tabla 5. Pregunta 1

Nº	Respuesta	Totales	
		Cantidad	Porcentaje
1	Siempre	2	50%
2	De vez en cuando	2	50%
Total		4	100%

Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Gráfico 3. Pregunta 1



Análisis: Del total de personas encuestadas, el 50% indica que siempre se lleva un registro diario en las ventas, mientras que el 50% restante indica que de vez en cuando se realiza el registro diario de las ventas.

Interpretación: Las repuestas de esta pregunta es que los que trabajan en este negocio se refleja que a veces registran y a veces no, en el que esto da a determinar que es por eso se deba a las bajas ventas.

Pregunta N.º 2.- ¿La falta de control incide en los procesos de ventas en el negocio?

Tabla 6. Pregunta 2

Nº	Respuesta	Totales	
		Cantidad	Porcentaje
1	Si	3	75%
2	No	1	25%
Total		4	100%

Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Gráfico 4. Pregunta 2



Análisis: Del total de personas encuestadas, el 75% indica que la falta de control incide en los procesos de ventas en el negocio, mientras que el 25% restante indica la falta de control no incide en los procesos de ventas en el negocio.

Interpretación: Los que trabajan en este negocio afirman que la falta de control muchas veces incide en sus procesos de ventas y que por lo general esto hace a que se lleve un descontrol dentro de ella y no pueda llevar una buena administración.

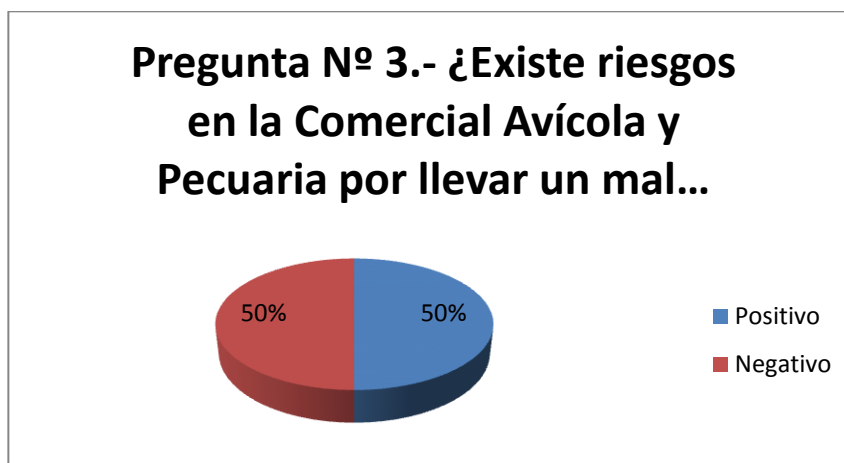
Pregunta N.º 3.- ¿Existe riesgos en la Comercial Avícola y Pecuaria por llevar un mal manejo en sus procesos de ventas?

Tabla 7. Pregunta 3

Nº	Respuesta	Totales	
		Cantidad	Porcentaje
1	Positivo	2	50%
2	Negativo	2	50%
Total		4	100%

Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Gráfico 5. Pregunta 3



Análisis: Del total de personas encuestadas, el 50% indica que existen riesgos en la Comercial Avícola y Pecuaria por llevar un mal manejo en sus procesos de ventas, mientras que el 50% restante indica no existe dicho proceso.

Interpretación: Los que trabajan en este negocio afirman unos que, si puede a ver riesgos y otros no, pero llegando la conclusión por lo que no tienen mucho conocimiento de aquello es que de cierta manera el negocio tenga riesgos.

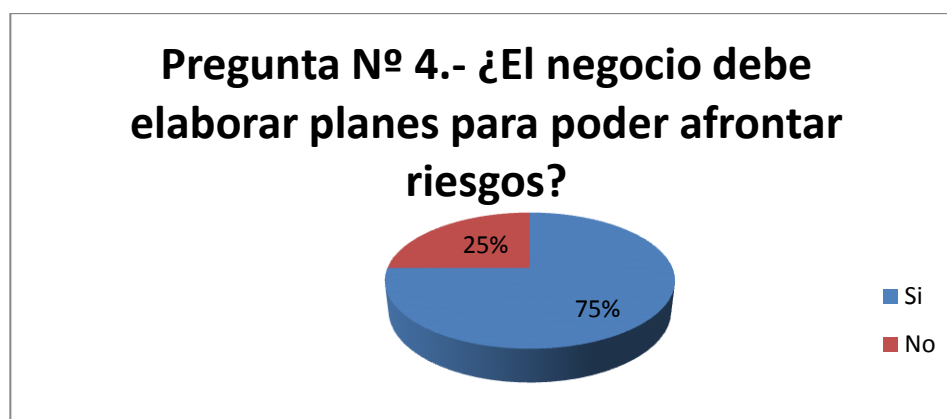
Pregunta N.º 4.-¿El negocio debe elaborar planes para poder afrontar riesgos?

Tabla 8. Pregunta 4

Nº	Respuesta	Totales	
		Cantidad	Porcentaje
1	Si	3	75%
2	No	1	25%
Total		4	100%

Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Gráfico 6. Pregunta 4



Análisis: Del total de personas encuestadas, el 75% indica que el negocio si debe elaborar planes para poder afrontar riesgos, mientras que el otro 25% restante indica que el negocio no debe elaborar planes para poder afrontar riesgos.

Interpretación: Los que trabajan en este negocio afirma la mayoría en que debe elaborar planes para evitar cualquier obstáculo que se presente y así llevar un adecuado orden en el Comercial.

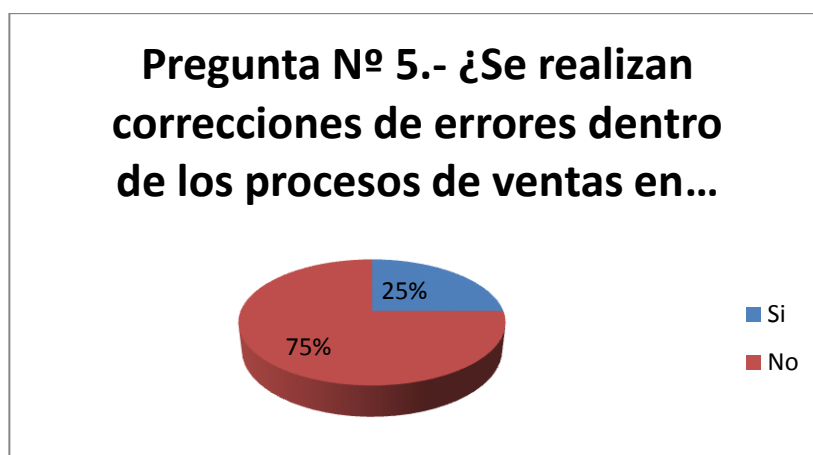
Pregunta N.º 5.- ¿Se realizan correcciones de errores dentro de los procesos de ventas en la Comercial Avícola y Pecuaria?

Tabla 9. Pregunta 5

Nº	Respuesta	Totales	
		Cantidad	Porcentaje
1	Si	1	25%
2	No	3	75%
Total		4	100%

Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Gráfico 7. Pregunta 5



Análisis: Del total de personas encuestadas, el 25% indica que el negocio si realiza correcciones de errores dentro de los procesos de ventas en el Comercial Avícola y Pecuaria, mientras que el otro 75% restante indica que el negocio no realiza correcciones dentro de los procesos de ventas en el Comercial Avícola y Pecuaria.

Interpretación: Los que trabajan en este negocio afirma la mayoría que si deben realizar correcciones para evitar cualquier obstáculo que se presente y así llevar un adecuado orden en el Comercial.

Pregunta N.º 6.-¿Se facturan todos los pedidos solicitados por los clientes?

Tabla 10. Pregunta 6

Nº	Respuesta	Totales	
		Cantidad	Porcentaje
1	Si	1	25%
2	No	3	75%
Total		4	100%

Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Gráfico 8. Pregunta 6



Análisis: Del total de personas encuestadas, el 75% indica que el negocio no factura todos los pedidos solicitados por los clientes.

Interpretación: Los que trabajan en este negocio afirman que existen inconveniente ya que no siempre facturan sus pedidos.

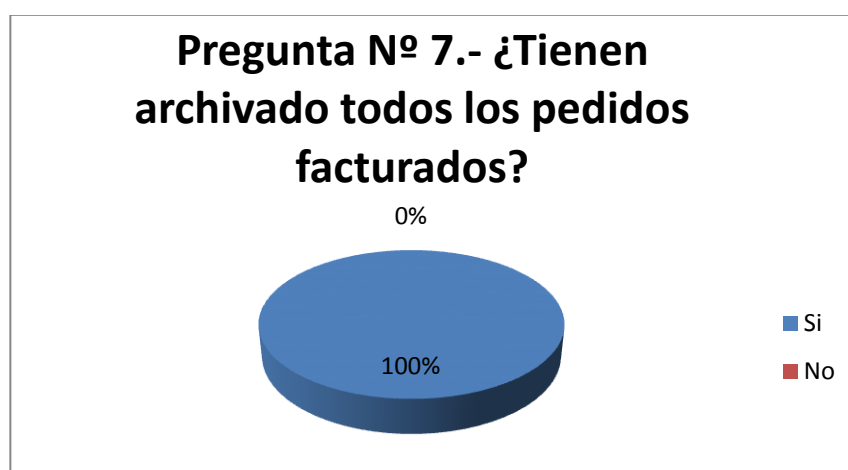
Pregunta N.º 7.- ¿Tienen archivado todos los pedidos facturados?

Tabla 11. Pregunta 7

Nº	Respuesta	Totales	
		Cantidad	Porcentaje
1	Si	4	100%
2	No	0	0%
Total		4	100%

Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Gráfico 9. Pregunta 7



Análisis: Del total de personas encuestadas, el 100% indica que el negocio como tal si archiva en su totalidad los pedidos facturados.

Interpretación: Los que trabajan en este negocio afirman que no existe ningún inconveniente ya que siempre archivan los pedidos.

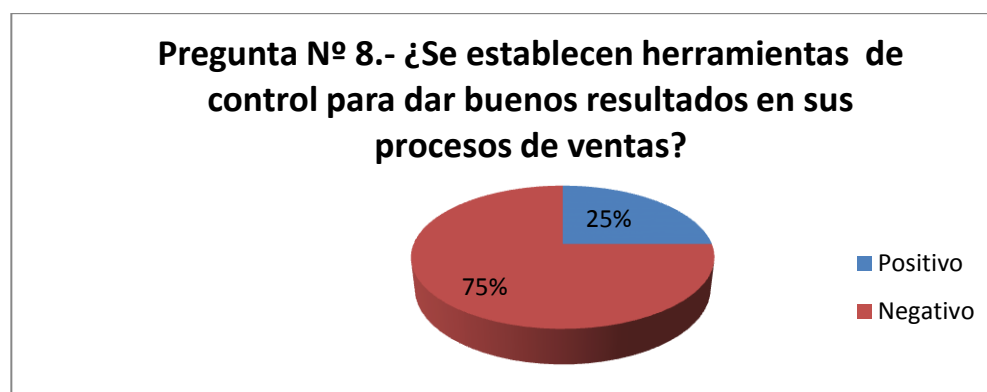
Pregunta N.º 8.- ¿Se establecen herramientas de control para dar buenos resultados en sus procesos de ventas?

Tabla 12. Pregunta 8

Nº	Respuesta	Totales	
		Cantidad	Porcentaje
1	Positivo	1	25%
2	Negativo	3	75%
Total		4	100%

Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Gráfico 10. Pregunta 8



Análisis: Del total de personas encuestadas, el 25% indica que el negocio si establece herramientas de control para dar resultados en sus procesos de ventas, mientras que el 75% restante manifiesta que el negocio no establece herramientas de control para dar buenos resultados en sus procesos de ventas.

Interpretación: Los que trabajan en este negocio afirma la mayoría que no llevan herramientas de control para evitar cualquier obstáculo que se presente y así llevar un adecuado orden en el Comercial.

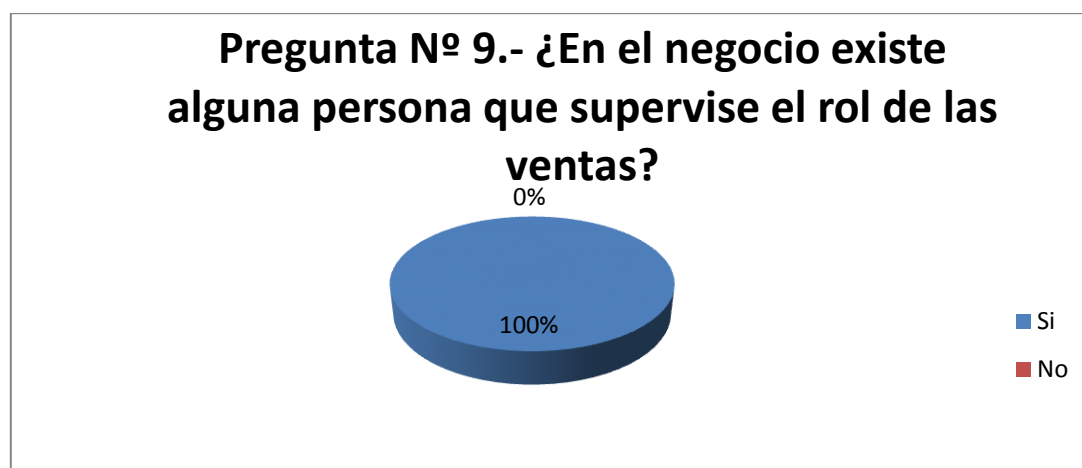
Pregunta N.º 9.- ¿En el negocio existe alguna persona que supervise el rol de las ventas?

Tabla 13. Pregunta 9

Nº	Respuesta	Totales	
		Cantidad	Porcentaje
1	Si	4	100%
2	No	0	0%
Total		4	100%

Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Gráfico 11. Pregunta 9



Análisis: Del total de personas encuestadas, el 100% indica que en el negocio si existe la persona que supervise el rol de las ventas.

Interpretación: Los que trabajan en este negocio afirmaron que si existe esa persona quien supervise, pero llegando a la conclusión que cierta persona no esté totalmente capacitada para llevar cierto control.

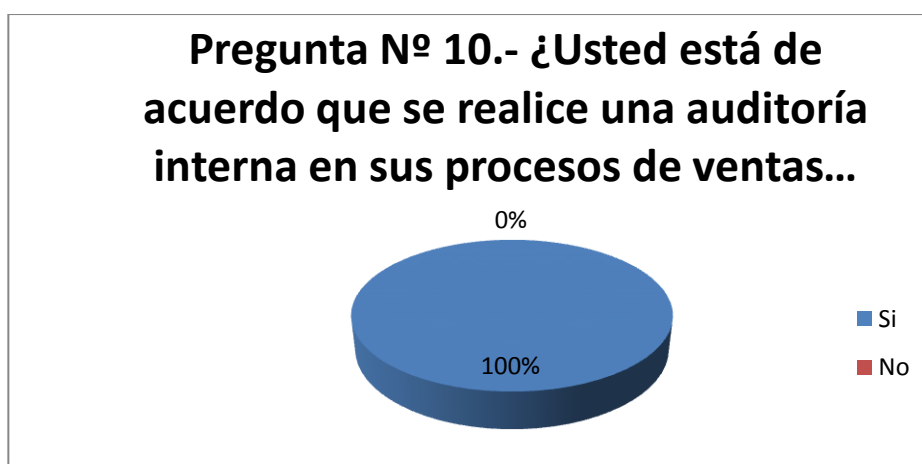
Pregunta N.º 10.- ¿Usted está de acuerdo que se realice una auditoría interna en sus procesos de ventas para mejorar el negocio?

Tabla 14. Pregunta 10.

Nº	Respuesta	Totales	
		Cantidad	Porcentaje
1	De acuerdo	4	100%
2	En desacuerdo	0	0%
Total		4	100%

Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Gráfico 12. Pregunta 10



Análisis: Del total de personas encuestadas, el 100% indica que está de acuerdo que se realice una auditoría interna en los procesos de ventas para mejorar el negocio.

Interpretación: Los que trabajan en este negocio afirmaron todos que están de acuerdo que se realice un auditoria interna ya que se sienten preocupados al no saber qué está pasando.

PROPUESTA

Mejora de auditoría interna en los procesos de ventas

El Comercial Avícola y Pecuaria, presenta una la falta de control en los procesos de venta que inciden de manera negativa en la actividad comercial de la organización, por lo cual se establece una propuesta para mejorar a partir de una auditoria interna los procesos de ventas.

Objetivos

- Determinar si los saldos en las cuentas afectadas en el período se presentan de acuerdo a la información financiera.
- Planear una auditoria interna con la finalidad de mejorar los procesos de ventas y dar seguimiento a sus operaciones.

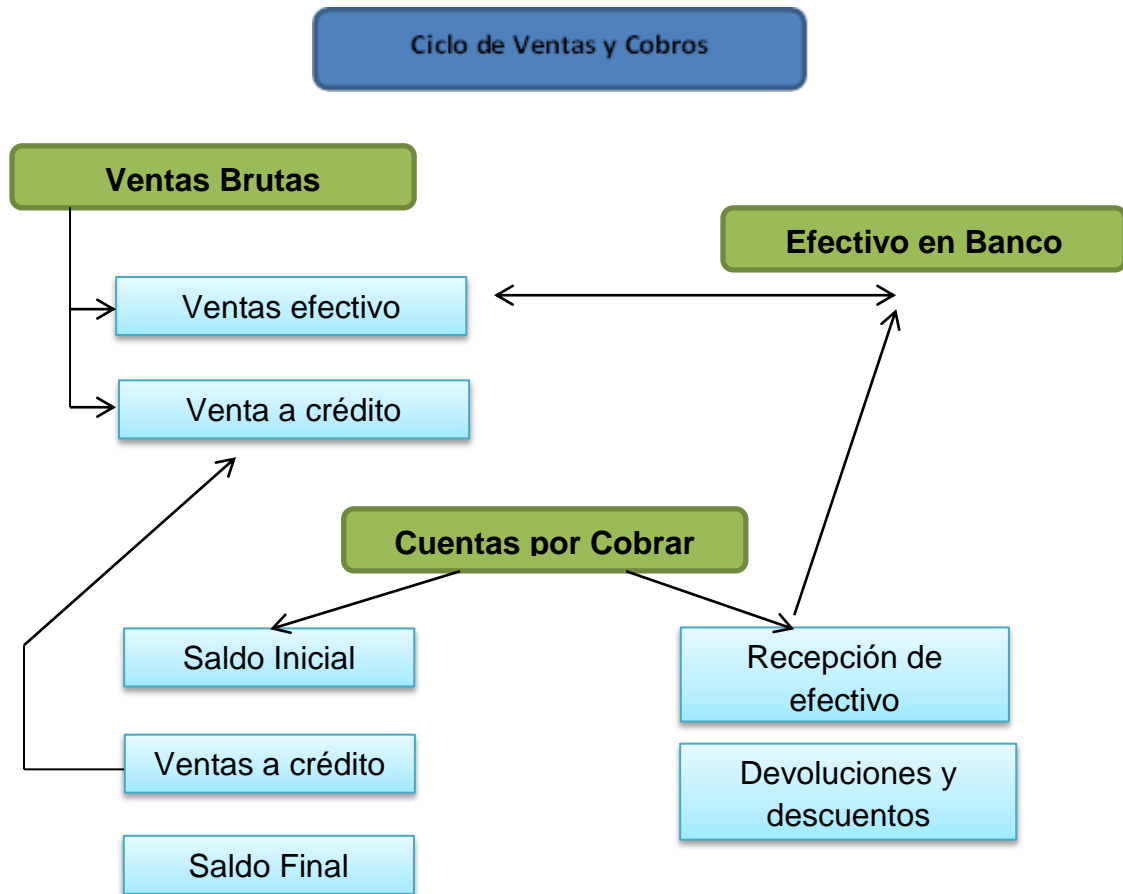
Alcance

El alcance de esta auditoria está orientada a mejorar el proceso de ventas del comercial Avícola y pecuaria que permita mejorar sus principales cuentas:

- Ventas (Efectivo y Cuenta)
- Entradas de efectivo
- Devolución y descuentos sobre ventas

A continuación, detallamos el ciclo de ventas y cobros establecido en el comercial:

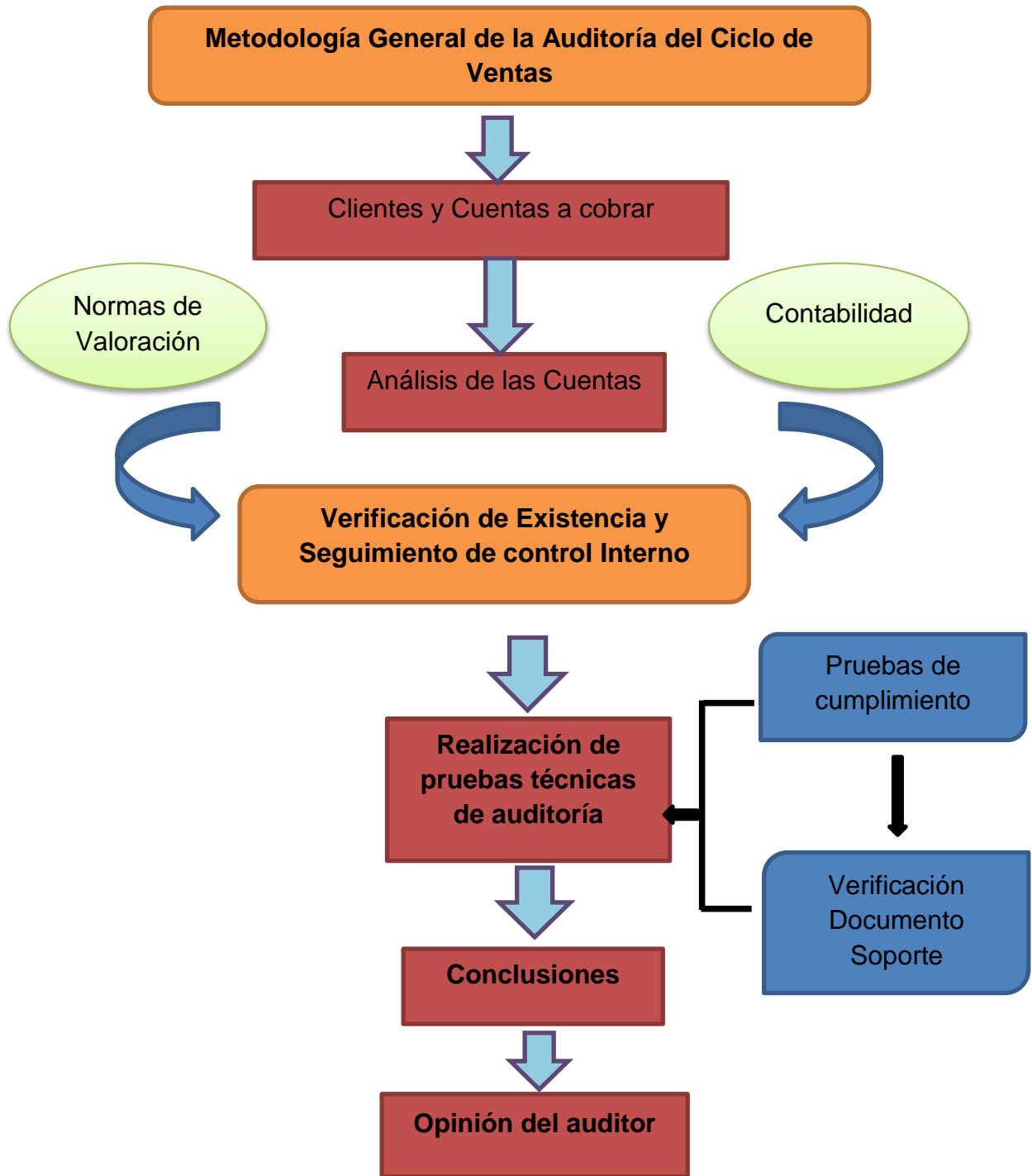
Gráfico 13. Ciclo de Ventas y Cobros



Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Como parte de esta auditoría se ha establecido el ciclo de venta del proceso de venta del comercial Avícola y pecuaria, a continuación detallamos la metodología aplicar en esta auditoría al proceso de ventas:

Gráfico 14. Metodología General de Auditoría del Ciclo de Ventas



Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Plan de auditoría.

COMERCIAL AVICOLA Y PECUARIA
AUDITORÍA INTERNA A LOS PROCESOS DE VENTAS
HOJA DE INDICES
PERIODO: De noviembre del 2018 a enero del 2019

PT: AD/1 1 - 1		HOJA DE INDICES	
INDICES		PAPELES DE TRABAJO	
AD		ADMINISTRACIÓN DE AUDITORÍA	
AD/1	Hoja de Índices		€
AD/2	Hoja de marcas		€
AD/3	Hoja de distribución de actividades		€
AD/4	Hoja de distribución de tiempo		€
PE		PLANIFICACIÓN ESPECÍFICA	
CI/1	Cuestionario de Control Interno		€
PE/1	Evaluación del Cuestionario de Control Interno		€
PE-2	Matriz de riesgo		
EJ		EJECUCIÓN DEL TRABAJO	
EJ	Programa de auditoría		✓
EJ-2	Saldo de la cuenta de inventario		✓
EJ-3	Constatación física de mercadería		✓
I		INFORME	
I/2	Informe Final		Đ

COMERCIAL AVICOLA Y PECUARIA
AUDITORÍA INTERNA A LOS PROCESOS DE VENTAS
HOJA DE MARCAS
PERIODO: De noviembre del 2018 a enero del 2019

PT: AD/2 1 - 1	HOJA DE MARCAS DE AUDITORÍA	
SIMBOLO	SIGNIFICADO	
V	Verificado	
D	Documento sustentado	
N	No confirmado	
C	Confirmado	
Y	Inspección física	
C	Corrección realizada	
≠	No reúne requisitos	
A	Saldo auditado	
€	Ejecutado	
P	Impreso y enviado	

COMERCIAL AVICOLA Y PECUARIA
AUDITORÍA INTERNA A LOS PROCESOS DE VENTAS
HOJA DE DISTRIBUCION DE ACTIVIDADES
PERIODO: De noviembre del 2018 a enero del 2019

PT: AD/3 1 - 1		HOJA DE DISTRIBUCION DE ACTIVIDADES	
ACTIVIDAD	DÍAS	FECHA	
Elaboración del Programa de Planificación Específica - Elaboración del Control Interno. - Evaluación de Control Interno. - Medición de los niveles de confianza. - Elaboración del Programa de Auditoría	09	27 de noviembre de 2018 al 10 de diciembre de 2018	
Ejecución de la auditoría - Hojas de Trabajo. - Hojas de Hallazgos	09	13 de diciembre de 2018 al 28 de diciembre de 2018	
Comunicación de resultados - Presentación del informe final	03	29 de diciembre de 2018 al 02 de enero de 2019	
Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza		Fecha elaboración: 24/11/2018	

COMERCIAL AVICOLA Y PECUARIA
AUDITORÍA INTERNA A LOS PROCESOS DE VENTAS
HOJA DE DISTRIBUCIÓN DE TIEMPOS
PERIODO: De noviembre del 2018 a enero del 2019

PT: AD/4 1 - 1		HOJA DE DISTRIBUCIÓN DE TIEMPOS																							
FASES	DÍAS	%	Noviembre				Diciembre													Enero					
			M	M	J	V	M	M	J	V	L	J	V	L	M	M	J	V	J	V	L	M	M		
			27	28	29	30	04	05	06	07	10	13	14	17	18	19	20	21	27	28	31	01	02		
Planificación específica	09 días	43%	-	-	-	-	-	-	-	-	-														
Ejecución del trabajo y análisis de los resultados	09 días	43%																							
Comunicación de resultados	03 días	14%																							
Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza																	Fecha elaboración: 24/11/2018								

COMERCIAL AVICOLA Y PECUARIA
AUDITORÍA INTERNA A LOS PROCESOS DE VENTAS
EVALUACIÓN DEL CONTROL INTERNO
PERIODO: De noviembre del 2018 a enero del 2019

PT: CI/1	CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO							
#	PREGUNTAS	PT	SI/NO	CT	NIVEL DE CONFIANZA		NIVEL DE RIESGO DE CONTROL	
		11	SI/NO	6	54,5%	MODERADO	45,5%	MODERADO
Componente: Ventas								
1	¿El comercial desarrolla alguna forma de análisis de ventas?	1	NO	0				
2	¿El comercial cuenta con un control efectivo sobre aspectos generales de ventas?	1	NO	0				
3	¿El comercial cuenta con un procedimiento de control que asegure la facturación de toda la mercadería vendida?	1	NO	0			La facturación se realiza de manera manual y en ocasiones no se emiten facturas. No hay control de facturación.	
4	¿Existe manuales de proceso para las actividades de ventas?	1	NO	0			El comercial por ahora no cuenta con un manual en las actividades de ventas.	
5	¿Se realizan reuniones trimestrales para determinar el porcentaje vendido con relación a lo presupuestado?	1	SI	1			Se realizan reuniones trimestrales para determinar el porcentaje vendido, sin embargo, los resultados esperados no son acordes a los objetivos del proceso de ventas.	
6	¿El personal realiza sus funciones adecuadamente?	1	SI	1				
7	¿El comercial cuenta con políticas de ventas?	1	NO	0				
8	¿El comercial cuenta con un sistema informático?	1	SI	1			El Comercial cuenta con un sistema informático, sin embargo, los empleados no emiten facturas en él. No lo utilizan adecuadamente, personas externas a la empresa utilizan este sistema.	
9	¿El producto llega en buenas condiciones y a tiempo?	1	SI	1				
10	¿Existe buena comunicación entre todos?	1	SI	1				

11	¿La atención al cliente en el proceso de ventas es adecuada?	1	SI	1	El personal realiza una atención adecuada, por consiguiente, este punto podrá mejorar el proceso de ventas y a su vez impactar al cliente para que este tenga una mejor perspectiva de la empresa.
-----------	--	---	----	---	--

CALIFICACION TOTAL = CT	6	
PONDERACION TOTAL = PT	11	
NIVEL DE CONFIANZA: NC=CT/PT*100	54,5%	MODERADO
NIVEL DE RIESGO CONTROL: RC=100% - NC%	45,5%	MODERADO

NIVEL DE CONFIANZA		
BAJO	MODERADO	ALTO
15%-50%	51%-75%	76%-95%
85%-50%	49%-25%	24%-5%
ALTO	MODERADO	BAJO
NIVEL DE RIESGO (100-NC)		

ENFOQUE
Del cuestionario del control interno su nivel de confianza total se encuentra en un 54,5%, por lo que representa un riesgo moderado del 45,5%, es necesaria la aplicación de pruebas de cumplimiento y sustantivas.

COMERCIAL AVICOLA Y PECUARIA
AUDITORÍA INTERNA A LOS PROCESOS DE VENTAS
RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO
PERIODO: De noviembre del 2018 a enero del 2019

PT: PE/1 1 – 2	RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO
<p><u>DETALLE DE RIESGOS INHERENTES:</u></p> <p>Los principales riesgos inherentes determinados para la Comercial Avícola y Pecuaria son los que se detallan:</p> <ul style="list-style-type: none">• Riesgos de facturación: Facturación incorrecta, no se realiza facturación a todos los productos vendidos, el personal no utiliza el sistema informático para mejorar el proceso de venta.• Riesgos de anulación de ventas: Presentadas por el cliente, ventas no efectuadas por falta de recursos, productos o formas de pagos.• Riesgos de devoluciones de mercancías: Presentadas por el cliente, mercancías devueltas por motivos de calidad o equivocación del personal de ventas.• Riesgos de ventas a crédito y plazos: Ventas efectuadas a crédito, falta de procesos de revisión en los plazos de crédito y cobranzas.• Riesgos de definición de precios y rentabilidad: Nivel inadecuado en lista de precios, falta de verificación en la rentabilidad del producto.• Riesgos de divulgación de estrategias y políticas de ventas: No se efectúan o divulgan las estrategias y políticas de ventas al personal. <p><u>RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DEL CONTROL INTERNO</u></p>	

Facturación de productos

La facturación se realiza de manera manual, no hay control de facturación, muchas veces no se emiten facturas, si no que realizan orden de pedidos en hojas simples sin numeración.

Uso de sistemas informáticos en proceso de ventas

El Comercial dispone de un sistema informático, pero este no es manipulado por el personal de la empresa, si no por personal externo que se encarga de darle correcto uso y verificar el inventario de productos, balances contables, facturación y documentación propia de la misma.

Atención al cliente

La atención al cliente es adecuada, sin embargo, se puede mejorar para generar un mayor impacto al cliente y fidelizarlo a la empresa.

Manual de proceso de ventas

El Comercial no cuenta con manual para las actividades de ventas.

Reuniones del personal

Se realizan reuniones trimestrales, pero este proceso no ofrece resultados óptimos, es necesario reducir el tiempo ejecución del consenso a reuniones mensuales para realizar controles periódicos y tomar decisiones en los precios, promociones y demás temas relacionados en el proceso de ventas.

Registro de asistencia

No se realiza un control adecuado en el registro de asistencia del personal, solo firman una libreta de horarios sin tomar acciones correctivas.

Elaborado por: Vargas Salazar Dori
Esperanza

Fecha elaboración:
07/12/2018

COMERCIAL AVICOLA Y PECUARIA
AUDITORÍA INTERNA A LOS PROCESOS DE VENTAS
MATRIZ DE RIESGO Y ENFOQUE DE LA AUDITORÍA
PERIODO: De noviembre del 2018 a enero del 2019

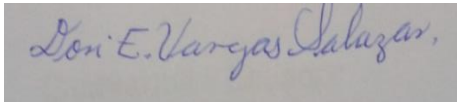
PT: PE/2 1 - 1	MATRIZ DE RIESGO Y ENFOQUE DE LA AUDITORÍA			
COMPONENTES Y AFIRMACIONES	RIESGO Y SU FUNDAMENTO	CONTROLES CLAVES	PRUEBAS DE CUMPLIMIENTO	PRUEBAS SUSTANTIVAS
VENTAS	<p>RIESGO DE CONTROL MODERADO 45,5%</p> <ul style="list-style-type: none"> - El comercial no desarrolla procesos de análisis de ventas. - El comercial no cuenta con un control efectivo sobre aspectos generales de ventas. - El comercial no cuenta con procedimientos de control que aseguren la facturación de toda la mercadería. - El comercial no cuenta con manuales de proceso para las actividades de ventas. - No cuenta con políticas de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Planes de análisis de ventas - Objetivos institucionales. - Estrategias de ventas. - Facturación de ventas en sistema informático. - Control periódico de balances contables. - Revisión de Libro Diario. - Manual de proceso de ventas. - Políticas de ventas. - Saber cuáles son las necesidades del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Solicitar información que sustente si se han ejecutado adecuadamente las operaciones de ventas. - Verificar si el personal encargado en las ventas sigue los procedimientos establecidos en el manual. - Evaluar las políticas y estrategias de ventas si concuerdan con los objetivos institucionales. - Realizar un informe que demuestre las acciones ejecutadas por los empleados a fin de elaborar planes operativos e indicadores de gestión referentes al proceso de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de horarios de trabajo del personal de ventas. - Verificar si la cantidad de productos en la bodega coincide con el inventario, además verificar los que han sido vendidos durante el periodo. - Verificar que todos los productos vendidos sean facturados.

COMERCIAL AVICOLA Y PECUARIA
AUDITORÍA INTERNA A LOS PROCESOS DE VENTAS
PROGRAMA DE AUDITORÍA
PERIODO: De Junio a diciembre del 2018

PA/1 1 - 1		PROGRAMA DE AUDITORÍA	
Programa de auditoría.			
#	Procedimientos:	Ref. P/T	Tiempo
1	Solicitar información que sustente si se han ejecutado actividades para la elaboración de objetivos, estrategia y análisis de ventas.	PA/A1	1/2 día
2	Evaluar que cada una de las ventas realizadas sea facturada.	PA/A2	1 día
3	Analizar que las ventas realizadas en el periodo correspondan al inventario en existencia.	PA/A3	2 día
4	Corroborar si la empresa ejecuta un correcto proceso de venta.	PA/B1	1 día
5	Analizar el comportamiento de las ventas y los resultados esperados.	PA/B2	1 día
6	Determinar si el personal durante el periodo analizado ha cumplido con el horario de trabajo.	PA/B3	1/2 día
7	Elaboración del informe de conclusiones del programa de auditoría.	PA/C1	1 días

Papeles de trabajo.

COMERCIAL AVICOLA Y PECUARIA
AUDITORIA INTERNA A LOS PROCESOS DE VENTAS
PROGRAMA DE AUDITORÍA
PERIODO: De Junio a diciembre del 2018

PT: A1-1	Oficio
Guayaquil, 27 de noviembre de 2019	
Sra. María Baque Ciudad. -	
Por medio de la presente me dirijo a usted para solicitarle la siguiente información:	
Detalle en el cual se hayan ejecutado actividades para la elaboración de objetivos, estrategia y análisis de ventas de su local. Dicha información es indispensable para concluir con mi proyecto de tesis.	
Agradezco su pronta respuesta.	
Atentamente,	
	
Dori Esperanza Vargas Salazar C.I 0931010326	
Đ – Documento sustentado	

COMERCIAL AVICOLA Y PECUARIA
AUDITORIA INTERNA A LOS PROCESOS DE VENTAS
PROGRAMA DE AUDITORÍA
PERIODO: De Junio a diciembre del 2018

PT: A1	ELABORACIÓN DE OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y ANÁLISIS DE VENTAS.
---------------	--

COMERCIAL AVÍCOLA Y PECUARIA
RUC 1305092817001
Dirección: Mapasingue Este, calle 3ra y 4ta

Guayaquil, 28 de noviembre de 2018

Srta.
Dori Vargas Salazar
Ciudad. -

En respuesta a su oficio sobre el detalle de actividades para la elaboración de objetivos, estrategias y análisis de ventas.

El Comercial Avícola y Pecuaria realiza sus actividades de conformidad a lo establecido en el reglamento interno de la institución, en donde se establecen las acciones que se deben ejecutar y las prohibiciones al personal, es así que las actividades ejecutadas se encaminan al cumplimiento del reglamento y objetivos de la institución que ya se encuentran establecidos.

No se han desarrollado actividades referentes a análisis de ventas, sin embargo, se han planeado objetivos, los cuales se detallan a continuación:

"Hacer que nuestros productos lleguen al consumidor en excelente estado dentro del tiempo de vida útil para su mascota"

"Prestar atención al cliente en sus requerimientos"

También se han planteado las siguientes estrategias de ventas:

"Descuentos del 10% a distintos productos cada mes"

"Promociones del 2x1"

Por otro lado, específicamente no se han elaborado metas anuales.

Atentamente,


Maira - Baque Chilan
Propietaria

Maira Baque Ch.
AVÍCOLA Y PECUARIA
R.U.C.: 1305092817001
Dir.: Mapasingue Este
Calle 3ra y 4ta
Cel.: 0990190211 - 2004234

	Y - Verificado
--	-----------------------

COMERCIAL AVICOLA Y PECUARIA
AUDITORIA INTERNA A LOS PROCESOS DE VENTAS
PROGRAMA DE AUDITORÍA
PERIODO: De Junio a diciembre del 2018

PT: A2	VENTAS REALIZADAS			
Ventas realizadas el 13 de Diciembre del 2018				
Ventas Realizadas	Cantidad	Valores	Porcentaje de Ventas (Cantidades)	Porcentaje de Total de Ventas
Facturadas	43	\$ 1.435	70%	86%
No Facturada	18	\$ 232	30%	14%
Totales	61	\$ 1.667	100%	100%
<p>El 70% de las ventas efectuadas el día de análisis fueron facturadas, mientras que el 30% restante no se emitió factura, pero se detallan en una orden de pedido. Con respecto al valor total el 86% de las ventas en unidades monetarias (USD) se facturaron, el 14% restante no se facturó, lo cual implica un mal procedimiento en el control de ventas. Cuando el cliente pide una factura se le emite una, sin embargo, hay casos que el cliente no proporciona sus datos personales, es este caso no facturan y emiten una orden de pedido a nombre de “consumidor final”.</p>				
Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza			Fecha elaboración: 18/12/2018	
			Y - Verificado	

COMERCIAL AVICOLA Y PECUARIA

AUDITORIA INTERNA A LOS PROCESOS DE VENTAS
PROGRAMA DE AUDITORÍA
PERIODO: De Junio a diciembre del 2018

PT: A3		INVENTARIO								
N°	Descripción	Costo del Insumo	Valor del Producto	Cantidad Vendida	Total, Ventas	Inventario Inicial (1 noviembre)	Compras (noviembre)	Inventario Final (1 diciembre)	Existencia	Diferencias
1	Bongo vita B 120ml	\$ 6,40	\$ 8,00	88	\$ 704,00	50	60	22	22	0
2	Parex 20ml	\$ 8,00	\$ 10,00	22	\$ 220,00	20	11	9	9	0
3	Nexgard 20K	\$ 13,60	\$ 17,00	50	\$ 850,00	20	40	10	10	0
4	Nexgard 50K	\$ 17,20	\$ 21,50	60	\$ 1.290,00	70	20	30	29	1
5	Aseorboj inyect 10ml	\$ 35,20	\$ 44,00	40	\$ 1.760,00	30	30	20	20	0
6	Prozil	\$ 8,00	\$ 10,00	43	\$ 430,00	80	40	77	77	0
7	Gusanero	\$ 4,00	\$ 5,00	115	\$ 575,00	30	140	55	55	0
8	Broxmexin	\$ 8,00	\$ 10,00	45	\$ 450,00	10	80	45	43	2
9	Florlox Gotas	\$ 6,00	\$ 7,50	72	\$ 540,00	40	50	18	18	0
10	Flor Flox 20ml	\$ 8,80	\$ 11,00	32	\$ 352,00	50	70	88	88	0
11	Shampoo DogMedical	\$ 17,60	\$ 22,00	103	\$ 2.266,00	20	120	37	37	0
12	Calcio 100	\$ 13,60	\$ 17,00	44	\$ 748,00	40	20	16	16	0
13	Gallomec	\$ 9,60	\$ 12,00	48	\$ 576,00	21	42	15	15	0
14	Aminoforce sobre 250ml	\$ 17,60	\$ 22,00	40	\$ 880,00	40	32	32	32	0
15	Flor Flox 60ml	\$ 14,40	\$ 18,00	43	\$ 774,00	31	44	32	31	1
16	Oxitetracickina 10ml	\$ 5,20	\$ 6,50	56	\$ 364,00	63	30	37	36	1
17	Jabon Asuntol	\$ 7,20	\$ 9,00	121	\$ 1.089,00	105	45	29	29	0
18	Pulga out pipeta	\$ 5,36	\$ 6,70	86	\$ 576,20	40	82	36	36	0
19	Complejo B Inyect	\$ 7,04	\$ 8,80	93	\$ 818,40	66	50	23	20	3
20	Tulocompesone 20ml	\$ 10,56	\$ 13,20	84	\$ 1.108,80	80	40	36	35	1
21	Trihepat Oral	\$ 9,04	\$ 11,30	44	\$ 497,20	35	25	16	16	0
22	Complejo Oral B 350ml	\$ 9,92	\$ 12,40	48	\$ 595,20	60	35	47	47	0
23	Heporforce 120ml	\$ 7,12	\$ 8,90	89	\$ 792,10	55	43	9	9	0
24	Aminoforce 1KL	\$ 12,00	\$ 15,00	40	\$ 600,00	72	52	84	84	0
25	Bongo B	\$ 11,60	\$ 14,50	34	\$ 493,00	32	18	16	16	0
26	Shooler Grande 120ml	\$ 6,24	\$ 7,80	41	\$ 319,80	31	20	10	9	1
27	Equilibrium Ages	\$ 7,00	\$ 8,75	20	\$ 175,00	18	30	28	28	0
28	Axcorbol Tableta	\$ 16,80	\$ 21,00	37	\$ 777,00	25	43	31	31	0

29	NexGard 10k	\$ 11,04	\$ 13,80	41	\$ 565,80	41	40	40	40	0
30	Shampoo Omtinicotico	\$ 18,96	\$ 23,70	82	\$ 1.943,40	82	32	32	32	0
31	Energy 100 oral	\$ 7,20	\$ 9,00	51	\$ 459,00	50	37	36	36	0
32	Veril	\$ 12,00	\$ 15,00	43	\$ 645,00	20	52	29	29	0
33	Avisol 100gr	\$ 7,20	\$ 9,00	52	\$ 468,00	10	43	1	1	0
34	Maxin 100	\$ 16,80	\$ 21,00	72	\$ 1.512,00	45	34	7	7	0
35	Everil 30ml	\$ 4,64	\$ 5,80	67	\$ 388,60	2	110	45	45	0
36	Piperoxin 10gr	\$ 13,60	\$ 17,00	81	\$ 1.377,00	72	43	34	34	0
37	Cotazol 50ml	\$ 8,80	\$ 11,00	72	\$ 792,00	42	54	24	22	2
38	Tritoxidin Shampoo	\$ 5,20	\$ 6,50	64	\$ 416,00	55	30	21	21	0
39	Shampoo Burbuja	\$ 4,80	\$ 6,00	107	\$ 642,00	31	100	24	24	0
40	Ultravigitante Cucaracha	\$ 6,40	\$ 8,00	99	\$ 792,00	101	10	12	12	0
41	Camacoc 10ml	\$ 9,60	\$ 12,00	42	\$ 504,00	43	21	22	20	2
42	Cefapet Oral	\$ 8,00	\$ 10,00	55	\$ 550,00	72	32	49	47	2
43	Sonopet crema	\$ 10,40	\$ 13,00	39	\$ 507,00	32	10	3	3	0
44	Frontrinec 10k	\$ 8,00	\$ 10,00	47	\$ 470,00	45	30	28	28	0
45	Adrenalina	\$ 16,80	\$ 21,00	52	\$ 1.092,00	44	32	24	24	0
46	CMT	\$ 6,40	\$ 8,00	71	\$ 568,00	73	40	42	42	0
47	Calcio Glucanato	\$ 11,20	\$ 14,00	33	\$ 462,00	62	15	44	44	0
48	Coltivar	\$ 8,80	\$ 11,00	32	\$ 352,00	22	17	7	7	0
49	Cardinol	\$ 5,60	\$ 7,00	44	\$ 308,00	38	20	14	14	0
50	Eterol	\$ 6,40	\$ 8,00	77	\$ 616,00	22	60	5	5	0
				2.961	\$ 36.050,50					16

16 productos no han contabilizado en las ventas

Las razones: puede ser por desperfecto o por omisión del producto (no facturado, no contabilizado en notas de pedido)

Elaborado por: Vargas Salazar
Dori Esperanza

Fecha elaboración: 20/12/2018

 - Verificado

COMERCIAL AVICOLA Y PECUARIA
AUDITORIA INTERNA A LOS PROCESOS DE VENTAS
PROGRAMA DE AUDITORÍA
PERIODO: De Junio a diciembre del 2018

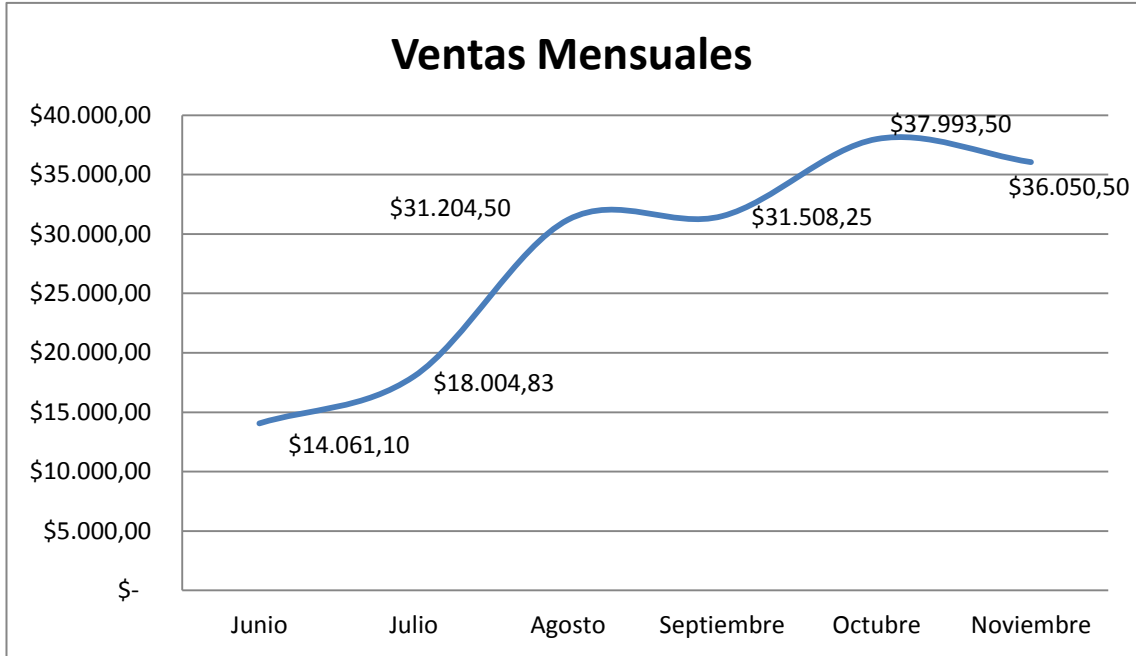
PT: B1	CORRECTO PROCESO DE VENTA.
<p>Errores en facturación El inventario se lo realiza de manera manual, no está sistematizado, por lo cual no consta con una correcta actualización del mismo, las revisiones de los productos faltantes o por acabar se verifican mediante la observación directa, habido ocasiones que no han vendido productos por no encontrarse en las perchas. Otro problema también es el pedido a los proveedores, los cuales tardan un aproximado de 2 a 3 días en entregar los productos farmacéuticos, por lo cual deben pedir con anticipación el pedido.</p> <p>Productos no han sido contabilizado en las ventas, las razones que indica la propietaria es: por desperfecto y por omisión del producto (no facturado ni contabilizado en las órdenes de pedido).</p> <p>No se han hecho análisis de ventas, la empresa no ha identificado cuáles son sus productos estrella (los principales que vende y obtiene mayores beneficios).</p>	
Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza	Fecha elaboración: 21/12/2018
	Y - Verificado

AUDITORIA INTERNA A LOS PROCESOS DE VENTAS
PROGRAMA DE AUDITORÍA
PERIODO: De Junio a diciembre del 2018

Mes	Ventas	Costo de Ventas	Gastos Operativos y Sueldos	Otros Gastos	Total Gastos	Utilidad	Ventas Esperadas	Expectativas de Ventas
Junio	\$ 14.061,10	\$ 9.983,38	\$ 4.502,55	\$ 2.591,15	\$ 7.093,70	\$ (3.015,98)	\$ 20.000,00	NO
Julio	\$ 18.004,83	\$ 12.603,38	\$ 4.730,60	\$ 3.010,30	\$ 7.740,90	\$ (2.339,45)	\$ 20.000,00	NO
Agosto	\$ 31.204,50	\$ 21.843,15	\$ 4.520,18	\$ 3.907,32	\$ 8.427,50	\$ 933,85	\$ 25.000,00	SI
Septiembre	\$ 31.508,25	\$ 21.425,61	\$ 4.508,80	\$ 3.681,21	\$ 8.190,01	\$ 1.892,63	\$ 30.000,00	SI
Octubre	\$ 37.993,50	\$ 28.495,13	\$ 4.845,75	\$ 3.053,10	\$ 7.898,85	\$ 1.599,53	\$ 35.000,00	SI
Noviembre	\$ 36.050,50	\$ 25.235,35	\$ 4.820,20	\$ 3.808,42	\$ 8.628,62	\$ 2.186,53	\$ 35.000,00	SI
Diciembre	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 35.000,00	
Totales	\$ 168.822,68	\$ 119.586,00	\$ 27.928,08	\$ 20.051,50	\$ 47.979,58	\$ 1.257,10	\$ 200.000,00	

ESTADO DE RESULTADOS
Julio-Noviembre

INGRESOS	
Ventas	\$ 168.822,68
Costo de Ventas	\$ 119.586,00
UTILIDAD BRUTA	\$ 49.236,68
GASTOS	
Gastos Operativos	\$ 11.303,08
Sueldos y Salarios	\$ 7.275,00
Gastos Administrativos	\$ 9.350,00
Suministros Quimicos	\$ 6.622,87
Gastos Generales	\$ 7.300,47
Gastos Varios	\$ 1.843,76
Gastos de Comercializacion	\$ 2.082,90
Gastos de Publicidad	\$ 2.201,50
TOTAL GASTOS	\$ 47.979,58
PERDIDA DEL EJERCICIO	\$ 1.257,10



Como se puede observar en el gráfico anterior, las ventas han mantenido un crecimiento constante, en junio se vendieron \$14.061,10 y para noviembre las ventas totalizaron 36.050,50 lo cual representa un aumento del 156% en 5 meses, se explica que en sus primeros meses no vendían mucho por encontrarse en el proceso de recambio de organización, ya que al principio se dedicaban a ventas de animales vivos y posteriormente cambiaron a ventas de productos farmacéuticos avícolas y pecuarios. También se puede observar que las estrategias de marketing (gastos en publicidades) dieron resultados positivos, ya que la empresa pudo darse a conocer al mercado.

Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza

Fecha elaboración: 22/12/2018

✓ - Verificado

COMERCIAL AVICOLA Y PECUARIA
AUDITORIA INTERNA A LOS PROCESOS DE VENTAS
PROGRAMA DE AUDITORÍA
PERIODO: De Junio a diciembre del 2018

PT: B3	CUMPLIMIENTO DE HORARIO EN EL PUESTO DE TRABAJO						
Día	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Horarios	8:30-18:30	8:30-18:30	8:30-18:30	8:30-18:30	8:30-18:30	8:30-18:30	9:00-13:30
29 Oct - 4 Nov	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple	No Cumple; 1 empleado (Calamidad Domestida)
5 Nov - 11 Nov	Si Cumple	No Cumple; 1 empleado (15 min tarde)	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple
12 Nov - 18 Nov	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple	No Cumple; 2 empleados (5 min tarde)	Si Cumple	No Cumple; 1 Empleado (Cita medica)
19 Nov - 25 Nov	No Cumple; 1 empleado falto (calamidad domestica)	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple	No Cumple; 1 empleado (9 min tarde)
26 Nov - 2 Dic	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple	Si Cumple
<p>En 35 días se reportaron 6 observaciones referentes a: 3 días que hubo empleados que llegaron tarde, 1 cita médica y 2 calamidades domésticas; por lo cual se puede determinar que el personal tiene un 83% de efectividad en el horario de entrada en la empresa.</p>							
Elaborado por: Vargas Salazar Dori Esperanza				Fecha elaboración: 26/12/2018			
				Y - Verificado			

Informe de auditoría.

Información introductoria.

Motivo del examen

La Auditoría Interna en los procesos de Ventas del “Comercial Avícola y Pecuaria” en el período comprendido entre junio a diciembre de 2018.

Objetivos del examen.

Objetivo general.

Efectuar una Auditoría Interna en los procesos de Ventas del “Comercial Avícola y Pecuaria” en el período comprendido entre junio a diciembre de 2018.

Objetivo Específicos:

- Ejecutar una Auditoría Interna en los procesos de Ventas del “Comercial Avícola y Pecuaria” en el período comprendido entre junio a diciembre de 2018.
- Diagnosticar el estado actual en los procesos de Ventas del “Comercial Avícola y Pecuaria”.
- Emitir un informe sobre una Auditoría Interna en los procesos de Ventas del “Comercial Avícola y Pecuaria” en el período comprendido entre junio a diciembre de 2018.
- Como propuesta mejorar los procesos de Ventas del “Comercial Avícola y Pecuaria” en el período comprendido entre junio a diciembre de 2018.

Alcance del examen.

La auditoría Interna en los procesos de Ventas del “Comercial Avícola y Pecuaria” se aplicará en el período comprendido entre junio a diciembre de 2018.

Base legal.

Se realizó la auditoría interna en sus procesos de ventas de acuerdo con las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas (NAGAS) y de las Normas Internacionales de Auditoría (NIA).

Monto de recursos examinados.

La realización de la auditoría en sus procesos de ventas se tomó en consideración los rubros económicos a ser auditados.

Plan de Mejoras

Primero:

- Definir listados de ventas por cliente o producto.
- Establecer un presupuesto de ventas.
- Implantar un sistema de previsiones de ventas.
- Delimitar una estructura y organigrama funcional de la empresa.

Segundo:

Realizar un análisis del mercado

El análisis del mercado permite conocer la situación real del sector en el que se desarrolla las actividades de la organización, sus tendencias e identificar los competidores; y comprobar la posición competitiva de la empresa dentro del entorno: la cuota de mercado, percepción de los clientes, manejo de proveedores, entre otros.

Tercero:

- Investigación sobre el terreno para conocer la realidad de la actividad comercial de la empresa.
- Instaurar un manual de procesos y funciones en el área de ventas, detallando las actividades que realiza cada empleado.

Cuarto:

- Elaborar un plan de acción para aplicar las medidas correctivas y preventivas.
- Fijar objetivos alcanzables y plazos específicos.
- Asignar las responsabilidades y compromisos de todo el equipo inmerso en la implantación de la auditoría en sus procesos de ventas.
- Difundir los objetivos y metas hacia todo el personal del Comercial.

Quinto:

- Dar seguimiento a los resultados planeados y alcanzados.
- Evaluar los resultados al final del día.

Detalle de procesos inmersos en la auditoría de ventas

- Registro diario de ventas, este paso se lo puede realizar de manera manual y digital. La información digital es necesaria para obtener datos actualizados, conociendo como ha sido efectuado el proceso de ventas durante el día, además ofrece seguridad a los balances.
- Establecer el manual de procesos y funciones, con la finalidad que no existan tareas repetitivas y duplicadas; esto permite que se agilice el proceso ventas.
- Distribuir adecuadamente las áreas de trabajo de la empresa.
- Manejo eficiente del inventario, esto implica contar con un almacén estructurado y seguro, de esta manera se puede contar con la cantidad exacta de cada producto, reduciendo los riesgos de pérdida de ventas por falta de estos.
- Capacitación del personal de ventas.

- Ofrecer seguridad en el área de ventas tanto para empleados como para los clientes.
- Establecer un manual de ventas, por lo cual se debe capacitar al personal y mejorar la atención al cliente.
- Medir un tope en gastos y adquisición de productos, la empresa realiza altos gastos en sus actividades comerciales que dan como resultado elevadas pérdidas.
- Realizar un estudio mensual de sus balances, principalmente en el estado de resultados y balance general.
- Analizar el comportamiento de sus ventas mensuales.
- Desarrollo de publicidad y marketing de sus productos.
- Exposición de la empresa en el mercado, por lo cual se puede crear una página web o darse a conocer en redes sociales.
- Monitoreo del control interno del Comercial, permitiendo evaluar el desempeño de las funciones de cada empleado.
- Tomar acciones correctivas en los procesos de ventas.

Resultados esperados

- Información de ventas oportuna y confiable.
- Respaldo digital de información sobre ventas.
- Eficiente control de inventarios.
- Distribución adecuada de las áreas de trabajo de la empresa.
- Agilidad en el proceso de ventas.
- Conservación de productos.
- Seguridad en área de ventas.
- Aumentar la satisfacción y fidelidad del cliente.

CONCLUSIONES

- El comercial Avícola y Pecuaria no cuenta con un control en el que se establezcan herramientas para mejorar sus procesos de ventas en donde el personal y el gerente cumpla con los procedimientos por lo cual es la razón que existen deficiencias.
- Se analizó en los procesos de ventas mediante la aplicación de técnicas que son las encuestas las cuales se determinó el nivel de riesgo que tiene el comercial.
- Como otro punto importante es necesario identificar los errores que se han encontrado y aplicar medidas correctivas en los hallazgos o evidencias.

RECOMENDACIONES

- Es necesario capacitar el personal periódicamente de esta manera podrá optimizarse en sus procesos de ventas en el que permitirá una alta rentabilidad y crecimiento en el Comercial.
- Se recomienda día a día monitorear las ventas en el que se determinará como están sus ingresos y egresos.
- El Comercial Avícola y Pecuaria debe tomar en cuenta las recomendaciones señaladas en el plan de mejora en el que le permitirá llevar sus ventas de una manera eficaz y eficiente en el que conllevará mejorar el desarrollo de su negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ackerman , S., & Com, S. (2013). *Metodología de la investigación* (Aula Taller ed.). Buenos Aires.
- Almeida, M. C. (1996). *Auditoria: um curso moderno e completo*. Sau Pablo: Atlas.
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica* (Sexta ed.). Caracas, Venezuela: Episteme,C.A.
- Auditors, T. I. (2001). *Código de Ética*. Recuperado el 19 de 12 de 2018, de <https://www.csv.go.cr/documents/10179/10843/NEPAIS+Normas+p.+el+ejercicio+profesional+de+la+A.I..pdf/88aff866-0250-4615-9502-0e76ea6bec7f>
- Definicionabc. (Lunes de Diciembre de 2018). *definicionabc.com*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/control-interno.php>
- Frett, & N. (19 de mayo de 2011). *Agregando valor a la función de auditoría interna*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2018, de [//www.henrynunezasoc.files.wordpress.com/2011/09/m_nahumfrett.pdf](http://www.henrynunezasoc.files.wordpress.com/2011/09/m_nahumfrett.pdf)
- Gaitán, R. E. (2006). *Administración de riesgos ERM y la auditoría interna*. Bogota: Ecoe ediciones.
- García Hugo. (2012). *Auditoría de gestión aplicada al área de compras y ventas de la EMPRESA JAYCO REPRESENTACIONES Y SERVICIOS CÍA. LTDA*. Quito.
- Gerencia. (2004). Casos y Working Papers Auditoría interna: realidad o mera etiquetado? *Cadernos EBAPE*, 1. Retrieved from <http://www.ghc.com.br/Auditoria/audnorm.htm>
- Gomez, S. (2012). *Metodología de la Investigación* (Primera ed.).
- Hernández , R., & Coello , S. (2012). *El proceso de investigación científica* (Segunda ed.). La Habana, Cuba: Universitaria, 2012.
- Hernández. (2010). *Modelo sistémico de auditoria interna con enfoque de riesgo*. La Habana, Cuba.
- hernandez, F. B. (2010).

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México, México.
- Jordi Mas, C. R. (2002). *La Auditoría Operativa en la práctica. Técnicas de mejora organizativa*. México, D.F., México.
- Kotler. (2001). *Dirección de Mercadotecnia. Análisis, planeación, implementación y control* (Octava ed.).
- León Nilo y Zavala Jéssica. (2013). *Diseño de un sistema de gestión por procesos para el área de ventas de una empresa dedicada a la comercialización de productos agrícolas*. Guayaquil.
- Marketingdirecto. (Lunes de Diciembre de 2018). *marketingdirecto.com*. Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/venta-2>
- Monteza Anthony. (2014). *Auditoría operativa aplicada al área de ventas, en la Empresa Pardo's Chicken Chiclayo*. Chiclayo.
- Mora, A. (2004). *Manual de auditoría informe*. Buenos Aires: Federación argentina de consejos profesionales de ciencias económicas.
- Moreno, E. (2009). *Auditoría*.
- Navarro, M. (2012). *Técnicas de Ventas* (Primera ed.).
- O. Ray Whittington, C. C. (2000). *Auditoría. Un enfoque integral* (12a ed.). Bogotá, Colombia.
- Oliveira D, & P. R. (2004). *Manual de consultoría empresarial: conceptos, metodología, prácticas*. (5 ed.). Sao Pablo: Atlas.
- Prieto, J. (2008). *Gerencia de Ventas* (Primera ed.). Bogotá.
- Prieto, J. (2015). *Gerencia de ventas sea un animador de sus vendedores* (Segunda ed.). Bogotá.
- Ramón, J. (2013). *Auditoría Interna* (Tercera ed.). México, México: Pearson.
- Real Academia Española. (Miércoles de Noviembre de 2018). Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=bWSrEeQ>
- Robalino Alexis. (2011). *Auditoría de gestión al departamento de ventas y servicio al cliente de los Almacenes de Electrodomésticos San Francisco "Impoeksa"*. Riobamba.

- Sabino. (2002). *El proceso de investigación*. Caracas.
- Salterain, F. D. (2011). *Gerencia exitosa de ventas: métodos, secretos y estrategias para dirigir equipos de vendedores hacia el éxito* (Granica ed.). Buenos Aires.
- Sandoval, H. (2012). *Introducción a la Auditoría* (Primera ed.).
- Sanz, C. (2002). *Diccionario Económico Contable, Comercial y Financiero* (Gestión 2000, S.A. ed.). Barcelona.
- Stanton, E. y. (n.d.). Fundamentos de Marketing. Retrieved from <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/proceso-venta.htm>
- Tamayo y Tamayo, M. (2009). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.
- Tamayo y Tamayo, M. (2010). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.
- Viciano , A. (2011). *Técnicas de venta* .

ANEXOS

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Guayaquil, 31 de Octubre de 2018

AUTORIZACIÓN

Por medio de la presente autorizo a la Srta. Dori Esperanza Vargas Salazar, C.I. 0931010326 estudiante del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de la carrera Administración de Empresas, hacer uso de la información pertinente de la Empresa Avícola y Pecuaria, para el desarrollo de su tesis, con el tema: Propuesta de mejora de la auditoria interna al proceso de ventas de la Comercial Avicola y Pecuaria ubicado en el cantón Guayaquil, previo a la obtención de su título de Tecnóloga en Administración de Empresas, ayudando al desarrollo personal y profesional de la misma.


Maira Baque Chilan
Propietaria de Avícola y Pecuaria

Maira Baque Ch.
AVICOLA Y PECUARIA
R.U.C.: 1305092817001
Dir.: Mapasingue Este
Calle 3ra y 4ta
Cel.: 0990190211 - 2004734

FOTOS DEL COMERCIAL AVÍCOLA Y PECUARIA



CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de auditoría interna al proceso de ventas en el Comercial Avícola y Pecuaria ubicada en el Cantón Guayaquil “**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿De qué manera una auditoria interna permitirá un manejo adecuado en los procesos de ventas del Comercial Avícola y Pecuaria ubicado en el Cantón Guayaquil en el período lectivo 2018?** El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada


Vargas Salazar Dori Esperanza

Tutora:


MCA. Mercedes Espinoza Espinoza

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**





Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma