



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

TÍTULO:

**“PROPUESTA DE CONTROL INTERNO SOPORTADA POR CONTROLES
AUTOMATIZADOS EN SUS SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA EL ÁREA
DE INGRESOS EN EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL.”**

AUTORES:

**GARCÍA OROZCO, KARLA DANIELLA
FIERRO VIVAS, EMILIO ALEXANDER**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

TUTOR:

ING. BARBERÁN ARBOLEDA, RUBÉN PATRICIO, MSC.

GUAYAQUIL, ECUADOR

2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por: **García Orozco Karla Daniella** y **Fierro Vivas Emilio Alexander**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de: **Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA.**

TUTOR

Ing. Barberán Arboleda Rubén Patricio, Msc.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Mancero Mosquero Humberto Jacinto, Msc.

Guayaquil, marzo del 2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **García Orozco Karla Daniella y Fierro Vivas Emilio Alexander**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **“Propuesta de control interno soportada por controles automatizados en sus sistemas de información para el área de ingresos en empresas del sector industrial”** previa a la obtención del Título de: **Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, marzo del 2016

AUTORES

García Orozco Karla Daniella

Fierro Vivas Emilio Alexander



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **García Orozco Karla Daniella** y **Fierro Vivas Emilio Alexander**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **“Propuesta de control interno soportada por controles automatizados en sus sistemas de información para el área de ingresos en empresas del sector industrial”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, marzo del 2016

AUTORES

García Orozco Karla Daniella

Fierro Vivas Emilio Alexander

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por habernos dado fuerzas, valentía y muchas bendiciones para avanzar día a día en el transcurso de la carrera universitaria durante estos años en la que nos formamos.

A nuestros padres, hermanos, abuelos porque fueron un motor fundamental en nuestras vidas al conseguir este objetivo, gracias a ese apoyo pudimos avanzar y tener muchas motivaciones para lograr este objetivo.

A nuestros profesores, porque gracias a ellos pudimos adquirir los conocimientos que nos permitieron volar alto, gracias a sus enseñanzas nos fuimos formando para lograr ser los granes profesionales hoy en día.

A nuestro director de tesis, Ing. Patricio Barbarán Arboleda quien nos brindó su apoyo incondicional en este proceso a la obtención de nuestro título, con mucho amor, esmero, dedicación y compartiendo todos sus conocimientos con nosotros.

A nuestros compañeros, porque con ellos pudimos lograr fortalecer gran parte de nuestros conocimientos y formar excelentes relaciones no solo como futuros colegas en el ámbito profesional, sino como amigos para toda la vida.

García Orozco Karla Daniella

Fierro Vivas Emilio Alexander

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de titulación a Dios por ser el quien me regala día a día sus bendiciones y me da las fortalezas para poder salir adelante,

También le dedico este trabajo, a mis padres Emilio Aníbal Fierro Quinde e Hilda María Vivas España, a mi abuela Margarita Josefina Quinde Guzmán, por ser los miembros de mi familia que estuvieron allí siempre que los necesité dándome una mano.

A los profesores y compañeros de la universidad y colegas del campo laboral, por apoyarme en los momentos difíciles para no desfallecer, y, por muy difícil que fuera la prueba, siempre me alentaros a luchar duro para alcanzar esos objetivos

Fierro Vivas Emilio Alexander

DEDICATORIA

Esta tesis la dedico a Dios y a la Virgen quien supieron guiarme a lo largo de mi vida, dándome fuerzas y mucha fe para seguir adelante en los obstáculos que se presentaron.

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, muchos de mis logros se los debo a ellos, que me formaron con reglas y con algunas libertades, pero al final me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

La fe y la perseverancia son los ingredientes fundamentales para alcanzar nuestras metas.

García Orozco Karla Daniella



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

CALIFICACIÓN

Ing. Barberán Arboleda Rubén Patricio, Msc.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| CAPÍTULO 1: EL PROBLEMA | 2 |
| 1.1. Planteamiento del problema | 2 |
| 1.2. Formulación del problema..... | 3 |
| 1.3. Objetivos de la investigación | 4 |
| 1.3.1. Objetivos generales | 4 |
| 1.3.2. Objetivos específicos | 4 |
| 1.4. Justificación y delimitación de la investigación | 5 |
| 1.4.1. Justificación teórica y práctica | 5 |
| 1.4.2. Delimitación de la investigación | 6 |
| CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO..... | 7 |
| 2.1. Actividad industrial..... | 7 |
| 2.1.1. La manufactura en los países sudamericanos en la costa del pacifico | 8 |
| 2.1.2. Composición sectorial de la economía ecuatoriana | 10 |
| 2.1.3. Sector manufacturero en el Ecuador | 12 |
| 2.1.4. Tipos de industrias en Ecuador | 16 |
| 2.1.4.1. Industria de alimentos y bebidas | 16 |
| 2.1.4.2. Industria Química..... | 18 |
| 2.1.4.3. Industria metálica | 20 |
| 2.1.4.4. Industria textil..... | 22 |
| 2.1.4.5. Selvicultura e industria maderera..... | 23 |
| 2.2. Análisis del Control Interno en las organizaciones..... | 24 |
| 2.2.1. Definiciones de control interno | 25 |
| 2.2.2. Importancia del control interno para la auditoría. | 26 |
| 2.2.3. Objetivos del control interno | 27 |
| 2.2.4. Utilidad del control interno | 28 |
| 2.2.5. Elementos del control interno | 29 |
| 2.2.6. Características del control interno..... | 29 |
| 2.2.6.1. Oportuno..... | 29 |
| 2.2.6.2. Cuantificable | 30 |
| 2.2.6.3. Calificable..... | 30 |
| 2.2.6.4. Confiable | 30 |
| 2.2.7. Estándares y normas de evaluación..... | 30 |
| 2.2.8. Ciclos de Aplicación del Control interno | 31 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.9. El control interno como sistema | 32 |
| 2.2.10. COSO: Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission | 33 |
| 2.3. Sistemas de información | 35 |
| 2.3.1. Definición de un Sistema de Información | 37 |
| 2.3.2. Funciones de sistemas de información | 39 |
| 2.3.3. La nueva era digital | 39 |
| 2.3.4. Desafíos y oportunidades de la globalización | 40 |
| 2.3.5. Los sistemas de información y las compañías | 40 |
| 2.3.6. Cómo mejora la tecnología de la información los procesos de negocios | 41 |
| 2.3.7. Aplicación de los sistemas de información para obtener ventajas competitivas | 42 |
| 2.3.7.1. Sostener la ventaja competitiva | 42 |
| 2.3.7.2. Alinear la TI con los objetivos del negocio | 42 |
| 2.4. Auditoría de Sistemas | 43 |
| 2.4.1. Definición de auditoría de sistemas | 43 |
| 2.4.2. Objetivos de la Auditoría de Sistemas | 44 |
| 2.4.3. Planeación de una auditoría en sistemas | 45 |
| 2.4.4. Personal Participante | 46 |
| | |
| CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO | 48 |
| 3.1. Tipo de investigación | 48 |
| 3.2. Tipos de métodos de investigación | 49 |
| 3.3. Metodología | 50 |
| 3.4. Definición de estudio de caso | 51 |
| 3.5. Características principales del estudio del caso | 52 |
| 3.6. Diseño del caso de estudio | 53 |
| | |
| CAPÍTULO 4: | 54 |
| 4.1. Principales procesos requeridos en el registro de sus ingresos en las empresas del sector industrial | 54 |
| 4.1.1. Captación de nuevos clientes | 54 |
| 4.1.2. Creación de nuevos clientes en el sistema computacional | 64 |
| 4.1.3. Ingreso de órdenes de pedido | 67 |
| 4.1.4. Despacho del pedido | 71 |
| 4.1.5. Emisión de la guía de remisión electrónica | 74 |
| 4.1.6. Emisión de la factura electrónica | 77 |
| 4.1.7. Devoluciones, cambios en mercadería y notas de crédito | 80 |

| | |
|---|------------|
| CAPITULO 5: RESULTADOS..... | 83 |
| 5.1. Captación de nuevos clientes | 83 |
| 5.2. Creación de Clientes | 97 |
| 5.3. Órdenes de pedido | 99 |
| 5.4. Despacho de pedidos..... | 105 |
| 5.5. Guía de remisión electrónica..... | 109 |
| 5.6. Emisión de la factura electrónica..... | 112 |
| 5.7. Devoluciones, cambios de productos y notas de crédito | 114 |
| CAPITULO 6: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 117 |
| 6.1. CONCLUSIÓN | 117 |
| 6.2. RECOMENDACIONES..... | 118 |
| BIBLIOGRAFÍA | 120 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|--|----|
| Ilustración 1: Participación del Sector Manufacturero en el PIN total (2014)..... | 9 |
| Ilustración 2: Tasa de Crecimiento del Sector Manufacturero (2014)..... | 10 |
| Ilustración 3: Composición sectorial de la economía ecuatoriana | 11 |
| Ilustración 4: Crecimiento del PIB Sector Manufactura..... | 13 |
| Ilustración 5: Composición del PIB Manufacturero | 15 |
| Ilustración 6: Balanza Comercial de la Producción de alimentos | 18 |
| Ilustración 7: Balanza Comercial Industria Química | 20 |
| Ilustración 8: Balanza Comercial Industria Metálica..... | 21 |
| Ilustración 9: Balanza Comercial de la Producción Textil | 23 |
| Ilustración 10: Balanza Comercial de la Industria de la Madera..... | 24 |
| Ilustración 11: Ciclos de aplicación del control interno | 32 |
| Ilustración 12: El control interno como sistema | 33 |
| Ilustración 13: COSO I | 34 |
| Ilustración 14: COSO II | 35 |
| Ilustración 15: Inversión en Capital de Tecnología de la Información..... | 36 |
| Ilustración 16: Sistema de Información | 38 |
| Ilustración 17: Tecnología de Información en procesos de negocios..... | 42 |
| Ilustración 18: Diseño del caso de estudio | 53 |
| Ilustración 19.- Diagrama de proceso de la captación de nuevos clientes vía telefónica | 57 |
| Ilustración 20: Diagrama de proceso de la captación de nuevos clientes via correo electrónico | 59 |
| Ilustración 21: Diagrama de proceso de la captación de nuevos clientes mediante la visita del cliente a las instalaciones..... | 61 |
| Ilustración 22: Diagrama de proceso de la captación de nuevos clientes mediante la visita de los asesores de ventas..... | 63 |

| | |
|---|----|
| Ilustración 23: Diagrama de Proceso de la creación de nuevos clientes en el sistema computacional | 66 |
| Ilustración 24: Diagrama de Procesos de la Generación de Orden de Pedido | 70 |
| Ilustración 25: Diagrama de Proceso del despacho del Pedido | 73 |
| Ilustración 26: Diagrama de Proceso de la emisión de la guía de remisión electrónica..... | 76 |
| Ilustración 27: Diagrama de Proceso de la Emisión de la Factura | 79 |
| Ilustración 28: Diagrama de Proceso Devoluciones, Cambios en Mercadería y Notas de Crédito | 82 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| Tabla 1. Características principales del estudio de caso..... | 52 |
| Tabla 2. Controles de la captación de nuevos clientes vía telefónica | 84 |
| Tabla 3. Controles de la captación de nuevos clientes vía correo electrónico..... | 85 |
| Tabla 4. Controles de la captación de nuevos clientes mediante visita del cliente a las instalaciones | 86 |
| Tabla 5. Controles de la captación de nuevos clientes mediante visita asesor de ventas al cliente..... | 87 |
| Tabla 6. Controles Automatizados Captación de Nuevos Clientes..... | 88 |
| Tabla 7. Controles Automatizados Captación de Nuevos Clientes..... | 91 |
| Tabla 8 Controles Automatizados Captación de Nuevos Clientes..... | 93 |
| Tabla 9. Controles Automatizados Captación de Nuevos Clientes..... | 95 |
| Tabla 10. Controles en la Creación de Nuevos Clientes | 97 |
| Tabla 11. Controles Automatizados Creación de Nuevos Clientes | 98 |
| Tabla 12. Controles del Ingreso de la Orden de Pedido..... | 99 |
| Tabla 13. Controles Automatizados Órdenes de Pedidos..... | 101 |
| Tabla 14. Controles del Proceso de Despacho del Pedido | 105 |
| Tabla 15. Controles Automatizados Despacho de Pedidos | 106 |
| Tabla 16. Controles del Proceso de la Emisión de la Guía de Remisión Electrónica.. | 109 |
| Tabla 17. Controles Automatizados Guía de Remisión Electrónicas | 110 |
| Tabla 18. Controles del Proceso de Emisión de la Factura Electrónica | 112 |
| Tabla 19. Controles Automatizados Facturación Electrónica | 113 |
| Tabla 20. Controles del proceso devoluciones, cambios en mercadería y notas de crédito | 114 |
| Tabla 21. Controles Automatizados Devoluciones, cambios de productos y notas de crédito | 115 |

RESUMEN

La presente investigación se enfoca en proporcionar controles internos integrados con controles automatizados en los sistemas de información enfocados para el área de ingresos de una empresa industrial; considerando que dicha área es donde se generan los ingresos de la compañía, elemento fundamental para la estabilidad de la misma.

El sector industrial en el Ecuador, después del comercio, es uno de los sectores económicos más importantes ya que es el que más aporta al producto interno bruto, con lo cual participa activamente en la economía en el país.

Actualmente, el sector industrial afronta un gran reto ante la liberalización de mercados y el apresurado crecimiento de países del este asiático, particularmente China; situaciones que requieren que el sector revise su estrategia competitiva.

Frente a lo expuesto anteriormente, muchas empresas industriales en el Ecuador se han visto en la obligación de implementar los controles internos definidos en sus sistemas de información de forma que estos, apoyen el desarrollo de sus actividades y procesos; lo cual, brinda una mayor confianza de que los resultados financieros de la compañía no se encuentran sesgados.

Para llevar a cabo nuestra investigación, se empleó la metodología “estudio de caso”, la misma que nos permitió analizar profundamente el planteamiento del problema; así como, cumplir con cada uno de los objetivos propuestos al iniciar nuestro trabajo.

Palabras claves: Sector industrial, control interno, controles automatizados, sistemas de información, ingresos

ABSTRACT

This research focuses on providing internal controls integrated with automated controls in information systems, specifically for the area of income of an industrial company; because, of the income depends primarily stability of the company.

The industrial sector in Ecuador, after the trade, is one of the most important economic sectors, because it is the largest contributor in the economics of the country.

Currently, the industry is facing a big challenge due to the liberalization and expedited growth of East Asian countries, particularly China; calling the sector to review its competitive strategy.

For the reasons set out above, many industrial companies in Ecuador have been forced to implement adequate information systems for the development of its activities and processes; which ones, provides greater confidence that the financial results of the company are not biased.

To carry out our research, we used the methodology "case study", the same that allowed us to thoroughly analyze the problem statement; as well as achieve each of the proposed goals at the beginning of our work.

Keywords: Industrial Sector, internal control, automated controls, information systems, incomes

INTRODUCCIÓN

El sector industrial en el Ecuador, es el sector que más aporta a la economía en el país, según información del Banco Central del Ecuador, la contribución de este sector ha llegado a brindar al Producto Interno Bruto (PIB) es alrededor del 18.62%. En el año 2014 el sector industrial contribuyó con el 13.91% del producto interno bruto del país y en el 2015 creció un 4.71%.

Las exportaciones del sector industrial representan el 23% de las exportaciones totales del país, es por esto que las empresas del sector industrial deben estar preparadas y capacitadas para este gran crecimiento que están teniendo a medida que pasa el tiempo.

Expuesto lo anterior y a la magnitud del crecimiento del sector industrial en el Ecuador podemos sacar a relucir que en las últimas décadas el Ministerio Industrial y de Competitividad ha creado políticas explícitas para el desarrollo del sector industrial, la cual establece principios, estrategias y objetivos.

Las empresas del sector industrial en el Ecuador en ciertas ocasiones no tienen en claro cuáles son sus áreas críticas en donde sus procesos son complejos, sus controles son débiles y es aquí donde podemos encontrar vulnerabilidad, que da paso a que la empresa sea un posible objeto a fraude.

Por esta razón este trabajo de titulación tiene como objetivo brindar un apoyo para las empresas del sector industrial nacional como internacional, a identificar cuáles son estas actividades que se realizan en una de las áreas críticas como es el proceso de ventas, identificando los controles que se deben utilizar con el apoyo de la tecnología y de los sistemas de información que hoy día los podemos usar como herramientas de apoyo en cada uno de los procesos.

CAPÍTULO 1: EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

Las empresas del sector industrial actualmente no poseen las herramientas necesarias que ayuden con un correcto proceso en el área de ventas empezando desde la captación del cliente, creación de clientes, ingreso de órdenes de pedido, despacho del producto, emisión de guía de remisión, emisión de factura, emisión de notas de crédito y notas de débitos en los casos que sean necesario, ya que esta falta de herramientas en estos procesos limitan a la administración el poder contar con informes de desempeño real de la empresa, lo cual es de suma importancia ya que soporta su gestión y operación y ayuda en la tomas de decisiones.

Cabe resaltar que el ruteo o despacho de los productos en la actualidad es un gran problema que enfrentan las empresas del sector industrial al tener que distribuir sus productos en los diferentes puntos geográficos del país o de la ciudad, para de esta manera minimizar costos y aumentar la productividad; sin considerar que el futuro de las empresas es la globalización con lo que nuestros procesos de despachos deberían considerar la entrega en otros países.

Para objeto del presente trabajo de titulación hemos consideramos que el área de ventas en las empresas del sector industrial es una de las más importante y sensitiva, por tal motivo sus procesos deben estar diseñados de manera que soporten la gestión, operación y control, considerando siempre la eficiencia y el uso de la tecnología en los mismos.

Cabe indicar que este trabajo de titulación, nos ayudara a determinar con exactitud los principales procesos o actividades requeridas dentro del área de

ventas, así como sus respectivos controles que serán aplicados al realizar dichas actividades. Con la finalidad de obtener definidos los correctos procesos para el registro de los ingresos en las empresas del sector industrial y de esta manera obtener un mayor control de los mismos, con el soporte de los sistemas de información y de la tecnología.

El tener empresas más eficientes y con un mayor control mejorarán los resultados de dichos negocios, con lo cual los empresarios podrán atraer inversión a las empresas del sector industrial y de tal manera ser parte de los mercados a nivel mundial.

El desarrollo de nuestro proyecto de tesis servirá para soportar el control que requieren las empresas del sector industrial en el área de ingresos, aprovechando el uso correcto de los sistema de información que permitan al empresario mitigar los posibles riesgos que puedan surgir durante el registro de cada actividad a realizar en los procesos de ingreso, lo que les permitirá a las empresas de este sector industrial ser más productivos, tener mejores controles con la ayuda de la tecnología y de los sistemas de información y estar preparados para ser parte de la globalización.

1.2. Formulación del problema

Frente a esta situación anteriormente expuesta, nuestro proyecto de tesis busca dar respuesta a las siguientes preguntas:

¿Qué actividades forman parte del proceso de sus ingresos en las empresas del sector industrial?

¿Cuáles son los beneficios que obtendrían las empresas del sector industrial una vez identificados los procesos correctos a seguir al registrar sus ingresos?

¿Qué tipo de controles se requerirán, para el correcto registro de los ingresos en el área de ventas en una empresa del sector industrial?

¿Qué controles automatizados soportados por los sistemas de información se deberían aplicar para el control adecuado de los procesos requeridos en el registro de sus ingresos en las empresas del sector industrial?

¿Cuáles son los lineamientos para el uso correcto de los sistemas de información dentro las empresas del sector industrial en el área de para el correcto registro de sus ingresos?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivos generales

Establecer los lineamientos en el uso de los sistemas de información y de la tecnología para el control interno de las actividades a realizar dentro de los procesos requeridos en el registro de sus ingresos en las empresas del sector industrial.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar los principales procesos requeridos en el registro de sus ingresos en las empresas del sector industrial.

- Describir las principales actividades a efectuarse dentro de cada uno de los procesos definidos para el registro de los ingresos en las empresas del sector industrial.
- Analizar y definir los controles a aplicar en las principales actividades a realizar dentro de los procesos definidos para el registro de los ingresos en el área de ventas en las empresas del sector industrial, con la finalidad de obtener un mayor control de los mismos.
- Analizar y definir los sistemas de información y tecnologías que soporten los controles definidos para el registro de los ingresos en las empresas del sector industrial.

1.4. Justificación y delimitación de la investigación

1.4.1. Justificación teórica y práctica

El sector industrial siendo la principal fuente generadora de recursos en el Ecuador, debe implementar controles manuales y automatizados que soporten su gestión y operación, evitando la omisión de registros que posteriormente podrían tener implicaciones de carácter legal.

En los procesos de implementación de los sistemas de información en las empresas del sector industrial se basan en soportar la gestión y operación, sin embargo, en dichos procesos de implementación no les dan importancia a los controles, es de ahí que en muchas ocasiones dichos sistemas de información no son explotados como herramientas de soporte en los controles para los procesos de negocios en las empresas del sector industrial.

El perfil del personal técnico del departamento de sistemas son excelentes profesionales en el área técnica, sin embargo, sus conocimientos sobre controles son bajo, lo cual afecta en que los sistemas de información implementados en las empresas del sector industrial cuenten con buenos controles en sus diferentes procesos y opciones.

1.4.2. Delimitación de la investigación

El presente proyecto de tesis se enfoca en el mecanismo de control interno con el soporte de los sistemas de información y tecnología para el área de ventas en una empresa del sector industrial, ubicada en la ciudad de Guayaquil.

El trabajo efectuado puede ser aplicado en una empresa del sector industrial sea dentro de la ciudad, a nivel nacional e internacional.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1. Actividad industrial

La actividad industrial es vital en la economía de un país y en Ecuador no ha sido la excepción. Cuando topamos el tema industria, un concepto básico al que se hace referencia es a la transformación de la materia prima mediante una serie de procesos que nos lleva a obtener un producto final para el consumo. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015)

De acuerdo a la Revista EkosNegocios.Com (Septiembre 2015):

“Walter Rostow (Nobel de Economía en 1987) realizó un análisis de las “etapas del crecimiento económico”, en el que plantea cinco pasos desde la sociedad tradicional hasta el consumo a gran escala. En este proceso la industrialización es el eje. “

Nicholas Kaldor también hizo aportes importantes en esta línea, al generar las Leyes del crecimiento económico. En su planteamiento, existen cuatro leyes en este proceso:

1. La tasa de crecimiento de la economía se relaciona con la del sector manufacturero.
2. Un incremento de la tasa de crecimiento de la manufactura genera un aumento de la productividad en el mismo sector.
3. La productividad de los sectores ajenos a la manufactura aumenta cuando el producto manufacturero se incrementa.
4. Factores de oferta y demanda inciden en las diferentes tasas de crecimiento de la producción manufacturera.

2.1.1. La manufactura en los países sudamericanos en la costa del pacifico

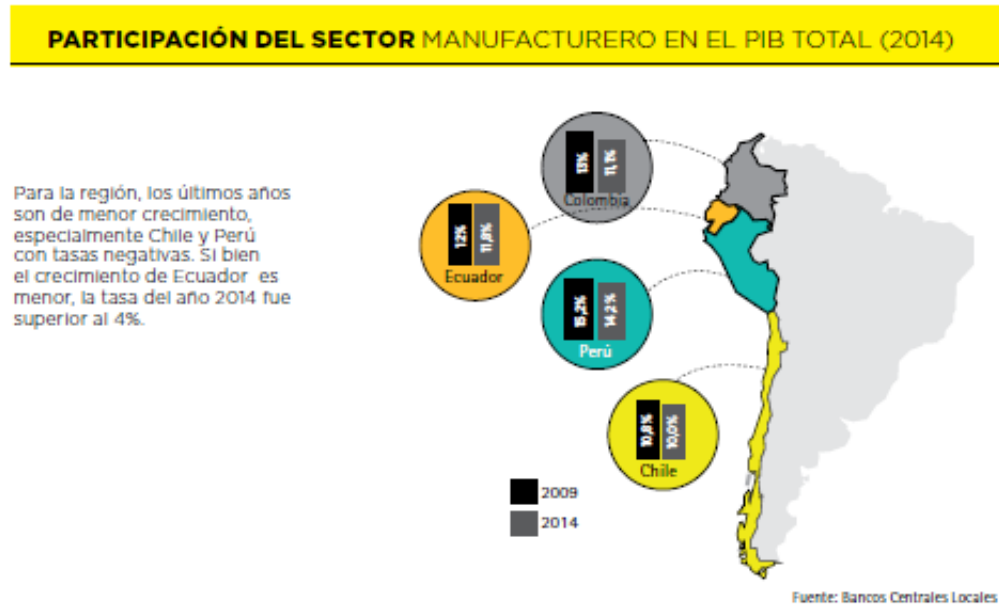
A nivel regional el sector manufacturero presenta algunas similitudes, tomando en cuenta cifras de Chile Colombia, Ecuador y Perú de sus respectivos Bancos Centrales, es posible establecer dos aspectos puntuales del sector manufacturero en cada país.

Lo primero que se destaca, es que la participación en el producto interno bruto (PIB) de este sector es mayor en Perú que en el resto de países analizados. Así para el año 2014 su participación se estima en 14,2%. A este país le sigue Ecuador con 11,8%. Chile por su parte, tiene la menor participación con un 10%.

No obstante, en todos los países hay una característica común y es el hecho de que el peso de la manufactura se ha reducido en los últimos cinco años dentro del producto interno bruto (PIB). El caso que más se destaca es el de Colombia, con una variación de -1,9% entre 2009 y 2014. Para todos estos países, los precios más altos de los bienes primarios que exportan, así como el crecimiento del comercio y los servicios, llevaron a que esta participación se reduzca ya que la manufactura creció en menor medida. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015)

Para la región, los últimos años son de menor crecimiento, especialmente Chile y Perú con tasas negativas. Si bien el crecimiento de Ecuador es menor, la tasa del año 2014 fue superior al 4% y se estima algo similar para 2015.

Ilustración 1: Participación del Sector Manufacturero en el PIN total (2014)



Fuente: Revista EkosNegocios.Com (Septiembre 2015)

En el informe "Análisis Económico y de Industrias Latinoamérica. La hora de las reformas estructurales", publicado en mayo de 2015 por la Consultora Deloitte, se destaca que:

“La región necesita de manera impostergable una estrategia de crecimiento sustentada en las mejoras de los niveles de productividad. Teniendo en cuenta que el contexto internacional no va a recuperarse en el corto plazo, fracasar en la puesta en marcha de aquella estrategia podría significar el riesgo de quedar inmersos en una situación de muy bajo crecimiento económico por más tiempo del recomendable desde el punto de vista económico, político y social. La región, según señala el documento, deberá apostar por una estrategia de crecimiento sustentada en las mejoras de los niveles de productividad y desarrollo industrial”.

Ilustración 2: Tasa de Crecimiento del Sector Manufacturero (2014)



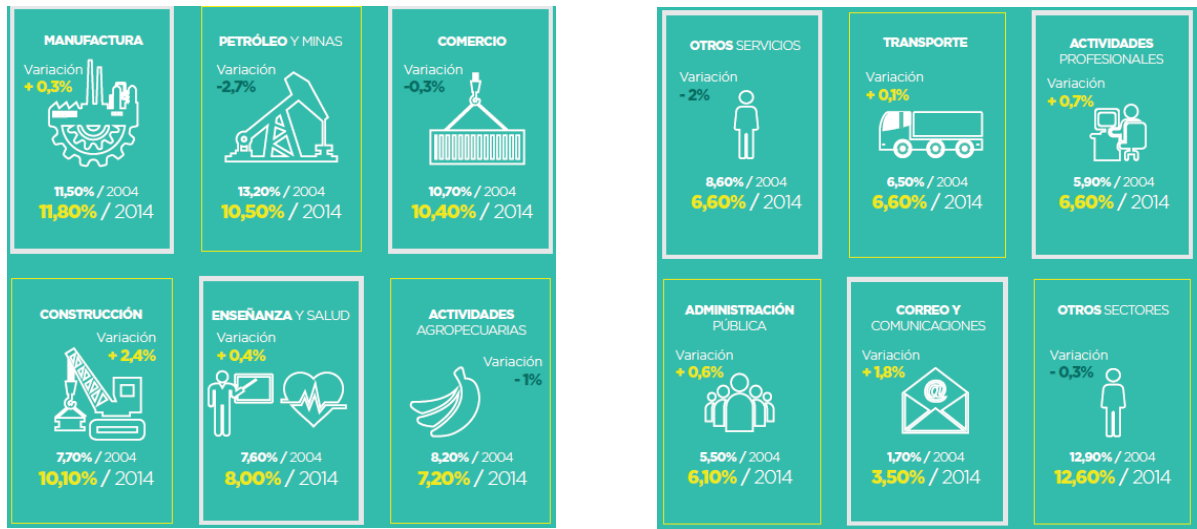
Fuente: Revista EkosNegocios.Com (Septiembre 2015)

2.1.2. Composición sectorial de la economía ecuatoriana

Si se realiza un análisis de la composición del Producto Interno Bruto (PIB) de la economía ecuatoriana es posible observar algunos cambios en esta estructura en la última década. En el año 2004 el sector de mayor peso era el de petróleo y minas, con 13,2%. En 2014, esta situación cambió, de tal manera que la manufactura tiene el mayor peso en el PIB con 11,8%. Esto demuestra la importancia que tiene este sector en la economía ecuatoriana y de qué manera es un elemento fundamental en el desarrollo productivo del país. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015)

No obstante, todavía quedan desafíos para fortalecer la participación de ese sector en la economía, ya que en 10 años su peso se incrementó en 0,3%. Los sectores que mayores incrementos tuvieron en sus participaciones en el PIB fueron construcción (+2,4%) y correo y comunicaciones (+1,8%).

Ilustración 3: Composición sectorial de la economía ecuatoriana



Fuente: Revista EkosNegocios.Com (Septiembre 2015)

En el caso de la construcción las inversiones públicas y el mayor acceso a financiamiento han sido claves en este resultado. En lo que a correo y comunicaciones se refiere, tanto las inversiones realizadas en materia de telecomunicaciones, como la mayor demanda de productos y servicios de este sector han llevado a su incremento en la participación.

Para el año 2015, la proyección de crecimiento de la economía ecuatoriana se encuentra por debajo del 1,5%. En este año 2015 se mantiene la tendencia de desaceleración de años anteriores, por lo que las expectativas son menos favorables.

Desde el punto de vista sectorial, las proyecciones de este año 2015 arrojaron un crecimiento estimado para los siguientes sectores:

1. 3,68% en el caso de la manufactura

2. 2,4% para el correo y comunicaciones
3. 0% para la construcción

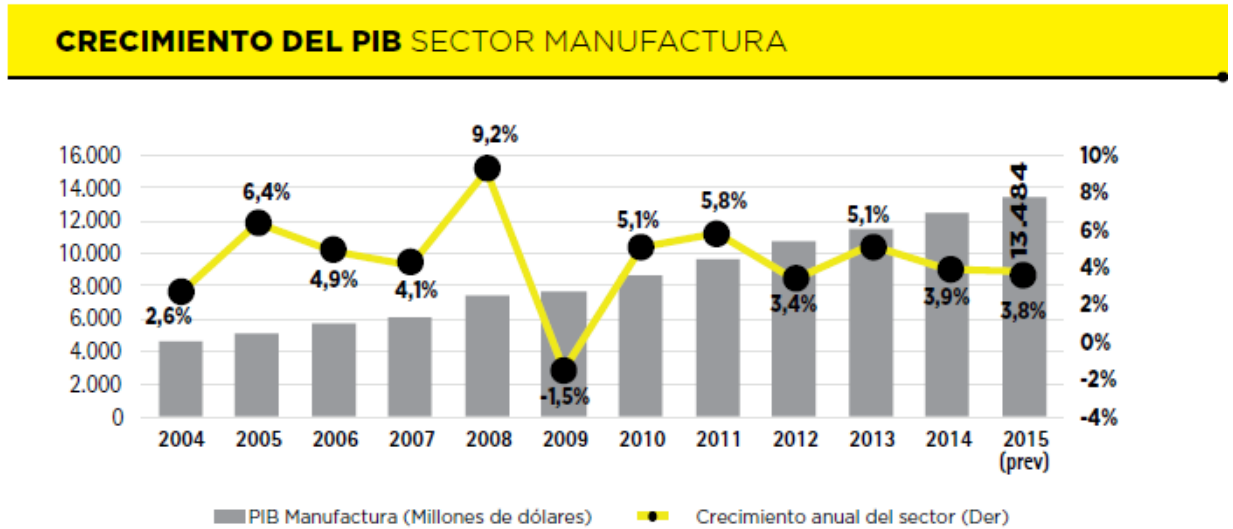
En el caso de la manufactura, el nivel de crecimiento esperado responde también a los resultados de algunas inversiones y la capacidad de aprovechar las restricciones comerciales que se han aplicado. Debido a la importancia que tiene el sector manufacturero, a continuación, se hace una revisión del mismo tomando en cuenta su composición y evolución en la economía nacional. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015)

2.1.3. Sector manufacturero en el Ecuador

De acuerdo a cifras del Banco Central del Ecuador (BCE), el producto interno bruto del país (PIB) es de 14% en el año 2014 y se estima que haya un crecimiento del 4% para el 2015.

Se estima que el sector industrial tenga un producto interno bruto (PIB) de 12,5801 millones en el año 2014 que correspondía a una participación de un 11,79 %, y esta participación incrementará a 12,01% en el 2015 pasando a USD13.484 millones respectivamente.

Ilustración 4: Crecimiento del PIB Sector Manufactura



Fuente: Revista EkosNegocios.Com (Septiembre 2015)

Dentro de la última década el sector industrial registró un crecimiento del producto interno bruto (PIB) de 47,46%. Adicionalmente, a nivel promedio este sector ha crecido 4,6% anual, reflejando un importante nivel de dinamismo dentro de sus actividades. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015)

A excepción del 2009, este sector ha presentado tasas de crecimiento positivas. En el año de la crisis tuvo un decrecimiento de -1,5%. Los años con mayores niveles de crecimiento son 2005 con el 6,4% y 2008 con 9,2%. Más adelante se presentan cifras comparativas. Algunos factores explican estas variaciones, no obstante, se destacan las inversiones realizadas, así como el incremento del consumo y de las mejores condiciones de vida de la población.

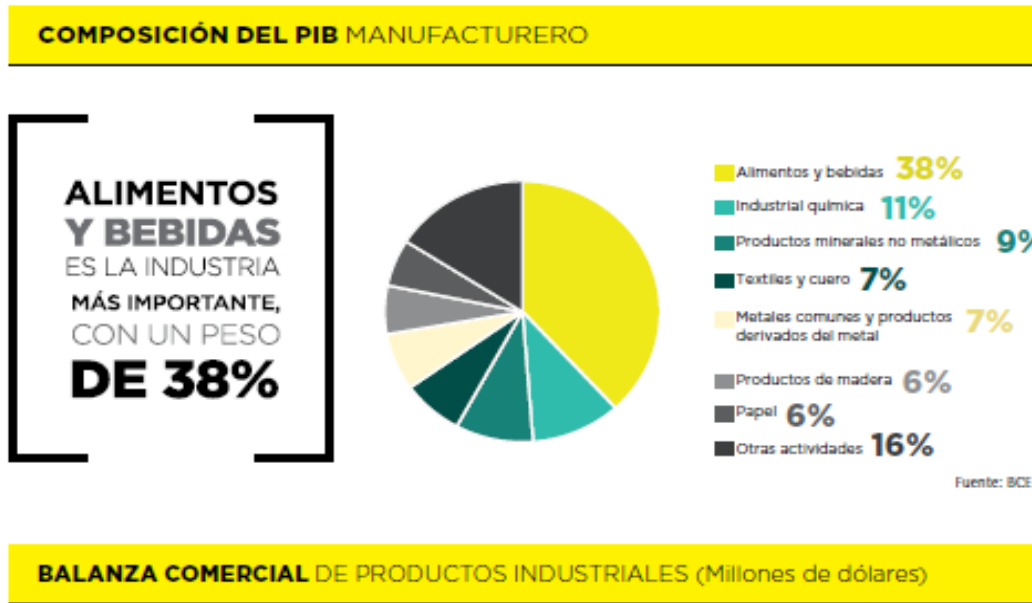
La mayor demanda de insumos y bienes terminados por parte de otros sectores, como es el caso de la construcción han favorecido el crecimiento de la actividad manufacturera. Las medidas de restricción comercial han sido

positivas para ciertas actividades industriales. Para 2015 se espera un crecimiento sectorial del 3,8% lo que significa una leve disminución en relación al registrado en 2014, debido a las políticas que se han implementado. Junto con la restricción a las importaciones, se destacan algunas políticas aplicadas en el cambio de la matriz productiva y en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (COPCI), sin embargo, se espera que, a largo plazo, estas medidas contribuyan al incremento de la producción y al desarrollo de la industria nacional en su conjunto.

En contraste, este sector ha variado en lo que a participación al PIB se refiere, si bien estas variaciones han sido inferiores al 1%. Entre 2004 y 2008 su participación pasó de 11,5% a 12,2%. Luego se tuvo de manera general una etapa de menor participación y en 2012 esta pasó al 11,7%. Esto se dio debido a que la economía en su conjunto creció a una mayor tasa que el sector. A partir de 2012 la participación se recupera hasta el 12% (estimado para 2015).

En lo que a composición de este sector podemos indicar que la elaboración de alimentos y bebidas es la industria más importante en el país con un peso de 38% dentro del total del producto manufacturero y un producto generado de USD 5.297 millones. A éste le sigue la industria química con un peso de 11%, siendo una actividad considerada prioritaria en las políticas gubernamentales. En tercer lugar, se encuentran los productos minerales no metálicos (9%) seguidos por la industria textil y de cuero (7%) y metálica (7%).

Ilustración 5: Composición del PIB Manufacturero



Fuente: Revista EkosNegocios.Com (Septiembre 2015)

Cabe indicar que a pesar de la importancia que tiene este sector manufacturero dentro del producto interno bruto (PIB) del país, es uno de los que mayor déficit maneja en relación a las cuentas externas. Esto se debe a que la mayor parte de la demanda de productos manufacturados se cubre a través de importaciones. Estas importaciones se han incrementado en los últimos años, y en el año 2014 se ubicaron en USD 16.569,31 millones, generando un déficit de USD -12.177,88 millones. Es en este escenario que se aplicaron medidas de restricción comercial a diversos productos manufacturados, las mismas que pueden seguir fortaleciéndose dado el escenario actual, si bien se depende de la respuesta de la Organización Mundial del Comercio (OMC) a las medidas ya existentes. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015)

2.1.4. Tipos de industrias en Ecuador

A nivel de país el sector manufacturero presenta varios tipos de industrias que aportan a la economía del Ecuador, de las cuales tenemos:

1. Industrias de Alimentos y Bebidas
2. Industria Química
3. Industria Metálica
4. Industria Textil
5. Silvicultura e Industrias Maderera (Negocios, 2015)

2.1.4.1. Industria de alimentos y bebidas

La industria de alimentos es la más grande y la que más valor genera dentro del sector manufacturero en el país. Esto como resultado de la importante vocación de Ecuador en la producción de bienes primarios a través de un proceso de transformación.

Dentro de la composición del producto de la industria alimenticia que maneja el Banco Central del Ecuador (BCE), el mayor peso lo manejan la elaboración de bebidas y el procesamiento y conservación de pescado y otros productos acuáticos, con un 16% en cada uno de los casos. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015).

En lo referente a las bebidas, es una industria con importante crecimiento, lo que se ha dado en gran medida como resultado de un mayor consumo interno. A su vez, la segunda actividad de mayor peso se dirige hacia el mercado externo. Si a esto se añade el procesamiento de camarón (9,1%), el resultado de la producción industrializada de pesca y acuicultura es de 25%. El trabajo pendiente en este sector obedece a la diversificación de productos como

una estrategia de posicionamiento local e expansión internacional. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015).

Su crecimiento depende del comportamiento del mercado externo, así como del consumo de los hogares. Es así como para el caso del atún la sobreoferta mundial afecta directamente a la actividad. El consumo de los hogares no crecerá en la misma medida el próximo año y las restricciones comerciales aplicadas no generan un impacto de mediano plazo, más aún cuando éstas son revisadas dentro de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

A nivel externo, se depende de las condiciones de los mercados internacionales, por la coyuntura que favorece a determinados productos. La balanza comercial es superavitaria en más de USD1.500 millones. En 2014 no se dio un mayor crecimiento de las exportaciones e importaciones. Para 2015, los resultados a junio permiten considerar que exportaciones e importaciones serán menores; la balanza comercial será positiva, pero inferior a lo registrado en años anteriores.

Ilustración 6: Balanza Comercial de la Producción de alimentos



Fuente: Revista EkosNegocios.Com (Septiembre 2015)

2.1.4.2. Industria Química

Es la segunda actividad de mayor peso dentro del sector manufacturero nacional con una participación de 10,14%. Dentro de esta industria se destaca la transformación de materia química básica. Una de las principales

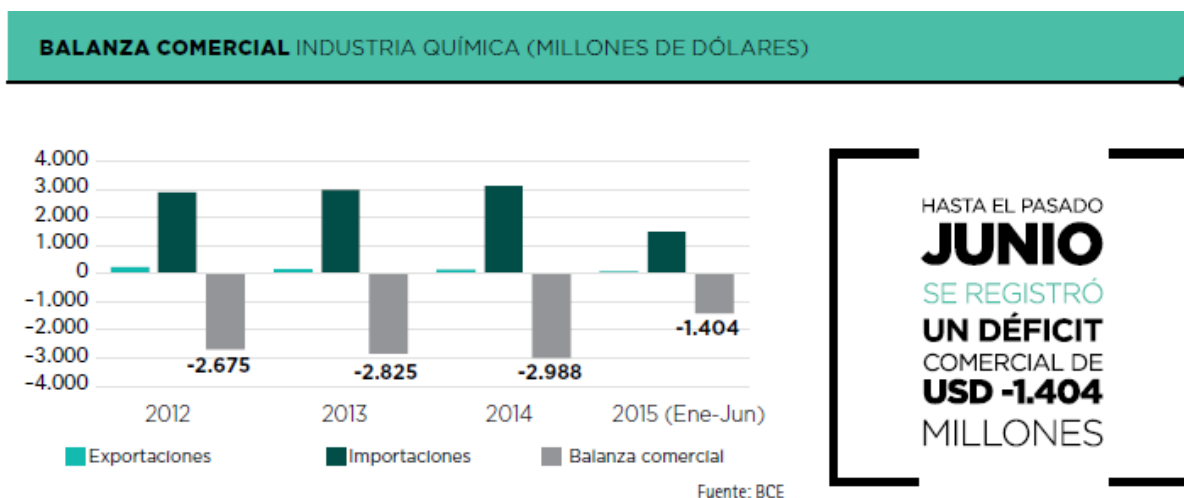
características de este sector es la dependencia que existe hacia el mercado externo. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015).

Este sector ha tenido importantes cambios y existe interés dentro de las políticas gubernamentales para su fortalecimiento. Uno de los principales desafíos de esta industria es la falta de tecnología para la industria básica. En este sector se ha trabajado en el desarrollo de diversos productos químicos destinados para el mercado local, en insumos para la industria, lo que ha llevado a que la elaboración de productos de limpieza, cuidado personal, medicinas, pinturas, entre otros, tenga una mayor presencia local. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015).

Las perspectivas del sector son favorables, si bien dependen de la evolución de la economía. Se estima que las inversiones en petroquímica y en el desarrollo de combustibles provenientes de fuentes diferentes al petróleo fortalezcan al sector. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015).

Desde el punto de vista comercial, esta actividad maneja un importante déficit que se ubicó en 2014 en USD -2.988 millones, debido a que es un sector que se concentra en el mercado interno y para suplir la demanda nacional debe recurrir a importaciones. Debido a la aplicación de restricciones comerciales y al menor nivel de dinamismo de la economía en su conjunto, las importaciones en 2015 serán menores a los USD 3.128 millones respecto con 2014. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015).

Ilustración 7: Balanza Comercial Industria Química



Fuente: Revista EkosNegocios.Com (Septiembre 2015)

2.1.4.3. Industria metálica

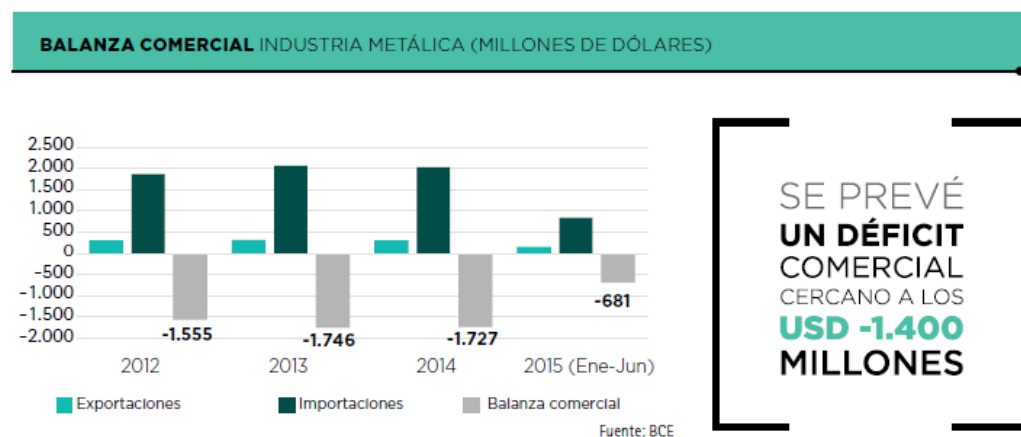
La industria metálica se caracteriza por la fabricación de metales comunes y productos derivados del metal. Esta industria ha tenido mayor importancia en los últimos años, su participación en el producto interno bruto (PIB) manufacturero se estima en 6,8% en el año 2014. Esta industria genera diversos productos en el país, dentro de los que se destacan varillas, perfiles, tuberías, paneles, estructuras metálicas, alambres, cables, tanques, mallas, utensilios y otros productos que se utilizan para la construcción, consumo final o para otras industrias. Se añade a esto también la fabricación de maquinaria y equipo. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015).

El año 2014 fue particularmente importante para esta actividad, que tuvo un crecimiento de 21%. Este nivel de crecimiento se alcanzó debido a la mayor demanda de productos en el sector industrial, pero particularmente en la construcción. Las empresas más importantes realizaron inversiones que

permitían fortalecer sus niveles de producción y abastecer al mercado interno. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015).

Las proyecciones de crecimiento de este sector también dependen del consumo, del dinamismo de otras industrias y de la construcción. En este caso, la economía en su conjunto presenta un escenario de menor crecimiento y, en el caso de la construcción, el crecimiento proyectado para 2015 es de 0%, de acuerdo con la Cámara de la Construcción, lo que incidirá también en los próximos años. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015).

Ilustración 8: Balanza Comercial Industria Metálica



Fuente: Revista EkosNegocios.Com (Septiembre 2015)

En lo que a comercio exterior se refiere presenta históricamente déficit comercial que en 2014 se ubicó en USD -1.726,61 millones. Las medidas de restricción comercial, así como el fortalecimiento de la industria, incidieron para que las importaciones no se incrementen en el año 2014. En lo que va del año 2015, hasta junio las importaciones fueron de 837 millones. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015).

2.1.4.4. Industria textil

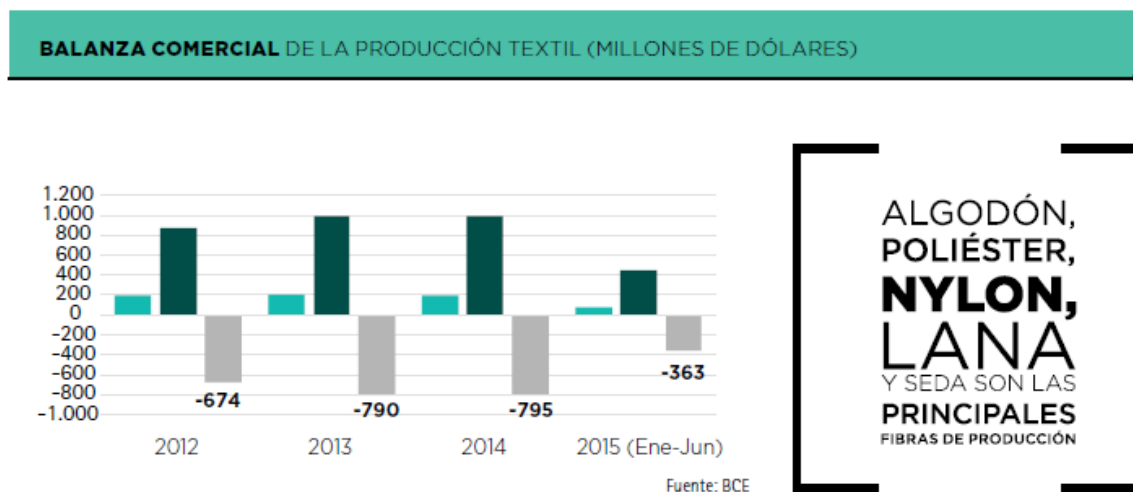
La industria textil se establece como un sector dinámico debido a que en 2014 registra un crecimiento de 4,30% respecto al año anterior y representa el 0,9% del PIB nacional y el 7,24% del PIB manufacturero.

Además de su importancia económica, esta industria se constituye como uno de los sectores más influyentes dentro del mercado laboral ya que, según estimaciones de la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), la industria genera alrededor de 50.000 plazas de empleo directas y más de 200.000 indirectas lo que lo ha llevado a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea luego del sector de alimentos, bebidas y tabacos.

Si bien en la actualidad, el sector productor textil ha logrado diversificar su producción por medio de la elaboración de productos provenientes de todo tipo de fibras como algodón, poliéster, nylon, lana y seda, existe preocupación debido a la fijación de aranceles a la importación de bienes de capital necesarios para sus procesos de producción. La balanza comercial textil en los últimos 3 años ha sido deficitaria en más de 670 millones de dólares siendo los principales productos de importación el calzado, las polainas y los artículos relacionados con un valor FOB de más de USD 168 millones.

Para el año 2015, los resultados al mes de junio develan que al igual que otros sectores, las exportaciones e importaciones del sector serán menores respecto al año anterior y que la balanza comercial permanecerá negativa. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015).

Ilustración 9: Balanza Comercial de la Producción Textil



Fuente: Revista EkosNegocios.Com (Septiembre 2015)

2.1.4.5. Selvicultura e industria maderera

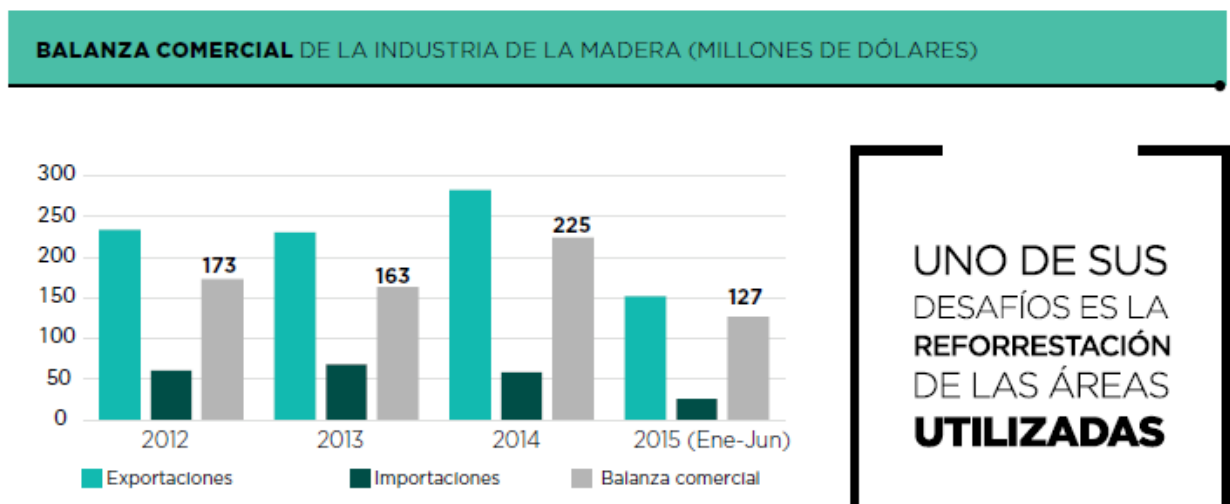
La producción de madera y de productos relacionados (fabricación de muebles) cuenta con algunas ventajas en relación a lo que producen otros países. Esto se da debido al hecho de que existe un alto potencial de producción a nivel local, dadas las diferentes condiciones de suelos y clima que favorecen producciones de este tipo.

La silvicultura en el año 2014 tuvo un crecimiento de 3,2%. No obstante, en esa misma fecha no fue tan beneficioso para la fabricación de muebles, de ahí que su PIB tuvo un crecimiento de -0,1%. Para 2015 se proyecta una recuperación del sector. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015).

A nivel de comercio exterior, este sector ha trabajado en la obtención de certificados que mejoraron sus procesos de producción y así poder acceder a mercados externos, es decir aquellas relacionadas con la madera y productos afines.

En este caso se mantiene una balanza comercial superavitaria, que el año anterior fue de USD 126,9 millones. Las exportaciones se han incrementado en los últimos años y esto ha permitido que para el año 2015 se proyecte un valor cercano a los USD 300 millones. Las restricciones aplicadas también han tenido incidencia en la reducción de las importaciones. El acceso que tienen los productos del país hacia los mercados más grandes, así como los nórdicos en menor medida, han permitido manejar cifras favorables en este caso. (Revista Ekos Negocios, Septiembre 2015).

Ilustración 10: Balanza Comercial de la Industria de la Madera



Fuente: Revista EkosNegocios.Com (Septiembre 2015)

2.2. Análisis del Control Interno en las organizaciones

Los controles internos en una organización son de vital importancia en el curso normal de sus operaciones, pues en este se basan los mismos. Un eficiente control interno, asegura que la información que presenta la organización es confiable e íntegra.

A través de los años, las empresas industriales se encuentran en proceso de crecimiento por lo que han ido adaptando sus sistemas de control

interno para adaptarse a los cambios que exigen los mercados, la globalización, entre otros factores.

De acuerdo al autor de “Auditoría en Sistemas Ocupacionales” Muñoz Razo (2002):

*“El control interno nace por la necesidad de evaluar y satisfacer la **eficiencia, eficacia, razonabilidad, oportunidad y confiabilidad** en la protección, salvaguarda y seguridad de los bienes de una empresa, así como para ayudar a controlar el desarrollo de sus actividades, operaciones y resultados financieros que se espera obtener en el desempeño de las funciones y operaciones de toda la empresa”.*

2.2.1. Definiciones de control interno

IFAC (2010) indica:

“Control Interno: El proceso diseñado, implementado y mantenido por los encargados del gobierno corporativo, la administración y otro personal para brindar seguridad razonable sobre el logro de los objetivos de una entidad respecto de la confiabilidad de la información financiera, efectividad de las operaciones, cumplimiento con leyes y regulaciones aplicables...”

Así mismo, Muñoz Razo (2002) señala:

“El control es una de las fases del proceso administrativo y se encarga de evaluar que los resultados obtenidos durante el ejercicio se hayan cumplido de acuerdo con los planes y programas previamente determinados, a fin de retroalimentar sobre el cumplimiento adecuado de las funciones y actividades que se reportan como las desviaciones encontradas; todo ello para incrementar la eficiencia y eficacia de una institución”.

Con base en estos conceptos, se puede concluir que los controles internos son el conjunto de actividades que sirven para dar cumplimiento a las políticas internas de las compañías, y de esta manera asegurar la integridad y confiabilidad de la información y poder asegurar una correcta toma de decisiones.

2.2.2. Importancia del control interno para la auditoría.

Todas las empresas, sean públicas, privadas, de participación estatal, paraestatales o mixtas, deben contar con instrumentos adecuados de control que les permitan llevar su administración con eficiencia y eficacia. Por esta razón es tan importante contar con un control interno en la empresa, para satisfacer sus expectativas en cuanto a la salvaguarda y custodia de sus bienes, a la promoción de la confiabilidad, oportunidad y veracidad de sus registros contables y la emisión de su información financiera, a la implantación correcta de los métodos, técnicas y procedimientos que le permitan desarrollar adecuadamente sus actividades, tareas y funciones, así como al establecimiento y cumplimiento de las normas, políticas y procedimientos que regulan sus actividades.

Lo mismo para empresas de giros comerciales, de servicios o de cualquier otro giro, sin importar que sean pequeñas, medianas, o grandes empresas o consorcios. En todos los casos se deberá establecer el control interno. El establecimiento de un sistema de control interno facilita a las autoridades de la empresa la evaluación y supervisión y, en su caso, la corrección de los planes, presupuestos y programas que determinarán el rumbo a seguir en la institución, de acuerdo con la misión, visión y objetivos de ésta. Con sólo cumplir lo anterior se justificaría la importancia del control interno. (Muñoz Razo, 2002)

2.2.3. Objetivos del control interno

Los principales objetivos del control interno son los que siguen:

Según Arens, Elder, & Beasley (2007) las empresas que cuentan con un diseño de control interno efectivo, cumple los siguientes objetivos:

“Confiabilidad de los informes financieros. La administración es responsable de preparar los estados financieros para los inversionistas, los acreedores y otros usuarios. La administración tiene la responsabilidad legal y profesional de asegurarse de que la información se presente de manera imparcial de acuerdo con los requisitos de información, como los principios de contabilidad generalmente aceptados.

Eficiencia y eficacia de las operaciones. Los controles dentro de una empresa tienen como objetivo invitar al uso eficaz y eficiente de sus recursos con el fin de optimizar las metas de la compañía. Un objetivo importante de estos controles es la información financiera y no financiera precisa de las operaciones de la empresa para tomar decisiones.

Cumplimiento con las leyes y reglamentos. La Sección 404 de la ley Sarbanes - Oxley requiere que todas las compañías públicas emitan un informe referente a la eficacia de la operación del control interno sobre los informes financieros. Además de las disposiciones legales de la Sección 404, se requiere que las organizaciones públicas, no públicas y sin fines de lucro sigan varias leyes y reglamentaciones. Algunas sólo tienen una relación indirecta con la contabilidad, como las leyes de protección ambiental y derechos civiles. Otras tienen relación con la contabilidad, como las reglamentaciones de impuestos sobre la renta y el fraude”.

2.2.4. Utilidad del control interno

El control en las instituciones tiene una razón de ser, de acuerdo con los planes y programas de cada empresa, ya que inicialmente nos permite establecer los estándares que nos ayudarán a obtener la información necesaria para evaluar el cumplimiento adecuado de los planes y programas previamente definidos; más tarde, con la información recopilada, nos ayuda a comparar lo que se alcanzó realmente contra lo esperado; por último, esta evaluación nos sirve para retroalimentar con mejoras y correcciones los planes y programas que servirán de base para el futuro.

Con base en el análisis anterior, podemos concentrar la utilidad del control en los siguientes conceptos:

- Permite diseñar y establecer las normas, estándares y criterios de medición para poder evaluar el cumplimiento de planes y programas.
- Ayuda a evaluar el cumplimiento y desempeño de las funciones, actividades y áreas de los integrantes de una empresa, comparando lo alcanzado contra lo esperado.
- Permite medir la eficiencia y eficacia en el cumplimiento de las operaciones de una empresa, al comparar lo realmente alcanzado contra lo esperado.
- Contribuye a la detección de fallas y desviaciones, así como a la corrección de errores en el desempeño de las actividades y operaciones de una empresa.
- Ayuda a modificar los planes y programas como consecuencia de la valoración de los resultados.
- Retroalimenta la planeación y programación de las empresas.

- Éstas son algunas de las muchas utilidades que puede tener el establecimiento del control en las empresas; dichas utilidades se pueden ampliar conforme a las características y necesidades de cada institución.

2.2.5. Elementos del control interno

De acuerdo a Muñoz Razo (2002):

“Establecimientos de los estándares, las normas y los mecanismos de medición, de acuerdo con los planes y programas previamente definidos.

Recopilación de los resultados obtenidos y análisis de la información de los mismos.

Comparación y Evaluación de los resultados obtenidos contra los resultados esperados, de acuerdo con los planes previamente definidos.

Retroalimentación a los planes y programas, a fin de corregir las desviaciones encontradas”.

2.2.6. Características del control interno

Para que el control en las empresas sea verdaderamente efectivo, es obligatorio considerar algunas de sus características fundamentales al momento de establecerlo. Entre algunas de esas características encontramos:

2.2.6.1. Oportuno

Esta característica es la esencia del control, debido a que es la presentación a tiempo de los resultados obtenidos con su aplicación; es importante evaluar dichos resultados en el momento que se requieran, no antes

porque se desconocerían sus verdaderos alcances, ni después puesto que ya no servirían para nada.

2.2.6.2. Cuantificable

Para que verdaderamente se puedan comparar los resultados alcanzados contra los esperados, es necesario que sean medibles en unidades representativas de algún valor numérico para así poder cuantificar, porcentual o numéricamente lo que se haya alcanzado.

2.2.6.3. Calificable

Así como los valores de comparación deben ser numéricos para su cuantificación, en auditoría en sistemas computacionales, se dan casos de evaluaciones que no necesariamente deben ser de tipo numérico, ya que, en algunos casos específicos, en su lugar se pueden sustituir estas unidades de valor por conceptos de calidad o por medidas de cualidad; mismas que son de carácter subjetivo, pero pueden ser aplicados para evaluar el cumplimiento, pero relativos a la calidad; siempre y cuando en la evaluación sean utilizados de manera uniforme tanto para planear como para medir los resultados.

2.2.6.4. Confiable

Para que el control sea útil, debe señalar resultados correctos sin desviaciones ni alteraciones y sin errores de ningún tipo, a fin de que se pueda confiar en que dichos resultados siempre son valorados con los mismos parámetros.

2.2.7. Estándares y normas de evaluación

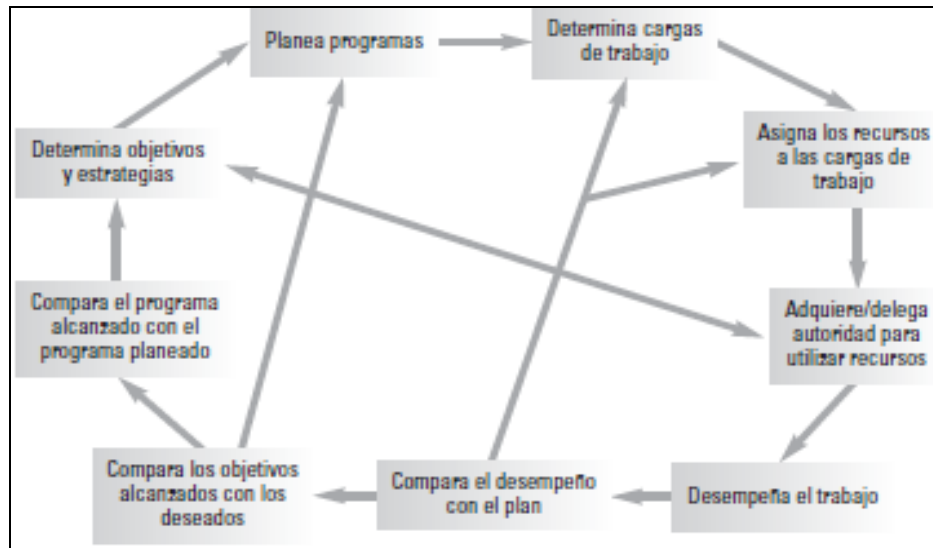
Al medir los resultados alcanzados, éstos deberán compararse de acuerdo con los estándares y normas previamente establecidos, a fin de

contemplar las mismas unidades para planear y controlar; con esto se logra una estandarización que permite valorar adecuadamente los alcances obtenidos.

2.2.8. Ciclos de Aplicación del Control interno

1. Determina objetivos y estrategias
2. Planea programas
3. Determina cargas de trabajo
4. Asigna los recursos requeridos a las cargas de trabajo
5. Adquiere/delega autoridad para utilizar recursos
6. Desempeña el trabajo
7. Compara el desempeño con el plan
8. Compara los objetivos alcanzados con los objetivos deseados
9. Compara el programa alcanzado con el programa planeado (Muñoz Razo, 2002)

Ilustración 11: Ciclos de aplicación del control interno



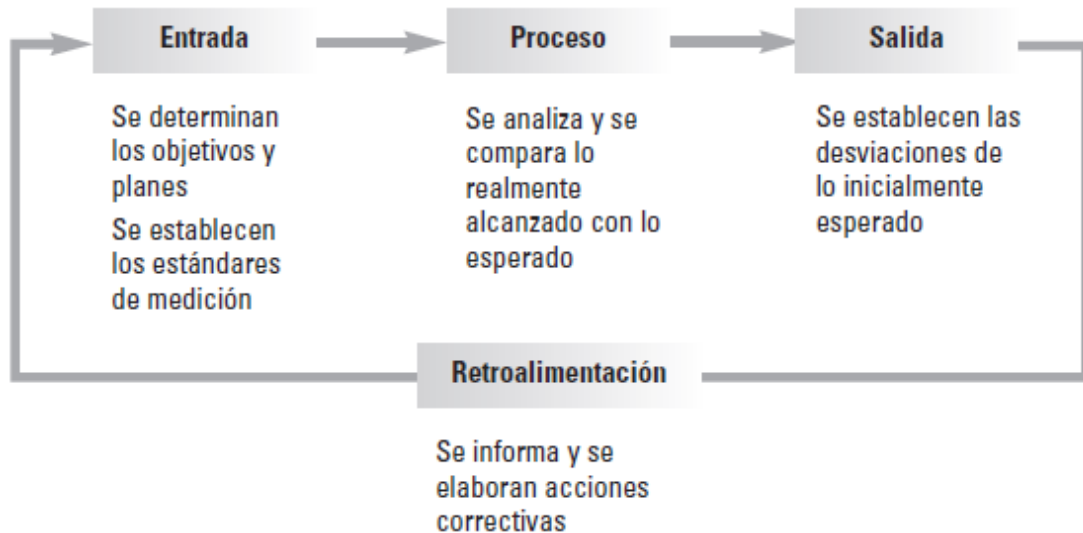
Fuente: Auditoria Sistemas Computacionales- Muñoz Razo

2.2.9. El control interno como sistema

De acuerdo con la teoría general de sistemas de Muñoz Rizo (2002), entenderemos como sistema lo siguiente:

“Conjunto de elementos interrelacionados que pretenden satisfacer un fin”, el cual está compuesto por un ciclo fundamental de comportamiento que consiste en insumos de entrada, proceso y resultados en salidas, pero complementado con una retroalimentación que le hace corregir las posibles desviaciones encontradas”.

Ilustración 12: El control interno como sistema



Fuente: Muñoz Razo, 2002

2.2.10. COSO: Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission

Es una organización voluntaria del sector privado, establecida en los Estados Unidos de Norteamérica (EEUU), dedicada a proporcionar orientación a la gestión ejecutiva y las entidades de gobierno sobre los aspectos fundamentales de organización de este, la ética empresarial, control interno, gestión del riesgo empresarial, el fraude, y la presentación de informes financieros.

COSO ha establecido un modelo común de control interno contra el cual las empresas y organizaciones pueden evaluar sus sistemas de control.

Actualmente existen 2 versiones publicadas:

- COSO I: Internal Control – Integrated Framework
- COSO II: Enterprise Risk Management – Integrated Framework

El COSO I fue publicado en 1992, cuya finalidad es facilitar a las empresas a hacer mediciones y evaluaciones de sus sistemas de controles internos implementados. Desde la fecha de su publicación, este ha ayudado a muchas empresas en la mejora continua de sus sistemas de control.

Las principales actividades que se resaltan en el COSO I son las siguientes:

- Ambiente de Control
- Evaluación del Riesgo
- Actividad de Control
- Información Comunicacional
- Monitoreo

Ilustración 13: COSO I



Fuente: Publicación Deloitte Coso- Sesión 1

EI COSO II

Las principales actividades que se resaltan en el COSO II son las siguientes:

- Ambiente Interno

- Establecimiento de Objetivos
- Evaluación de Riesgos
- Respuesta al Riesgo
- Actividades de Control
- Información y comunicación
- Monitoreo

Ilustración 14: COSO II



Fuente: Publicación Deloitte Coso- Sesión 1

2.3. Sistemas de información

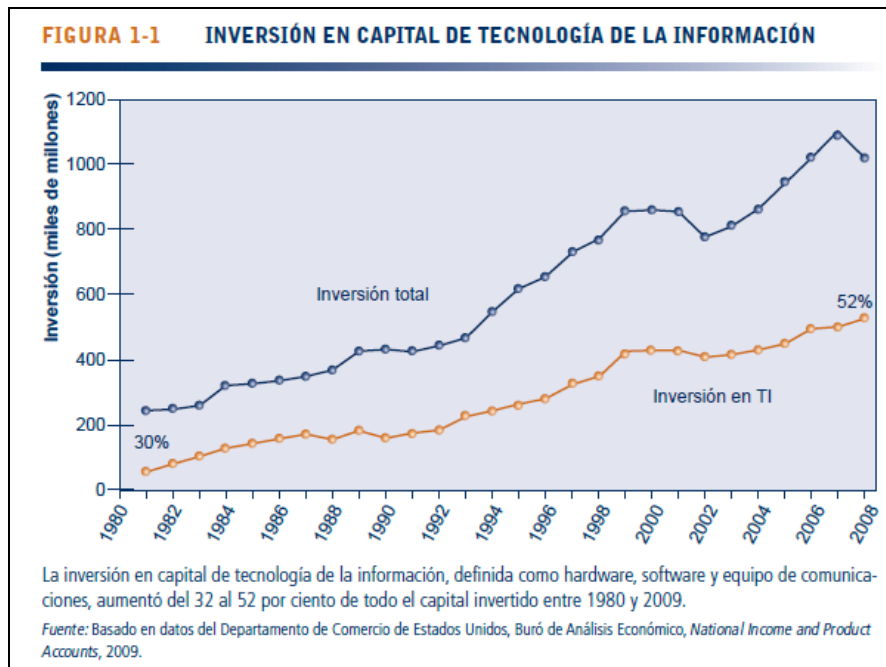
Los sistemas de información en la actualidad se han convertido en un factor fundamental en las industrias, debido a muchos factores como son:

- Aumento en los números de transacciones
- Complejidad de Negocios
- Volúmenes de producción
- Optimización de Recursos
- Aumento de las regularizaciones Gubernamentales

Con base en esto, las empresas del sector industrial se han visto en la obligación de implementar sistemas de información para la optimización de recursos y mejora continua.

A continuación, se puede ver una gráfica de la evolución de los sistemas de información en las empresas:

Ilustración 15: Inversión en Capital de Tecnología de la Información



Fuente: Ilustración tomada de: *Sistemas de Información Gerencial*, Kenneth Laudon

Actualmente, los conceptos de globalización han apoyado el uso de sistemas de información para que las industrias abran sus horizontes, pudiendo conseguir de esta manera potencializar sus marcas, los productos que ofertan a otras empresas que se encuentran en el exterior.

De acuerdo a Laudon C. & Laudon P.:

“Hay 285 millones de suscriptores de teléfonos celulares en Estados Unidos y casi 5 mil millones en todo el mundo (Dataxis, 2010).

Para junio de 2010, más de 99 millones de negocios en todo el mundo tenían registrados sitios punto-com en Internet (Verisign, 2010). En la actualidad, 162 millones de estadounidenses buscan comprar en línea y 133 millones ya lo han hecho así. Todos los días, cerca de 41 millones de estadounidenses se conectan a Internet para investigar sobre un producto o servicio”.

Tal como se describe en el párrafo antes mencionado, el uso de la tecnología es cada vez mayor en los países desarrollados, de esta manera las grandes corporaciones pueden llegar a un mayor número de usuarios, reduciendo sus costos.

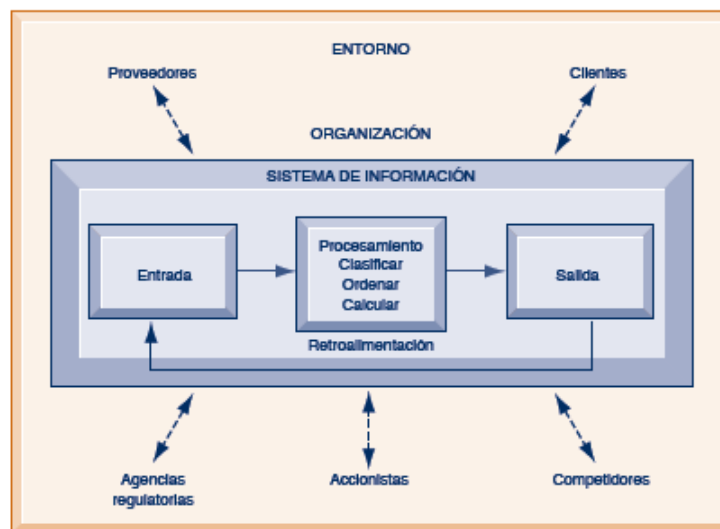
2.3.1. Definición de un Sistema de Información

De acuerdo a Burch & Strater un sistema de información es:

“Podemos plantear la definición técnica de un sistema de información como un conjunto de componentes interrelacionados que recolectan (o recuperan), procesan, almacenan y distribuyen información para apoyar los procesos de toma de decisiones y de control en una organización. Además de apoyar la toma de decisiones, la coordinación y el control, los sistemas de información también pueden ayudar a los gerentes y

trabajadores del conocimiento a analizar problemas, visualizar temas complejos y crear nuevos productos”.

Ilustración 16: Sistema de Información



Fuente: Ilustración tomada de: Sistemas de Información Gerencial, Kenneth Laudon

Los sistemas de información por lo general usan 3 actividades básicas las mismas que son:

- Entradas de datos
- Procesamiento de los datos
- Salida de datos

En la actividad de entrada de datos, los sistemas, por medio de los usuarios, obtiene la información que será registrada y posteriormente procesada.

La salida de datos es el reporte final que se genera posterior al procesamiento de datos, y el mismo que ayudará a los gerentes, accionistas, entre otros a una acertada toma de decisiones.

La retroalimentación es una parte fundamental para poder detectar posibles inconsistencias durante la entrada de datos y el procesamiento, por medio de esta se pueden tomar acciones correctivas durante el proceso productivo de la empresa.

2.3.2. Funciones de sistemas de información

Un sistema de información contiene datos sobre una organización y el entorno que la rodea. Tres actividades básicas (entrada, procesamiento y salida) producen la información que necesitan las empresas. La retroalimentación es la salida que se devuelve a las personas o actividades apropiadas en la organización para evaluar y refinar la entrada. Los actores ambientales, como clientes, proveedores, competidores, accionistas y agencias regulatorias, interactúan con la organización y sus sistemas de información.

2.3.3. La nueva era digital

Kotler & Armstrong indican:

“El crecimiento explosivo en el uso de las computadoras, las telecomunicaciones, la información, el transporte y otras tecnologías ejerce una enorme influencia en la manera en que las compañías ofrecen valor a sus clientes.

El auge tecnológico desarrolló nuevas y emocionantes formas para conocer y seguir la pista de los clientes, y para crear

productos y servicios a la medida de las necesidades individuales del cliente. La tecnología también está ayudando a las compañías a distribuir productos de manera más eficiente y eficaz, y les ayuda a comunicarse con los clientes en grandes grupos o de uno en uno”.

2.3.4. Desafíos y oportunidades de la globalización

En 2005, el periodista Thomas Friedman escribió un libro inspirador que declaraba que ahora el mundo era “plano”, con lo cual quería decir que Internet y las comunicaciones globales han reducido en forma considerable las ventajas económicas y culturales de los países desarrollados. Friedman argumentó que Estados Unidos y los países europeos luchaban por sus vidas económicas, compitiendo por empleos, mercados, recursos e incluso ideas con poblaciones muy motivadas y con un alto nivel de educación, en áreas laborales de bajos sueldos en países con menos desarrollo (Friedman, 2007). Esta “globalización” presenta tanto desafíos como oportunidades para las empresas comerciales.

2.3.5. Los sistemas de información y las compañías

De acuerdo Laudon C. & Laudon P. :

*“En todas las empresas excepto las más pequeñas, el **departamento de sistemas de información** es la unidad organizacional formal responsable de los servicios de tecnología de la información. El departamento de sistemas de información es responsable de mantener el hardware, software, almacenamiento de datos y las redes que componen la infraestructura de TI de la empresa”.*

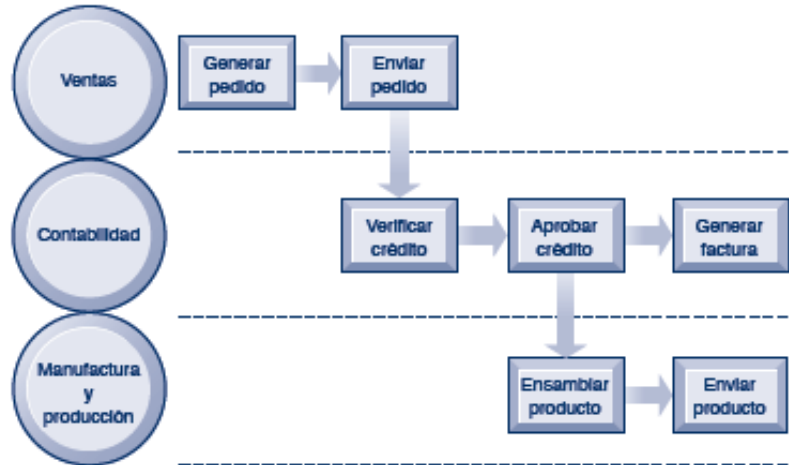
2.3.6. Cómo mejora la tecnología de la información los procesos de negocios

Los sistemas de información automatizan muchos de los pasos en los procesos de negocios que antes se realizaban en forma manual, como verificar el crédito de un cliente o generar una factura y una orden de envío. No obstante, en la actualidad, la tecnología de la información puede hacer mucho más.

La nueva tecnología puede incluso cambiar el flujo de la información, con lo cual es posible que muchas más personas tengan acceso a la información y la compartan, para reemplazar los pasos secuenciales con tareas que se pueden realizar en forma simultánea y mediante la eliminación de los retardos en la toma de decisiones.

La nueva tecnología de la información cambia con frecuencia la forma en que funciona una empresa y apoya los modelos de negocios totalmente nuevos. Descargar un libro electrónico Kindle de Amazon, comprar una computadora en línea en Best Buy y bajar una pista musical de iTunes son procesos nuevos de negocios que se basan en modelos recientes, que serían inconcebibles sin la tecnología actual de la información.

Ilustración 17: Tecnología de Información en procesos de negocios



Fuente: : Ilustración tomada de: Santana Roldán, Carlos.

2.3.7. Aplicación de los sistemas de información para obtener ventajas competitivas

2.3.7.1. Sostener la ventaja competitiva

Según Laudon C. & Laudon P. (2012) “Los mercados, las expectativas de los clientes y la tecnología se modifican; la globalización ha provocado que estos cambios sean todavía más rápidos e impredecibles”.

2.3.7.2. Alinear la TI con los objetivos del negocio

Laudon C. & Laudon P. (2012) indican:

“La investigación sobre la TI y el desempeño de negocios ha descubierto que

- *Cuanto más tenga éxito una empresa para alinear la tecnología de la información con sus objetivos de negocios, mayor será su rentabilidad, y*

- *Sólo una cuarta parte de las empresas logran una alineación entre la TI y los negocios.*

Casi la mitad de las ganancias de una empresa de negocios se pueden explicar mediante la alineación de la TI con los negocios”.

2.4. Auditoría de Sistemas

2.4.1. Definición de auditoría de sistemas

La Auditoría de Sistemas de Información es un examen y certificación de que se cumplen los controles y procedimientos empleados para la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los sistemas de información. (Auditoría y Seguridad Informática (ASI), s.f.)

De acuerdo al sitio web EcuRed, la “Auditoría de Sistemas es la revisión que se dirige a evaluar los métodos y procedimientos de uso en una entidad, con el propósito de determinar si su diseño y aplicación son correctos; y comprobar el sistema de procesamiento de Información como parte de la evaluación de control interno; así como para identificar aspectos susceptibles de mejorarse o eliminarse”.

Una auditoría a los sistemas empleados por la compañía nos ayudaría a validar que la información que está siendo procesada no se encuentra sesgada y proporciona datos fiables que permitirán tomar decisiones adecuadas por parte del gobierno corporativo de la empresa.

Si la auditoría de sistemas es efectuada por personal externo a la empresa proporciona una evaluación independiente y objetiva de los hechos. Esto es a veces difícil de obtener cuando se está sumido en la operación y en la presión de la problemática diaria.

Por otra parte, según lo comentado en el sitio web Gerencie.Com “La auditoria de los sistemas de información se define como cualquier auditoria que abarca la revisión y evaluación de todos los aspectos (o de cualquier porción de ellos) de los sistemas automáticos de procesamiento de la información, incluidos los procedimientos no automáticos relacionados con ellos y las interfaces correspondientes”. (Gerencie.Com, 2008)

La auditoria de sistemas comprende no solo la evaluación de los equipos de cómputo, de un sistema o procedimiento específico, sino que también evalúa los sistemas de información en general (entradas, procedimientos, controles, archivos, seguridad y obtención de información).

En conclusión, la auditoria de sistemas es una técnica de control administrativo, cuyo propósito es evaluar los recursos informáticos y se puede aplicar a todas las áreas de la empresa emitiéndose un informe amplio y preciso.

2.4.2. Objetivos de la Auditoría de Sistemas

De acuerdo al sitio web EcuRed, los objetivos de la auditoría de sistemas son:

- *“Busca una mejor relación, costo – beneficio de los sistemas automáticos diseñados e implementados por el área de Procesamiento de datos.*
- *Incrementa la satisfacción de los usuarios de los Sistemas computarizados.*
- *Asegura una mayor Integridad, Confidencialidad y Confiabilidad de la información mediante la recomendación de seguridad y control.*
- *Conocer la situación actual del área informática y las actividades, esfuerzos necesarios para lograr los objetivos propuestos.*

- *Brindar seguridad al personal, Datos, Hardware, Software e instalaciones.*
- *Minimizar existencia de riesgo usando la tecnología de información.*
- *Decisiones de inversión, evitar gastos innecesarios.*
- *Capacitación y educación sobre controles en los sistemas informáticos”.*

Consideramos que el objetivo principal de la auditoría de sistemas es asegurar la integridad, confidencialidad y confiabilidad de la información, la misma que sirve de base para la toma de decisiones de la empresa haciéndola dependiente de ella para asegurar su estabilidad y mejora continua.

Es importante mencionar, que la auditoría de sistemas sustenta y confirma la consecución de los objetivos tradicionales de la auditoría como son:

- Objetivos de protección de activos e integridad de datos.
- Objetivos de gestión que abarcan, no solamente los de protección de activos, sino también los de eficacia y eficiencia. (Santana Roldán, Carlos, s.f.)

2.4.3. Planeación de una auditoría en sistemas

Para hacer una apropiada planeación de la auditoría en sistemas, se debe seguir una sucesión de pasos precedentes que permitirán dimensionar el tamaño y particularidades de área dentro del organismo a auditar, sus sistemas, organización y equipo.

De acuerdo al sitio web Gerencie.Com:

“Para hacer una planeación eficaz, lo primero que se requiere es obtener información general sobre la organización y sobre la función de informática a evaluar. Para ello es preciso hacer una investigación preliminar y algunas entrevistas previas, con base en esto planear el programa de trabajo, el cual deberá incluir tiempo, costo, personal necesario y documentos auxiliares a solicitar o formular durante el desarrollo de la misma”.

2.4.4. Personal Participante

Una de las partes más trascendentales dentro de la planeación de la auditoría en sistemas es el personal que deberá participar y sus características.

Uno de los esquemas habitualmente aceptados para tener un adecuado control es que el personal que intervenga esté apropiadamente capacitado, con alto sentido de moralidad, al cual se le exija la optimización de recursos (eficiencia) y se le retribuya o compense justamente por su trabajo.

Se debe contar también con personas asignadas por los usuarios para que en el momento que se requiera información o se desarrolle alguna entrevista de comprobación de hipótesis, nos proporcionen aquello que se está requiriendo, y complementen el grupo multidisciplinario, ya que se debe analizar no sólo el punto de vista de la dirección de sistema, sino también el del usuario del sistema. (Gerencie.Com, 2008)

El mismo sitio web Gerencie.Com indica:

“Para completar el grupo, como colaboradores directos en la realización de la auditoria se deben tener personas con las siguientes características:

- Técnico en informática.*
- Experiencia en el área de informática.*
- Experiencia en operación y análisis de sistemas.*
- Conocimientos de los sistemas más importantes”.*

CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

A continuación, se detallan los diferentes tipos de investigación que muestra Alfredo Leyton y Diego Mendoza, los cuales son:

- ***“Investigación de Campo:*** *Se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo, o por qué causas se produce una situación o acontecimiento particular”. Es por esto que los autores nos indica que mediante este método científico, nos permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social.*
- ***Investigación Documental:*** *Este tipo de investigación es la que se realiza, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental” , con esto los autores nos indican que “como subtipos de esta investigación encontramos la investigación bibliográfica y la archivística; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos, y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes.*
- ***Investigación Explicativa:*** *Formula leyes, buscando determinar los orígenes de un cierto conjunto de fenómenos a través de la delimitación de relaciones causales”, con esto los autores nos indican que este tipo de investigación “trata de responder o dar cuenta del porqué del objeto que se investiga.*

- **Investigación Descriptiva:** Se utiliza el método de análisis logrando caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalando características y propiedades; también puede servir para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad.
- **Investigación Aplicada:** Denominada práctica o empírica, guarda íntima relación con la investigación básica, porque depende de los descubrimientos y avances de esta última, enriqueciéndose de los mismos, con utilización y consecuencias prácticas de los conocimientos, este tipo de investigación busca el conocer, para hacer, para actuar, para construir y para modificar. Podríamos concluir indicando que toda investigación aplicada requiere de un marco teórico, sin embargo, en una investigación empírica lo que realmente sirve, son las consecuencias prácticas.
- **Investigación Básica:** Denominada pura, teórica o dogmática, la cual comienza y se mantiene en el marco teórico, ya que tiene como finalidad formular nuevas teorías y/o modificar las existentes y persigue el progreso de los conocimientos científicos o filosóficos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico”.

3.2. Tipos de métodos de investigación

De acuerdo a Martha Sackley son:

- **“Método inductivo:** El método inductivo utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general, se inicia con un estudio

individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría.

- **Método deductivo:** *El método deductivo consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los teoremas, leyes, postulados y principios de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.*
- **Método analítico:** *El método analítico es un proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual.*
- **Método sintético:** *Es un proceso que consiste en integrar los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad. Método inductivo-deductivo: consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos”.*

3.3. Metodología

En este capítulo, daremos a conocer la metodología de la investigación que está siendo aplicada en nuestro proyecto de titulación, en el cual expondremos particularidades y el respectivo esquema que es utilizado, donde

se detallan las características principales que soportan esta metodología, la cual estará basada en el estudio de caso propuesto por Hernández Sampieri.

3.4. Definición de estudio de caso

El estudio de casos es “una investigación que mediante los procesos cuantitativo, cualitativo y/o mixto; se analiza profundamente una unidad integral para responder al planteamiento del problema, probar hipótesis y desarrollar teoría” según el autor Hernández Sampieri.

Podemos encontrar una variedad de argumentaciones tanto positivas como negativas con respecto a este tipo de investigación:

Los autores Stake y Hernández Sampieri señalan que “más que un método es un diseño y una muestra, argumentan que los estudios de caso utilizan o pueden utilizar diversos métodos. creen que su importancia reside en su uso, por lo cual dejamos que el lector forme su propia concepción obre el estudio de caso.”

Según Blatter “conceptúa al estudio de caso como una aproximación investigativa en la cual una o unas instancias de un fenómeno son estudiadas en profundidad”

También tenemos argumentos contrarios como los de Hammersley y Blatter reconocen que “es complejo y problemático intentar asociar el estudio de caso con una forma específica de investigación, debido a que se ha utilizado tanto en el enfoque experimental como en otras aproximaciones cuantitativas y en la investigación cualitativa. Para

resolver el asunto, utilizan el criterio de que el estudio de caso no está definido por un método específico, sino por su objeto de análisis.”

3.5. Características principales del estudio de caso

Como podemos observar en la siguiente tabla, encontramos varias características sobre este método de investigación a aplicar:

Tabla 1. Características principales del estudio de caso

| CARACTERISTICAS | DESCRIPCION |
|-----------------------|--|
| Particularista | Orientada a comprender profundamente la realidad singular. Interesa la comprensión del caso, y esta característica es útil para descubrir y analizar situaciones únicas. |
| Descriptivo | El producto final es obtener una rica descripción. La descripción es contextualizada, es decir, que la descripción final implica siempre la "consideración del contexto" y las variables que definen la situación. |
| Heurístico | Ilumina la comprensión del lector, pretende ampliar o confirmar lo que ya sabe. Se constituye una estrategia encaminada a la toma de decisiones que luego sirven para proponer iniciativas de acción. |
| Inductivo | Se basa en el razonamiento inductivo o razonamiento no deductivo, obtener conclusiones generales a partir de premisas que contienen datos particulares. para generar hipótesis y descubrir relaciones y conceptos. |

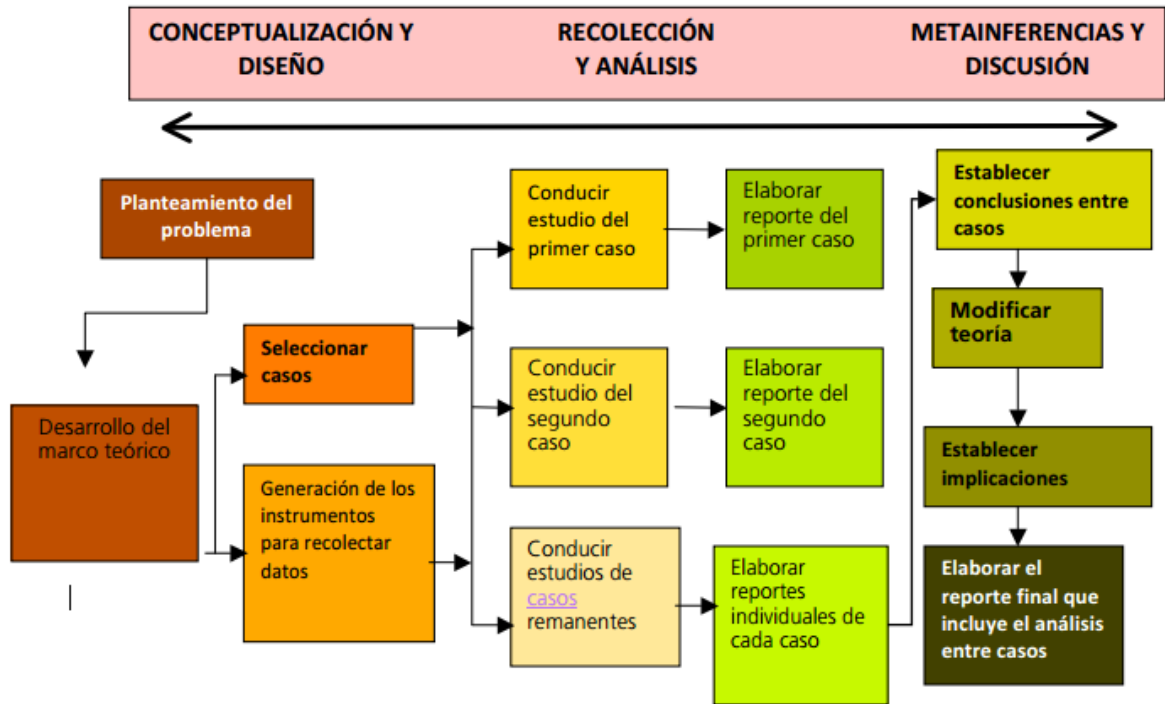
Fuente: Perez Serrano, 1994

Podemos indicar que, para este trabajo de titulación sobre las actividades a realizar dentro del área de ventas en una empresa del sector industrial, la característica que usaremos será la descriptiva, ya que esta nos ayudara a entregar una descripción minuciosa conceptualizada sobre las actividades a seguir dentro del área en mención.

3.6. Diseño del caso de estudio

Sampieri nos ofrece una forma de diseño del caso de estudio, refiriéndose a un proceso compuesto por tres componentes, cada uno con sus respectivas actividades:

Ilustración 18: Diseño del caso de estudio



Fuente: Roberto Hernandez Sampieri, Metodología de la investigación

CAPÍTULO 4:

4.1. Principales procesos requeridos en el registro de sus ingresos en las empresas del sector industrial

En cada una de las áreas de las empresas del sector industrial podemos observar que existen funciones asignadas al personal, detalle de las actividades y controles internos para las actividades definidas, lo cual apoya a la gestión de las mismas.

Pero para administrar mejor cada una de esas áreas se comienzan a priorizarlas y definir cuáles son las más críticas, ya que el éxito de dichas áreas soportan la gestión de la empresa, por lo que a dichas áreas se les comienzan a asignárseles mayores recursos y controles.

Una vez que las empresas del sector industrial han distinguido sus áreas críticas, entre estas encontramos el área de ventas, ya que es un área donde se generan riesgos significativos para las empresas, ya que es aquí donde se maneja el efectivo, devoluciones, descuentos, entre otros.

En el área de ventas encontraremos los siguientes principales procesos operativos que soportan la gestión de dicha área, detallamos: captación de nuevos clientes, creación de nuevos clientes, ingreso de la orden de pedido, despacho del pedido, emisión de la guía de remisión electrónica, emisión de la factura electrónica, devoluciones cambios en mercadería y notas de crédito.

4.1.1. Captación de nuevos clientes

Objetivo

El objetivo del presente proceso es conocer las principales formas que tienen las empresas del sector industrial para la captación de sus clientes,

proceso fundamental para el inicio de los demás procesos relacionados con la venta.

Proceso de captación de nuevos clientes

Las principales formas de captación de clientes en las empresas del sector industrial son:

- Vía telefónica
- Vía correo electrónico
- Visita a nuestras oficinas
- Visitas de nuestros vendedores

Descripción del procedimiento de la captación de nuevos clientes vía telefónica

A continuación, se detalla el procedimiento a seguir para la captación de nuevos clientes mediante vía telefónica:

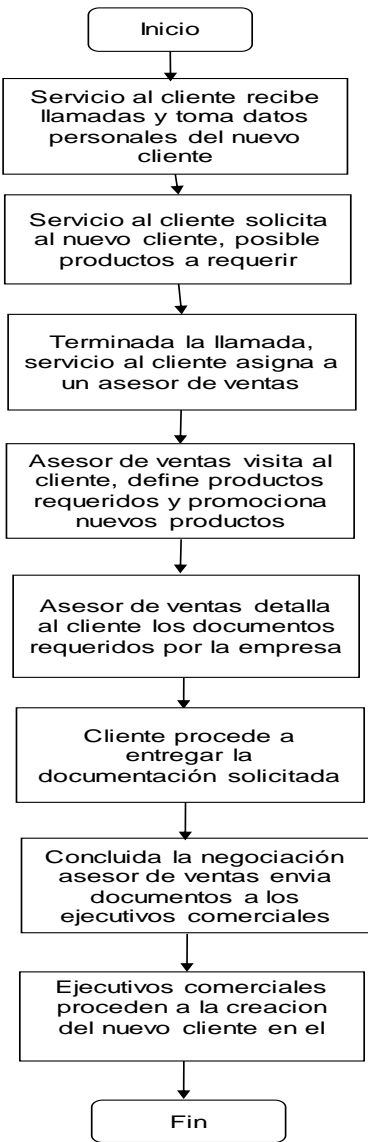
- 1.- Las llamadas telefónicas son recibidas por parte de los asesores de servicio al cliente, el cual toma datos personales del nuevo cliente, como nombres y apellidos, número de cédula de identidad para el caso de personas naturales y RUC (Registro único de contribuyentes) para el caso de compañías, dirección domiciliaria, teléfono de contacto, correo electrónico, entre otros.
- 2.- El asesor de servicio al cliente solicita al cliente los productos que va a requerir para hacer un listado preliminar de los mismos.
- 3.- Asesor de servicio al cliente una vez terminada la llamada, asigna al cliente a un asesor de ventas.

- 4.- Asesor de ventas visita al cliente, define productos requeridos por el cliente y promociona nuevos productos.
- 5.- Asesor de ventas detalla al cliente los documentos requeridos por la empresa.
- 6.- Cliente proceda a entregar la documentación solicitada por la compañía para la creación del pedido.
- 7.- Una vez que concluyó la negociación, los asesores de ventas proceden a la entrega de los documentos solicitados al cliente a los ejecutivos comerciales.
- 8.- Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el sistema.

Diagrama de proceso de la captación de nuevos clientes vía telefónica

A continuación, se detalla el diagrama con las actividades realizadas durante el proceso de la captación nuevos clientes vía telefónica:

Ilustración 19.- Diagrama de proceso de la captación de nuevos clientes vía telefónica



Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Descripción del procedimiento de la captación de nuevos clientes vía correo electrónico

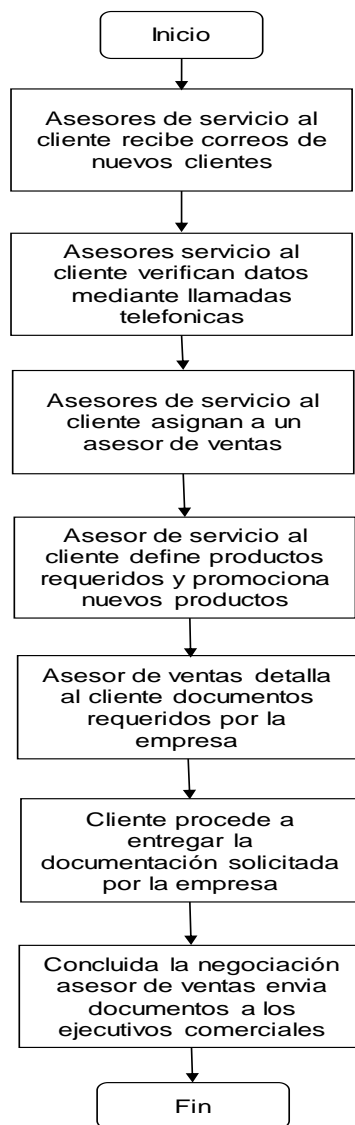
A continuación, se detalla el procedimiento a seguir para la captación de nuevos clientes mediante correo electrónico:

- 1.- Asesores de servicio al cliente reciben correos de nuevos clientes, y proceden a verificar datos del cliente mediante llamadas telefónicas.
- 2.- Los asesores de servicios al cliente, designan a un asesor de ventas para que lo visite.
- 3.- Asesor de ventas visita al cliente, define productos requeridos por el cliente y promociona nuevos productos.
- 4.- Asesor de ventas detalla al cliente los documentos requeridos por la empresa.
- 5.- Cliente proceda a entregar la documentación solicitada por la compañía para la creación del pedido.
- 6.- Una vez que concluyó la negociación, los asesores de ventas proceden a la entrega de los documentos solicitados al cliente a los ejecutivos comerciales envía documentos a los ejecutivos comerciales.
- 7.- Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el sistema.

Diagrama de proceso de la captación de nuevos clientes vía correo electrónico

A continuación, se detalla el diagrama con las actividades realizadas durante el proceso de la captación nuevos clientes vía correo electrónico:

Ilustración 20: Diagrama de proceso de la captación de nuevos clientes via correo electrónico



Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Descripción del procedimiento de la captación de nuevos mediante la visita del cliente a las instalaciones

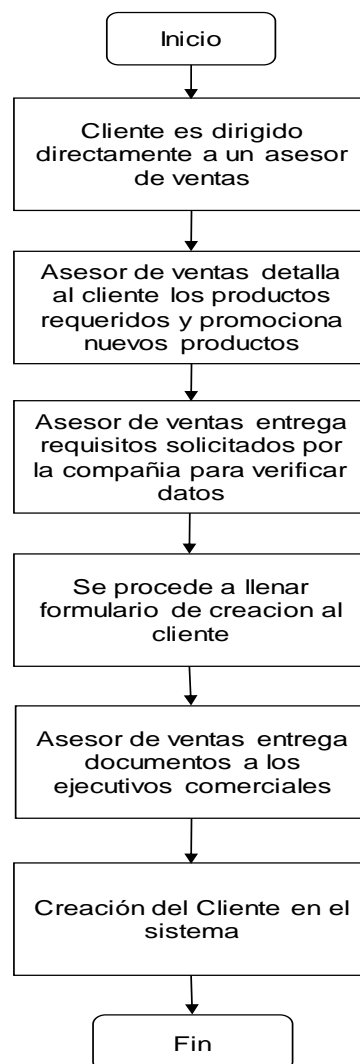
A continuación, se detalla el procedimiento a seguir para la captación de nuevos clientes mediante la visita del cliente a las instalaciones:

- 1.- Los clientes que se acercan a la compañía para adquirir productos, son dirigidos a donde un asesor de ventas el mismo que les hace una breve entrevista para conocer al cliente.
- 2.- Asesor de ventas detalla al cliente los productos requeridos por el cliente y promociona nuevos productos.
- 3.- Asesor de ventas entrega requisitos que la compañía necesita para la verificación de datos.
- 4.- Se procede a llenar formulario de creación del cliente, si es que el mismo tiene los documentos completos.
- 5.- Con los documentos y formulario completo se entrega toda la documentación a los ejecutivos comerciales, para la creación del nuevo cliente.

Diagrama de proceso de la captación de nuevos clientes mediante visita del cliente a las instalaciones

A continuación, se detalla el diagrama con las actividades realizadas durante el proceso de la captación nuevos clientes mediante visita del cliente a las instalaciones:

Ilustración 21: Diagrama de proceso de la captación de nuevos clientes mediante la visita del cliente a las instalaciones



Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Descripción del procedimiento de la captación de nuevos mediante la visita de los asesores de ventas

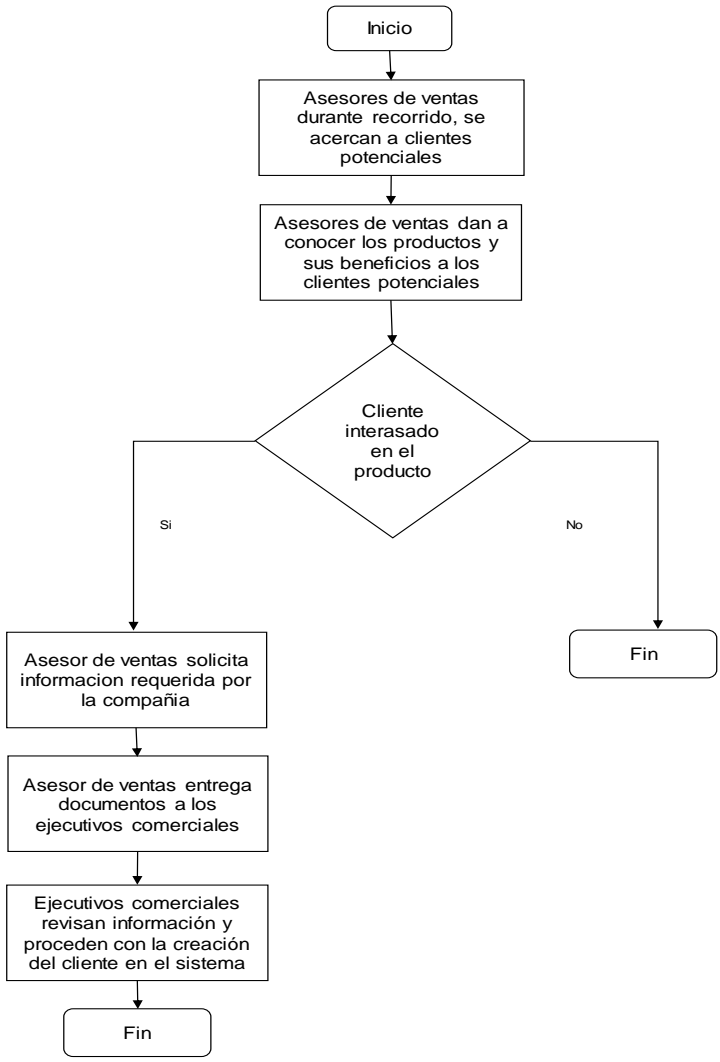
A continuación, se detalla el procedimiento a seguir para la captación de nuevos clientes mediante la visita de los asesores de ventas a clientes:

- 1.- Asesores de ventas durante recorrido habitual, se acercan a clientes potenciales que se detecten en su zona de venta asignada.
- 2.- Asesores de ventas dan a conocer a clientes potenciales sobre los productos y sus beneficios, precios, formas de pago.
- 3.- Si el cliente está interesado en el producto, asesores de ventas solicitan la información requerida por la compañía.
- 4.- Una vez que los asesores de ventas tomaron el pedido y se verifico que la información entregada está acorde con los requerimientos de la compañía, se procede a entregar la información a los ejecutivos comerciales.
- 5.- Los ejecutivos comerciales revisan la información y proceden con la creación de los nuevos clientes.

Diagrama de proceso de la captación de nuevos clientes mediante visita de los asesores de ventas

A continuación, se detalla el diagrama con las actividades realizadas durante el proceso de la captación nuevos clientes mediante visita de los asesores de ventas:

Ilustración 22: Diagrama de proceso de la captación de nuevos clientes mediante la visita de los asesores de ventas



Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

4.1.2. Creación de nuevos clientes en el sistema computacional

Objetivo

Identificar las actividades específicas a realizar en el proceso de creación de nuevos clientes en la empresa del sector industrial con el fin de conocer procedimientos y controles sobre el proceso en gestión.

Descripción del procedimiento de creación de nuevos clientes en el sistema computacional

Una vez que se haya culminado con el proceso de captación del cliente, procedemos a seguir con las siguientes actividades para la creación del cliente dentro del sistema computacional de la empresa:

- 1.- Al iniciar el proceso de la creación del cliente los ejecutivos comerciales, reciben la información entregada por los clientes a los asesores de ventas.
- 2.- Los ejecutivos comerciales proceden a la revisión de la información entregada por los asesores de ventas, entre ellas tenemos:
 - a. Formulario de datos de ingreso de cliente
 - b. Copia de Cedula de Identidad o Pasaporte (en caso de ser extranjero)
 - c. Copia de Ruc o RISE¹
 - d. Copia de las ultimas 6 declaraciones Servicio de Rentas Internas (SRI)
 - e. Certificado de cumplimiento de obligaciones
 - f. Certificado bancario
 - g. Certificados comerciales (3)

Todos estos documentos son entregados por los clientes a los asesores de ventas que fueron asignados.

3.- Revisada que la documentación y la misma cumple con los requisitos definidos por la empresa, el ejecutivo comercial procede a crear un file físico del nuevo cliente con dichos documentos.

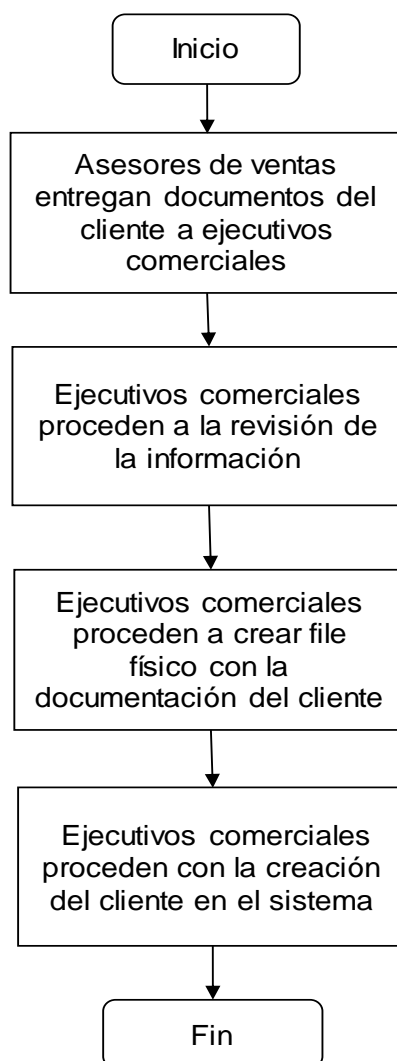
4.- Una vez creado el file físico, el ejecutivo comercial procede a la creación del cliente en el sistema computacional, ingresando los siguientes datos, como:

- a. Nombres y Apellidos
- b. Identificación (Ruc-CI)
- c. Lugar del establecimiento
- d. Números de contacto
- e. Correo electrónico

Diagrama de procesos de la creación de nuevos clientes en el sistema computacional

A continuación, se detalla el diagrama con las actividades realizadas durante el proceso de la creación del cliente dentro del respectivo sistema computacional:

Ilustración 23: Diagrama de Proceso de la creación de nuevos clientes en el sistema computacional



Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

4.1.3. Ingreso de órdenes de pedido

Objetivo

El objetivo del presente proceso es el registro en el sistema computacional de la información requerida por el cliente, la misma que queda reflejada en una orden de pedido, y es el documento que sirve para iniciar el proceso de venta.

Descripción del procedimiento del ingreso de la orden de pedido

1.- Previo al ingreso de la orden de pedido, los ejecutivos comerciales consultan información en el sistema computacional sobre:

- Productos en Stock
- Precios de productos
- Promociones
- Descuentos
- Bonificaciones

Los ejecutivos comerciales tienen solamente las opciones de consultar las bases de stocks de inventarios, listas de precios, promociones, descuentos y de bonificaciones de clientes, más no de modificación ni ingresos de datos.

2.- Luego de consultar la información, los ejecutivos comerciales proceden a descargar dicha información, esta información es guardada en un archivo con formato PDF para su posterior envío.

3.- Los ejecutivos comerciales envían el archivo PDF por medio de correo electrónico a los asesores de ventas, a este correo también se los copia al jefe de ventas y al supervisor de servicio al cliente.

- 4.- Los asesores en ventas realizan la planificación de sus rutas de visitas a clientes. Estos anotan en una bitácora, de manera diaria las rutas a seguir.
- 5.- Luego de 24 horas de haber visitado al cliente, el personal de servicio al cliente constata por medio de llamadas telefónicas directas al cliente sobre el servicio recibido por parte del asesor de ventas.
- 6.- Los asesores de ventas, al llegar donde el cliente procede a realizar la negociación de los productos.
- 7.- Luego de la negociación, los asesores en ventas anotan en el formulario de registro de pedidos los productos que son solicitados por su cliente. Dicho formulario debe contar con la firma de autorización del cliente.
- 8.- Una vez que los asesores en ventas han tomado nota de los productos solicitados por el cliente proceden a retornar a oficinas de la compañía.
- 9.- Los asesores en ventas, entregan los formularios de registros de pedidos elaborados durante el día a los ejecutivos comerciales,
- 10.- Los formularios de registros de pedidos deben ser ingresados en el sistema computacional en un plazo no mayor a 24 horas.
- 11.- Durante el ingreso de la información, los ejecutivos comerciales proceden a la revisión de:
 - Firmas de aprobación del cliente
 - Productos solicitados
 - Precios
 - Cantidades
 - Descuentos

12.- Los ejecutivos comerciales se encargan de ingresar dichos pedidos al sistema computacional de la compañía, para generar la orden de pedido. El módulo donde se ingresa la información debe contener principalmente la siguiente información:

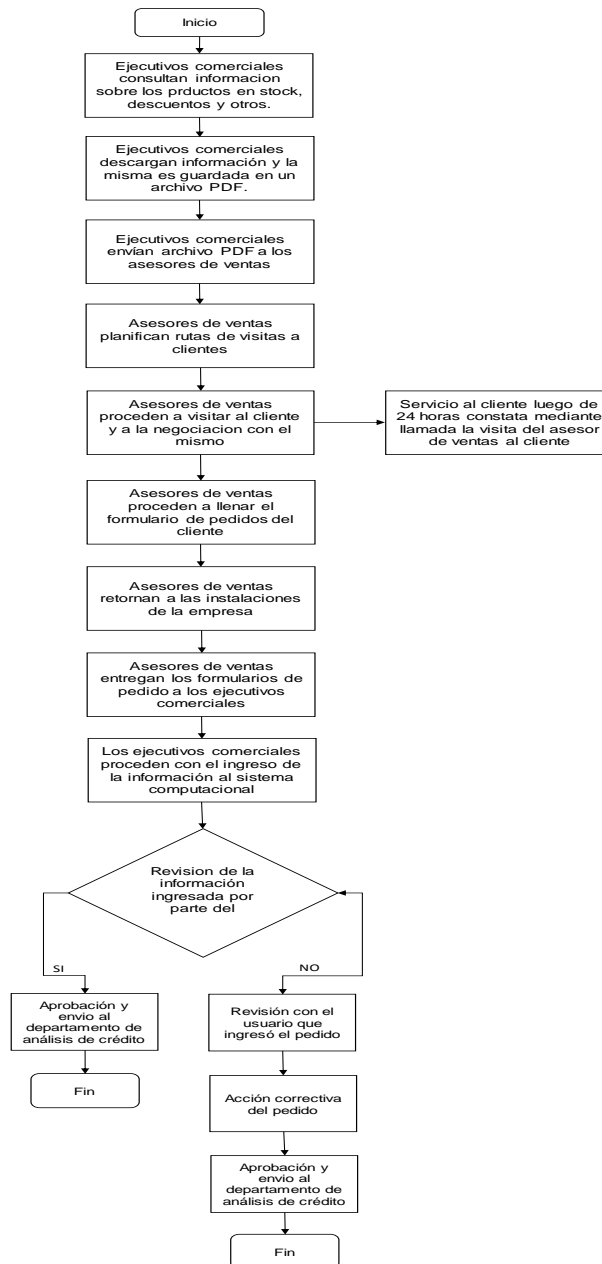
- Código del cliente
- Nombre del cliente
- Identificación del cliente
- Cantidades de los ítems que fueron solicitados.
- Precios.
- Tipo de productos requeridos
- Detalles de las entregas

13.- Luego de que los ejecutivos comerciales terminan de ingresar las órdenes de pedido, el supervisor procede a la revisión de las mismas para corroborar la integridad de la información ingresada y son enviada al departamento de análisis de créditos para las revisiones correspondientes.

Diagrama de procesos del ingreso de la orden de pedido.

A continuación, se detalla el diagrama con las actividades realizadas durante el proceso del ingreso de la orden de pedido:

Ilustración 24: Diagrama de Procesos de la Generación de Orden de Pedido



Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

4.1.4. Despacho del pedido

Objetivo

Identificar las actividades específicas a realizar en el proceso de despacho del pedido de los clientes en las empresas del sector industrial con el fin de conocer procedimientos y controles sobre el proceso en gestión.

Descripción del procedimiento del despacho del pedido.

En las empresas del sector industrial, el proceso de despacho del pedido se lo debe de realizar con el mayor cuidado posible, ya que se maneja una gran cantidad de productos requeridos por los clientes que normalmente son mayoristas.

Luego de haber realizado el proceso de la orden de pedido y una vez que se encuentre en estado aprobado. Una copia de la orden de pedido baja a bodega para comenzar con el proceso de despacho, para esto debemos realizar las siguientes actividades:

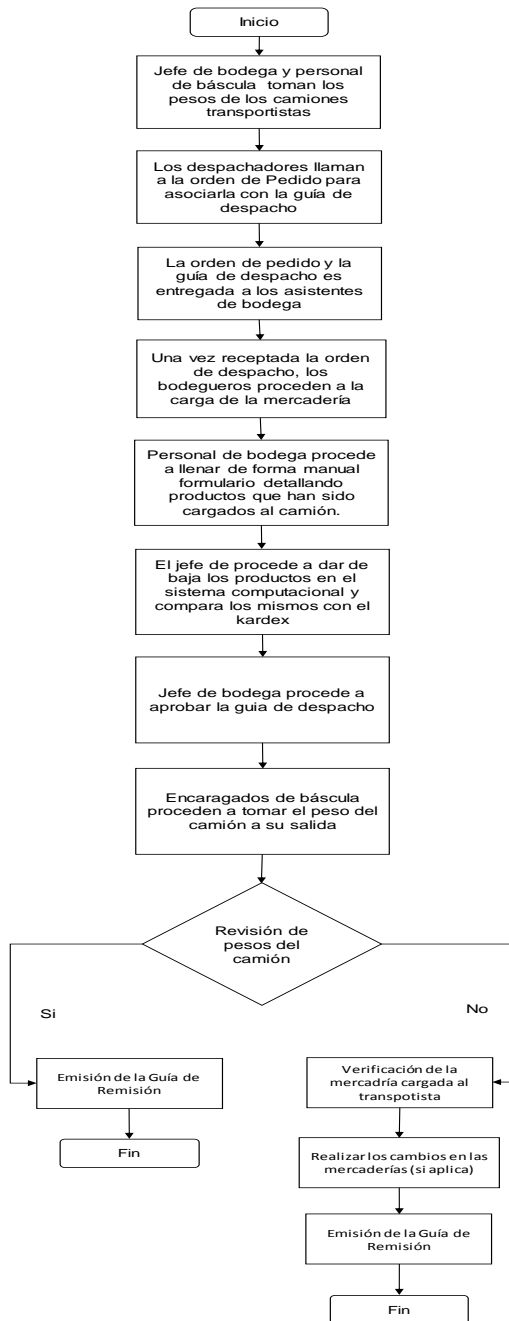
1.- Para iniciar el jefe de bodega coordina con el personal de bodega y personal de báscula a su cargo, que se debe de tomar los pesos de los camiones transportistas en las básculas antes de cargar la mercadería que será despachada. Estos pesos son registrados en una ficha, ya que esto se revisará nuevamente al final del proceso.

2.- Luego que los camiones son pesados, los despachadores son los encargados de asociar la orden de pedido junto a la nueva guía de despacho; antes de ser entregada a bodega los administradores constatan de manera manual que los productos que se encuentren en la orden de pedido sean los mismos que se muestran en la guía de despacho.

- 3.- Una vez que los despachadores tengan listos ambos documentos proceden a entregarlos a los asistentes de bodega.
- 4.- Cuando estos documentos son receptados por los asistentes de bodega, estos comienzan a realizar la actividad de búsqueda y carga del producto al camión que transportará la mercadería.
- 5.- Terminada la actividad de la carga de los productos, el personal de bodega procede a llenar formulario de manera manual sobre los productos que han sido cargados al camión que transportara la mercadería.
- 6.- Lleno el formulario el personal de bodega entrega el documento al jefe de bodega, para que este a su vez proceda a dar de baja los productos dentro del sistema computacional, a su vez imprime dicho documento y de manera manual realiza una revisión comparando la diferencia en el kardex en los lotes de los productos que han sido cargados.
- 8.- Cargados los productos al sistema el jefe de bodega, procede a revisar y a aprobar guía de despacho.
- 9.- Para finalizar el jefe de bodega junto a los encargados de báscula revisan peso de los camiones con la mercadería cargada, para así aprobar enviar productos a su destino final.
- 10.- Si el peso de los camiones son los correctos, se procede a emitir la guía de remisión, caso contrario se verifica nuevamente la mercadería cargada a los camiones.

Diagrama de procedimiento del despacho del pedido

Ilustración 25: Diagrama de Proceso del despacho del Pedido



Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

4.1.5. Emisión de la guía de remisión electrónica

Objetivo:

El objetivo en este proceso es identificar la correcta aplicación de las actividades a realizar, de tal modo que podamos seleccionar los procedimientos y controles adecuados dentro del proceso de la emisión de la guía de remisión electrónica en una empresa del sector industrial.

Descripción del proceso de la emisión de la guía de remisión electrónica.

Una vez que la orden de pedido es aprobada e enviada a bodega para despacho, se comienza el proceso de generar la guía de remisión.

1.- La emisión de la guía de remisión empieza cuando los encargados de báscula notifican a los despachadores acerca del peso del transporte. Ellos entregan un documento impreso el mismo que contiene lo siguiente:

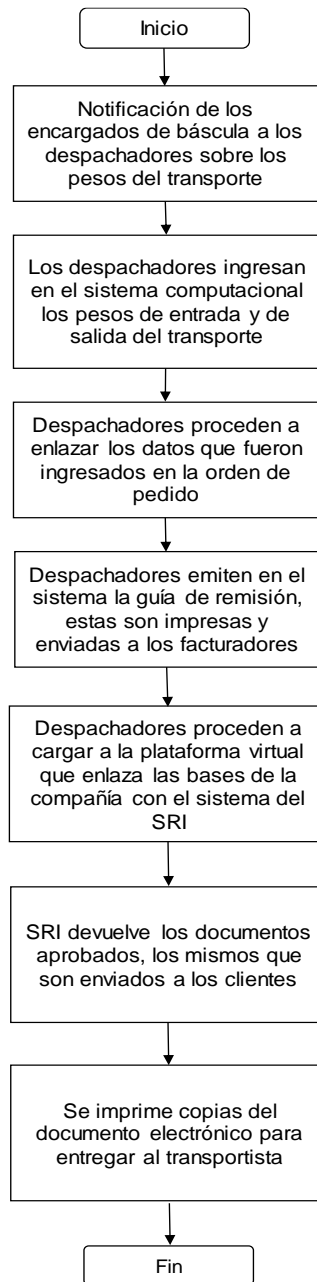
- Fecha de entrada del transporte
- Hora de entrada a la báscula
- Fecha de salida del transporte
- Hora de Salida de la báscula
- Peso Bruto
- Peso Tara
- Peso Neto

2.- Luego de tener la información del peso de los transportes, los despachadores, ingresan los pesos de entrada y de salida del transporte en el sistema computacional.

- 3.- Despachadores proceden a enlazar los datos que fueron ingresados en la orden de pedido, para que se carguen los datos en las guías de remisión. De forma manual se van modificando las cantidades cargadas en los contenedores.
- 4.- Una vez enlazadas estos documentos, los despachadores emiten en el sistema la guía de remisión, estas son impresas y enviadas a los facturadores como copia para que los mismos sean adjuntados a las facturas como parte del respaldo de lo que será despachado.
- 5.- Los despachadores proceden a cargar a la plataforma virtual que enlaza las bases de la compañía con el sistema del SRI para la aprobación de los documentos, todo lo que cargan a la plataforma llevan un registro manual de los mismos.
- 6.- En un corto lapso de tiempo, el SRI devuelve los documentos aprobados, los mismos que son enviados a los clientes. Los despachadores, deben estar revisando la autorización de sus documentos electrónicos.
- 7.- Para finalizar el proceso, los despachadores imprimen las copias de las guías las mismas que son entregadas a los transportistas para soporte a las entidades de control.

Diagrama de proceso de la emisión de la guía de remisión electrónica

Ilustración 26: Diagrama de Proceso de la emisión de la guía de remisión electrónica



Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

4.1.6. Emisión de la factura electrónica

Objetivo:

Identificar las actividades correctas a seguir dentro del proceso de emisión de la factura en una empresa del sector industrial, con la finalidad aplicar los controles necesarios para alcanzar un buen manejo del proceso en cuestión.

Descripción del proceso de la emisión de la factura electrónica.

El proceso de emisión de la factura empieza una vez que las personas encargadas del despacho han realizado la carga de los productos y generado la guía de remisión.

Una vez realizado estos dos procesos, procedemos a realizar las siguientes actividades:

- 1.- Para iniciar el proceso, empezamos con la liberación de la orden de pedido para la facturación una vez que es generada la guía de remisión por el sistema computacional.
- 2.- Una vez que la orden es liberada, los facturadores proceden a relacionar los datos de las ordenes de pedido con las facturas que hayan sido liberadas, este cruce lo tienen realizar uno a uno de manera manual, de tal manera que se pueda verificar los productos que serán despachados.
- 3.- Determinado el respectivo cruce, los facturadores proceden a generar las facturas en el sistema, las mismas que son revisadas una vez que se haya terminado la generación y se proceden a imprimir para tener como respaldo en los archivos.
- 4.- Generadas las facturas, los facturadores son los encargados de subir estas facturas a las bases de la plataforma que enlaza con el Servicio de

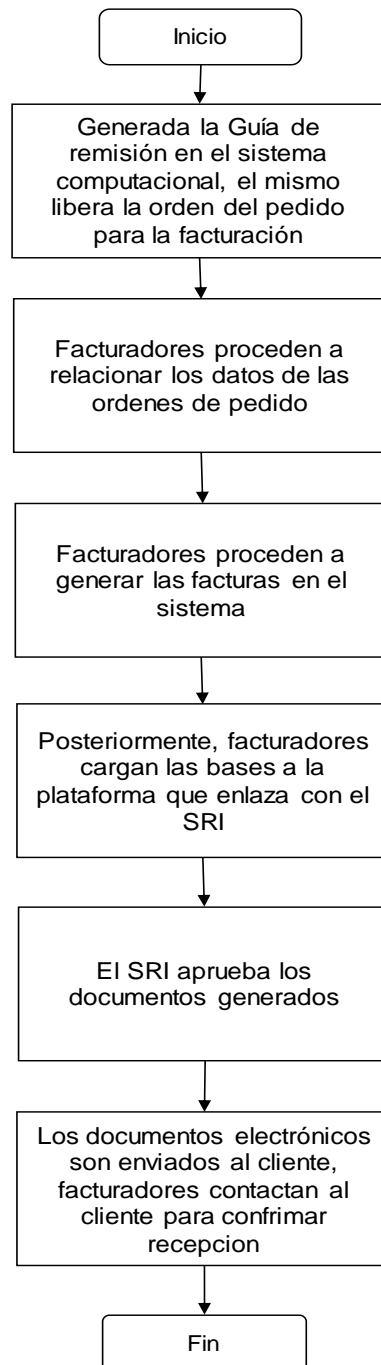
Rentas Internas (SRI). Así mismo llevan como constancia un reporte manual de las facturas ingresadas en esta plataforma, para de esta manera al finalizar el mes puedan realizar procesos tributarios.

5.- Ingresadas las facturas en el sistema, se debe esperar un tiempo prudencial a que el Servicio de Rentas Internas (SRI) apruebe la generación de las mismas.

6.- Una vez aprobadas las facturas, son enviadas al cliente para su respectiva constancia, archivos y otros procesos posteriores a seguir. Como parte del seguimiento de esta última actividad, los facturadores contactan al cliente para la confirmación de la recepción del documento.

Diagrama de proceso de la emisión de la factura electrónica.

Ilustración 27: Diagrama de Proceso de la Emisión de la Factura



Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

4.1.7. Devoluciones, cambios en mercadería y notas de crédito

Objetivo

Identificar las actividades correctas a seguir dentro del proceso de devoluciones, cambios en mercadería y notas de crédito en una empresa del sector industrial, con la finalidad aplicar los controles necesarios para alcanzar un buen manejo del proceso en mención.

Descripción del proceso devoluciones, cambios en mercadería y notas de crédito.

Las notas de crédito que se generan principalmente por algunos de estos motivos:

- Devoluciones de Mercaderías por mal estado
- Cambios de Productos por mala entrega

1.- Para iniciar, los clientes realizan su reclamo a los ejecutivos comerciales, este reclamo puede ser de manera telefónica, mediante correo electrónico, o el cliente se acerca y notifica a los asesores de ventas.

2.- Para dichos reclamos, los ejecutivos comerciales llenan los debidos formularios de reclamo por mercadería mal entregada o por mercadería en mal estado, esto a su vez llevan una ficha de los reclamos atendidos.

3.- Realizado este formulario, se procede a notificar al departamento de control de calidad para que asigne a un delegado del departamento de calidad para que realice la visita al cliente.

4.- El delegado del departamento de Control de Calidad revisa la mercadería que se encuentra en las bodegas del cliente, y posteriormente emite un informe sobre las observaciones de la mercadería, los mismos que son archivados como parte control y respaldo a lo atendido.

5.- Generado el informe, se procede a notificar al supervisor de ventas para que les notifique a los facturadores y ellos procedan a generar en el sistema las notas de crédito.

6.- El sistema computacional solicita que se ingresen los siguientes datos:

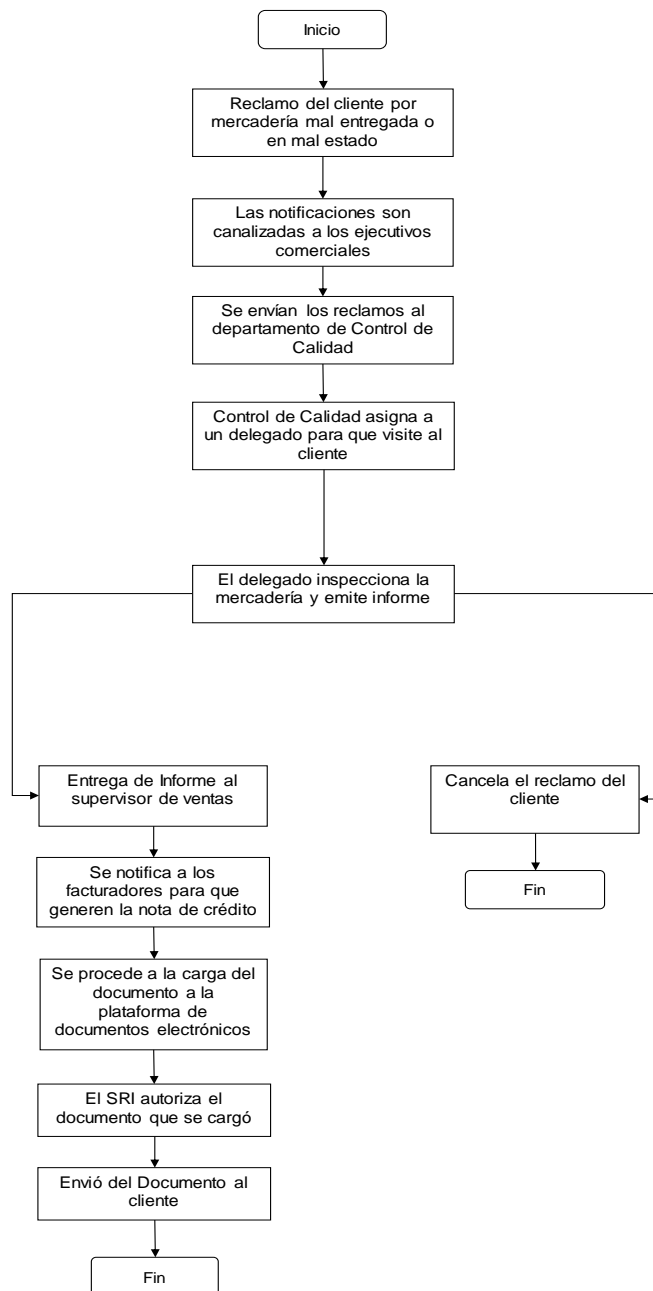
- Código de cliente
- Numero de factura a la que aplica
- Motivo de la nota de crédito
- Código de la mercadería
- Cantidades

Los facturadores llevan un registro manual de cada reclamo o devoluciones que se realizan en el mes, como parte de un control interno.

7.- Terminado el ingreso de estos datos, se generan las bases que se cargan a la plataforma que enlaza con la página del SRI y posterior a la carga se esperan las debidas autorizaciones y luego enviar a los clientes.

Diagrama del proceso devoluciones, cambios en mercadería y notas de crédito.

Ilustración 28: Diagrama de Proceso Devoluciones, Cambios en Mercadería y Notas de Crédito



Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

CAPITULO 5: RESULTADOS

Una vez efectuado el levantamiento de la información de los principales procesos en el área de ventas de una empresa del sector industrial en el Ecuador (capítulo cuatro), se analizarán y definirán los controles a aplicar en las principales actividades a realizar dentro de los procesos definidos para el registro de los ingresos en el área de ventas en las empresas del sector industrial, con la finalidad de obtener un mayor control de los mismos, lo cual corresponde al tercer objetivo del presente proyecto de titulación.

Luego de tener definido los controles internos de los principales procesos en el área de ventas se procederán a analizar y definir los sistemas de información y tecnologías que soporten los controles definidos, lo cual corresponde al último objetivo del presente proyecto de titulación.

Una vez efectuadas dichas actividades se obtendría una propuesta de control interno soportada por controles automatizados en sus sistemas de información para el área de ingresos en empresas del sector industrial.

5.1. Captación de nuevos clientes

En el proceso de captación de nuevos clientes, lo hemos estratificado en cuatro sub-procesos que son:

- Captación de nuevos clientes vía telefónica
- Captación de nuevos clientes vía correo electrónico
- Captación de nuevos clientes mediante visita del cliente en las instalaciones
- Captación de nuevos clientes mediante la visita del asesor de ventas al cliente.

A continuación, se definirán los controles internos que apoyarán el desarrollo de las actividades en los cuatro sub-procesos detallados, con lo que se soportaría la gestión de control en los mismos, detallamos lo indicado:

Controles de la captación de nuevos clientes

A continuación, se detallan los respectivos controles internos utilizados en el proceso de captación de nuevos clientes vía telefónica:

Tabla 2. Controles de la captación de nuevos clientes vía telefónica

| Actividades | Controles Internos |
|--|--|
| Recepción de llamadas telefónicas por parte de los asesores de servicios al cliente y toma de datos personales del nuevo cliente. | Las llamadas son grabadas de tal manera que se valide la calidad del servicio brindado a los futuros clientes. |
| | Cada asesor de servicio al cliente, lleva una bitácora donde registra las llamadas atendidas durante el día. |
| El asesor de servicio al cliente solicita al cliente los productos que va a requerir para hacer un listado preliminar de los mismos. | Se mantienen formularios prenumerados con los posibles pedidos de clientes para controlar los productos y posterior notificación a los ejecutivos comerciales. |
| Asesor de servicio al cliente una vez terminada la llamada, asigna al cliente a un asesor de ventas. | Las asignaciones quedan registradas en bitácoras y se añaden a la cartera del vendedor |
| Asesor de ventas visita al cliente, define productos requeridos por el cliente y promociona nuevos productos. | La empresa definirá las políticas para el correcto archivo y presentación de la información. |
| | La empresa definirá las políticas para las promociones y descuentos de productos. |
| | Registro en bitácoras sobre los clientes que se han contactado telefónicamente a la organización |
| Cliente proceda a entregar la documentación solicitada por la compañía para la creación del pedido. | La compañía definirá políticas para la creación de nuevos clientes. |
| | Formularios prenumerados para el ingreso de los pedidos de los clientes |
| | Los formularios prenumerados deberán contener las firmas de aceptación del asesor de ventas y del cliente. |
| Los asesores de ventas proceden a la entrega de los documentos solicitados al cliente a los ejecutivos comerciales. | Se deja notificación vía correo electrónico de la entrega de los documentos. |
| | El ejecutivo comercial procede a revisar la información y a verificar si existen inconsistencias. |
| | Finalizado el mes los ejecutivos comerciales descargan reporte de nuevos clientes para constatar que la información este completa |
| Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el Sistema Computacional. | La compañía mantiene políticas para la creación de nuevos usuarios. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

A continuación, se detallan los respectivos controles internos utilizados en el proceso de captación de nuevos clientes vía correo electrónico:

Tabla 3. Controles de la captación de nuevos clientes vía correo electrónico

| Actividades | Controles Internos |
|---|---|
| Asesores de servicio al cliente reciben correos de nuevos clientes, y proceden a verificar datos del cliente mediante llamadas telefónicas. | Cada asesor de servicios lleva un registro de los correos electrónicos recibidos en el día detallando el nombre del cliente, la empresa a la que pertenecen, día y hora en que se recibió el correo electrónico |
| Los asesores de servicios al cliente, designan a un asesor de ventas para que lo visite. | Las asignaciones quedan registradas en bitácoras y se añaden a la cartera del vendedor |
| Asesor de ventas visita al cliente, define productos requeridos por el cliente y promociona nuevos productos. | La empresa definirá las políticas para el correcto archivo y presentación de la información. |
| | La empresa definirá las políticas para las promociones y descuentos de productos. |
| | Registro en bitácoras sobre los clientes que se han contactado telefónicamente a la organización |
| Cliente proceda a entregar la documentación solicitada por la compañía para la creación del pedido. | La compañía definirá políticas para la creación de nuevos clientes. |
| | Formularios prenumerados para el ingreso de los pedidos de los clientes |
| | Los formularios prenumerados deberán contener las firmas de aceptación del asesor de ventas y del cliente. |
| Los asesores de ventas proceden a la entrega de los documentos solicitados al cliente a los ejecutivos comerciales. | Se deja notificación vía correo electrónico de la entrega de los documentos. |
| | El ejecutivo comercial procede a revisar la información y a verificar si existen inconsistencias. |
| | Finalizado el mes los ejecutivos comerciales descargan reporte de nuevos clientes para constatar que la información este completa |
| Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el sistema computacional. | La compañía mantiene políticas para la creación de nuevos usuarios. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

A continuación, se detallan los respectivos controles internos utilizados en el proceso de captación de nuevos clientes mediante la visita de los clientes a las instalaciones de la empresa:

Tabla 4. Controles de la captación de nuevos clientes mediante visita del cliente a las instalaciones

| Actividades | Controles Internos |
|--|---|
| Los clientes que se acercan a la compañía para adquirir productos, son dirigidos a donde un asesor de ventas el mismo que les hace una breve entrevista para conocer al cliente. | La compañía definirá políticas para entrevistas con clientes. |
| Asesor de ventas visita al cliente, define productos requeridos por el cliente y promociona nuevos productos. | La empresa definirá las políticas para las promociones y descuentos de productos. |
| | Registro en bitácoras sobre los clientes que se han contactado telefónicamente a la organización |
| Asesor de ventas entrega requisitos que la compañía necesita para la verificación de datos. | La empresa definirá las políticas para el correcto archivo y presentación de la información. |
| Se procede a llenar formulario de creación del cliente, si es que el mismo tiene los documentos completos. | La compañía definirá políticas para la creación de nuevos clientes. |
| | Formularios prenumerados para el ingreso de los pedidos de los clientes |
| | Los formularios prenumerados deberán contener las firmas de aceptación del asesor de ventas y del cliente. |
| Los asesores de ventas proceden a la entrega de los documentos solicitados al cliente a los ejecutivos comerciales. | Se deja notificación vía correo electrónico de la entrega de los documentos. |
| | El ejecutivo comercial procede a revisar la información y a verificar si existen inconsistencias. |
| | Finalizado el mes los ejecutivos comerciales descargan reporte de nuevos clientes para constatar que la información este completa |
| Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el sistema computacional. | La compañía mantiene políticas para la creación de nuevos usuarios. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Finalmente, se detallan los respectivos controles internos utilizados en el proceso de captación de nuevos clientes por medio de las visitas de los asesores en ventas a los clientes:

Tabla 5. Controles de la captación de nuevos clientes mediante visita asesor de ventas al cliente

| Actividades | Controles Internos |
|--|---|
| Asesores de ventas durante recorrido habitual, se acercan a clientes potenciales que se detecten en su zona de venta asignada. | La compañía definirá políticas para entrevistas con clientes. |
| Asesores de ventas dan a conocer a clientes potenciales sobre los productos y sus beneficios, precios, formas de pago. | La empresa definirá las políticas para las promociones y descuentos de productos. |
| | Registro en bitácoras sobre los clientes que se han contactado telefónicamente a la organización |
| Si el cliente está interesado en el producto, asesores de ventas solicitan la información requerida por la compañía. | La compañía definirá políticas para la creación de nuevos clientes. |
| | Formularios prenumerados para el ingreso de los pedidos de los clientes |
| | Los formularios prenumerados deberán contener las firmas de aceptación del asesor de ventas y del cliente. |
| Los asesores de ventas proceden a la entrega de los documentos solicitados al cliente a los ejecutivos comerciales. | Se deja notificación vía correo electrónico de la entrega de los documentos. |
| | El ejecutivo comercial procede a revisar la información y a verificar si existen inconsistencias. |
| | Finalizado el mes los ejecutivos comerciales descargan reporte de nuevos clientes para constatar que la información este completa |
| Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el sistema computacional. | La compañía mantiene políticas para la creación de nuevos usuarios. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Una vez definidos los controles internos que soportan la gestión del proceso de captación de nuevos clientes, se analizó y definió los sistemas de información y tecnologías que soportan dicho proceso cuyo resultado lo detallamos a continuación para los cuatros sub-procesos identificados:

Tabla 6. Controles Automatizados Captación de Nuevos Clientes

Proceso: Captación de Nuevos Clientes vía telefónica

Inicio: Recepción de llamadas telefónicas por parte de los asesores de servicio al cliente y toma de los principales datos personales del posible cliente.

Finalización: Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el sistema computacional.

| | | |
|----------|--|--|
| 1 | Recepción de llamadas telefónicas por parte de los asesores de servicios al cliente y toma de datos personales del nuevo cliente. | |
| | Actividad efectuada por: Asesor de servicio al cliente. | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Las llamadas son grabadas de tal manera que se valide la calidad del servicio brindado a los futuros clientes. | El sistema computacional deberá soportar el cumplimiento de las políticas de atención de servicio al cliente, por medios de controles de escucha e intervención efectuados por los supervisores Se evaluará el sistema computacional para que el propio usuario ingrese a los sistemas de la empresa y pueda consultar los productos disponibles y características de los mismos. |
| | Cada asesor de servicio al cliente, lleva una bitácora donde registra las llamadas atendidas durante el día. | El sistema computacional deberá de mantener un registro actualizado de las llamadas recibidas durante el día. |
| | | El sistema computacional deberá de emitir estadísticas de las llamadas atendidas y distribuirlas automáticamente al personal involucrado. |
| 2 | El asesor de servicio al cliente solicita al cliente los productos que va a requerir para hacer un listado preliminar de los mismos. | |
| | Actividad efectuada por: Asesor de servicio al cliente. | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Se mantienen formularios prenumerados con los posibles pedidos de clientes para controlar los productos y posterior notificación a los ejecutivos comerciales. | El sistema computacional deberá de generar formularios numerados de manera automática para el registro de los posibles pedidos. El Sistema computacional deberá de emitir alertas cuando un formulario se encuentre mucho tiempo sin procesar. |
| 3 | Asesor de servicio al cliente una vez terminada la llamada, asigna al cliente a un asesor de ventas. | |
| | Actividad efectuada por: Asesor de servicio al cliente - Asesor de ventas | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Las asignaciones quedan registradas en bitácoras y se añaden a la cartera del vendedor | Al ingresar al sistema computacional la información del futuro cliente, se asigna automáticamente al asesor de venta, considerando las políticas de la empresa, tales como por sector, por tipo de cliente, por cartera asignada a los asesores, entre otras. Se envía un mail automáticamente al asesor de ventas notificándole que fue asignado dicho cliente e información de lo que requiere el mismo. El sistema mantiene un control de lo asignado y cuando fue atendido, y emite alarmas cuando no ha recibido atención un cliente de acuerdo a los estándares de la empresa. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Proceso: Captación de Nuevos Clientes vía telefónica (Cont.)

Inicio: Recepción de llamadas telefónicas por parte de los asesores de servicio al cliente y toma de los

Finalización: Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el sistema computacional.

| | | |
|----------|--|--|
| 4 | Asesor de ventas visita al cliente, define productos requeridos por el cliente y promociona nuevos productos. | |
| | Actividad efectuada por: Asesores de ventas | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | La empresa definirá políticas para entrevistas con clientes. | El sistema de computación le puede apoyar al asesor en la guía de como atender al cliente y de los requisitos para ser aceptado como cliente |
| | | Con tecnología (video conferencia) el asesor de ventas puede apoyarse con algún técnico especializado para aclarar cualquier inquietud técnica de cliente. |
| | | Con tecnología (imágenes 3D) el cliente puede ver los productos o con realidad virtual puede hacer una visita a la planta, para darle la confianza en el nivel de calidad de la empresa. |
| | La empresa definirá las políticas para el correcto archivo y presentación de la información. | El sistema computacional deberá soportar las políticas para el correcto archivo y presentación de la información. |
| | | El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas. |
| | La empresa definirá las políticas para las promociones y descuentos de productos. | El Sistema computacional deberá soportar las políticas de promociones y descuentos, estas deberán ser actualizadas de manera periódica. |
| | | El sistema computacional soportara las aprobaciones remotas en casos en que se requiere dar una promoción o descuento fuera de las políticas definidas. |
| | | El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas automáticamente. |
| | Registro en bitácoras sobre los clientes que se han contactado telefónicamente a la organización | Los asesores de ventas contarán con dispositivos con acceso al sistema computacional, el cual le permitirá registrar que se han contacto con el cliente. |
| 5 | Cliente proceda a entregar la documentación solicitada por la compañía para la creación del pedido. | |
| | Actividad efectuada por: Asesores de ventas. | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | La compañía definirá políticas para la creación de nuevos clientes. | El sistema computacional deberá de soportar las políticas para creación de nuevos clientes. |
| | | El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas automáticamente. |
| | Formularios prenumerados para el ingreso de los pedidos de los clientes | El sistema computacional deberá de generar los formularios para ingreso de pedidos de manera automatizada y deberá de controlar la secuencia numérica de los mismos. |
| | Los formularios prenumerados deberán contener las firmas de aceptación del asesor de ventas y del cliente. | El sistema computacional enviará un correo a la dirección del cliente, como soporte de la solicitud de ingresar como cliente en la empresa. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Proceso: Captación de Nuevos Clientes vía telefónica (Cont.)

Inicio: Recepción de llamadas telefónicas por parte de los asesores de servicio al cliente y toma de los

Finalización: Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el sistema computacional.

| | | |
|---|---|--|
| 6 | Los asesores de ventas proceden a la entrega de los documentos solicitados al cliente a los ejecutivos comerciales. | |
| | Actividad efectuada por: Asesores de ventas. | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Se deja notificación vía correo electrónico de la entrega de los documentos. | El sistema computacional de información notificará al usuario cuando se encuentre entregado los documentos con base en las políticas para proceder a la creación del cliente |
| | El ejecutivo comercial procede a revisar la información y a verificar si existen inconsistencias. | El sistema computacional deberá estar enlazado con páginas como: Buró de crédito, Servicio de Rentas Internas, entre otras para la validación de datos. |
| | | Con sistemas especializados se procederá a la digitalización de los documentos entregados por el cliente. |
| | | Los documentos digitalizados serán integrados con los sistemas computacionales para que puedan ser consultados por las diferentes usuarios que lo requieran, |
| | Finalizado el mes los ejecutivos comerciales descargan reporte de nuevos clientes para constatar que la información este completa | El sistema computacional de información conciliará con base en las políticas los documentos entregados y completados de los clientes, cualquier novedad notificará a los involucrados. |
| 7 | Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el Sistema Computacional. | |
| | Actividad efectuada por: Ejecutivo comercial | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | La compañía mantiene políticas para la creación de nuevos usuarios. | El sistema computacional deberá de soportar las políticas de creación de nuevos usuarios. |
| | | El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Tabla 7. Controles Automatizados Captación de Nuevos Clientes

Proceso: Captación de Nuevos Clientes vía correo electrónico

Inicio: Correos electrónicos son recibidos por parte de los asesores de servicio al cliente y se verifican datos mediante llamadas telefónicas

Finalización: Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el Sistema Computacional.

| | | |
|---|---|--|
| 1 | Asesores de servicio al cliente reciben correos de nuevos clientes, y proceden a verificar datos del cliente mediante llamadas telefónicas. | |
| | Actividad efectuada por: Asesor de servicio al cliente | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Cada asesor de servicios lleva un registro de los correos electrónicos recibidos en el día detallando el nombre del cliente, la empresa a la que pertenecen, día y hora en que se recibió el mail | <p>El sistema computacional enviará automáticamente un correo al cliente notificándolo que ha sido recibido su correo, el nombre de asesor que lo atenderá y el tiempo aproximado en que lo llamarán.</p> <p>El sistema computacional generará alarmas indicando los correos que no se han atendido dentro de los tiempos definidos por la empresa para dicha actividad.</p> <p>El Sistema computacional archivará los correos de manera periódica y conciliará de manera automática los correos recibidos y los correos atendidos.</p> |
| 2 | Los asesores de servicios al cliente, designan a un asesor de ventas para que lo visite. | |
| | Actividad efectuada por: Asesor de servicio al cliente - Asesor de ventas | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Las asignaciones quedan registradas en bitácoras y se añaden a la cartera del vendedor | <p>Al ingresar al sistema computacional la información del futuro cliente, se asigna automáticamente al asesor de venta, considerando las políticas de la empresa, tales como por sector, por tipo de cliente, por cartera asignada a los asesores, entre otras.</p> <p>Se envía un mail automáticamente al asesor de ventas notificándole que fue asignado dicho cliente e información de lo que requiere el mismo.</p> <p>El sistema mantienen un control de lo asignado y cuando fue atendido, y emite alarmas cuando no ha recibido atención un cliente de acuerdo a los estándares de la empresa.</p> |
| 3 | Asesor de ventas visita al cliente, define productos requeridos por el cliente y promociona nuevos productos. | |
| | Actividad efectuada por: Asesores de ventas | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | La empresa definirá políticas para entrevistas con clientes. | <p>El sistema de computación le puede apoyar al asesor en la guía de como atender al cliente y de los requisitos para ser aceptado como cliente</p> <p>Con tecnología (video conferencia) el asesor de ventas puede apoyarse con algún técnico especializado para aclarar cualquier inquietud técnica de cliente.</p> <p>Con tecnología (imágenes 3D) el cliente puede ver los productos o con realidad virtual poder hacer una visita a la planta, para darle la confianza en el nivel de calidad de la empresa.</p> |
| | La empresa definirá las políticas para el correcto archivo y presentación de la información. | <p>El Sistema computacional deberá soportar las políticas para el correcto archivo y presentación de la información.</p> <p>El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas.</p> |
| | La empresa definirá las políticas para las promociones y descuentos de productos. | <p>El sistema computacional deberá soportar las políticas de promociones y descuentos, estas deberán ser actualizadas de manera periódica.</p> <p>El sistema computacional soportara las aprobaciones remotas en casos en que se requiere dar una promoción o descuento fuera de las políticas definidas.</p> <p>El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas automáticamente.</p> |
| | Registro en bitácoras sobre los clientes que se han contactado telefónicamente a la organización | Los asesores de ventas contarán con dispositivos con acceso al sistema computacional, el cual le permitirá registrar que se han contacto con el cliente. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Proceso: Captación de Nuevos Clientes vía correo electrónico (Cont.)

Inicio: Correos electrónicos son recibidos por parte de los asesores de servicio al cliente y se verifican datos

Finalización: Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el Sistema Computacional.

| | | |
|----------|---|---|
| 4 | Cliente proceda a entregar la documentación solicitada por la compañía para la creación del pedido. | |
| | Actividad efectuada por: Asesores de ventas | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | La compañía definirá políticas para la creación de nuevos clientes. | El sistema computacional deberá de soportar las políticas para creación de nuevos clientes. |
| | | El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas automáticamente. |
| | Formularios prenumerados para el ingreso de los pedidos de los clientes | El Sistema computacional deberá de generar los formularios para ingreso de pedidos de manera automatizada y deberá de controlar la secuencia numérica de los mismos. |
| | Los formularios prenumerados deberán contener las firmas de aceptación del asesor de ventas y del cliente. | El sistema computacional enviará un correo a la dirección del cliente, como soporte de la solicitud de ingresar como cliente en la empresa. |
| 5 | Los asesores de ventas proceden a la entrega de los documentos solicitados al cliente a los ejecutivos comerciales. | |
| | Actividad efectuada por: Asesores de ventas. | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Se deja notificación vía correo electrónico de la entrega de los documentos. | El sistema computacional de información notificará al usuario cuando se encuentre entregado los documentos con base en las políticas para proceder a la creación del cliente |
| | El ejecutivo comercial procede a revisar la información y a verificar si existen inconsistencias. | El sistema computacional deberá estar enlazado con páginas como: Buró de crédito, Servicio de Rentas Internas, entre otras para la validación de datos. |
| | | Con sistemas especializados se procederá a la digitalización de los documentos entregados por el cliente. |
| | | Los documentos digitalizados serán integrados con los sistemas computacionales para que puedan ser consultados por las diferentes usuarios que lo requieran. |
| | Finalizado el mes los ejecutivos comerciales descargan reporte de nuevos clientes para constatar que la información este completa | El sistema computacional de información conciliará con base en las políticas los documentos entregados y completados de los clientes, cualquier novedad notificará a los involucrados |
| 6 | Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el Sistema Computacional. | |
| | Actividad efectuada por: Ejecutivos comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | La compañía mantiene políticas para la creación de nuevos usuarios. | El sistema computacional deberá de soportar las políticas de creación de nuevos usuarios. |
| | | El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Tabla 8 Controles Automatizados Captación de Nuevos Clientes

Proceso: Captación de Nuevos Clientes mediante visita del cliente a las instalaciones

Inicio: Los clientes que se acercan a la compañía para adquirir productos, son dirigidos a donde un asesor de ventas el mismo que les hace una breve entrevista para conocer al cliente.

Finalización: Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el Sistema Computacional.

| | | |
|---|---|--|
| 1 | Los clientes que se acercan a la compañía para adquirir productos, son dirigidos a donde un asesor de ventas el mismo que les hace una breve entrevista para conocer al cliente. | |
| | Actividad efectuada por: Asesor de ventas | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | La compañía definirá políticas para entrevistas con clientes. | El sistema de computación le puede apoyar al asesor en la guía de como atender al cliente y de los requisitos para ser aceptado como cliente |
| 2 | Asesor de ventas visita al cliente, define productos requeridos por el cliente y promociona nuevos productos. | |
| | Actividad efectuada por: Asesor de ventas | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | La empresa definirá políticas para entrevistas con clientes. | El sistema de computación le puede apoyar al asesor en la guía de como atender al cliente y de los requisitos para ser aceptado como cliente |
| | | Con tecnología (video conferencia) el asesor de ventas puede apoyarse con algún técnico especializado para aclarar cualquier inquietud técnica de cliente. |
| | | Con tecnología (imágenes 3D) el cliente puede ver los productos o con realidad virtual poder hacer una visita a la planta, para darle la confianza en el nivel de calidad de la empresa. |
| | La empresa definirá las políticas para el correcto archivo y presentación de la información. | El sistema computacional deberá soportar las políticas para el correcto archivo y presentación de la información. |
| | | El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas. |
| | La empresa definirá las políticas para las promociones y descuentos de productos. | El sistema computacional deberá soportar las políticas de promociones y descuentos, estas deberán ser actualizadas de manera periódica. |
| | | El sistema computacional soportara las aprobaciones remotas en casos en que se requiere dar una promoción o descuento fuera de las políticas definidas. |
| | | El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas automáticamente. |
| | Registro en bitácoras sobre los clientes que se han contactado telefónicamente a la organización | Los asesores de ventas contarán con dispositivos con acceso al sistema computacional, el cual le permitirá registrar que se han contacto con el cliente. |
| 3 | Asesor de ventas entrega requisitos que la compañía necesita para la verificación de datos. | |
| | Actividad efectuada por: Asesores de ventas | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | La empresa definirá las políticas para el correcto archivo y presentación de la información. | El sistema computacional deberá soportar las políticas para el correcto archivo y presentación de la información. |
| | | El sistema computacional enviara un mail al cliente de los requisitos que la empresa requiere para la verificación de datos. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Proceso: Captación de Nuevos Clientes mediante visita del cliente a las instalaciones (Cont.)

Inicio: Los clientes que se acercan a la compañía para adquirir productos, son dirigidos a donde un asesor de

Finalización: Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el Sistema Computacional.

| | | |
|---|---|--|
| 4 | Se procede a llenar formulario de creación del cliente, si es que el mismo tiene los documentos completos. | |
| | Actividad efectuada por: Ejecutivos comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | La compañía definirá políticas para la creación de nuevos clientes. | El sistema computacional deberá de soportar las políticas para creación de nuevos clientes. El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas. |
| | Formularios prenumerados para el ingreso de los pedidos de los clientes | El sistema computacional deberá de generar los formularios para ingreso de pedidos de manera automatizada y deberá de controlar la secuencia numérica de los mismos. |
| | Los formularios prenumerados deberán contener las firmas de aceptación del asesor de ventas y del cliente. | El sistema computacional enviará un correo a la dirección del cliente, como soporte de la solicitud de ingresar como cliente en la empresa. |
| 5 | Los asesores de ventas proceden a la entrega de los documentos solicitados al cliente a los ejecutivos comerciales. | |
| | Actividad efectuada por: Asesores de ventas - Ejecutivos comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Se deja notificación vía correo electrónico de la entrega de los documentos. | El sistema computacional de información notificará al usuario cuando se encuentre entregado los documentos con base en las políticas para proceder a la creación del cliente |
| | El ejecutivo comercial procede a revisar la información y a verificar si existen inconsistencias. | El sistema computacional deberá estar enlazado con páginas como: Buró de crédito, Servicio de Rentas Internas, entre otras para la validación de datos. Con sistemas especializados se procederá a la digitalización de los documentos entregados por el cliente. Los documentos digitalizados serán integrados con los sistemas computacionales para que puedan ser consultados por las diferentes usuarios que lo requieran. |
| | Finalizado el mes los ejecutivos comerciales descargan reporte de nuevos clientes para constatar que la información este completa | El sistema computacional de información conciliará con base en las políticas los documentos entregados y completados de los clientes, cualquier novedad notificará a los involucrados. |
| 6 | Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el Sistema Computacional. | |
| | Actividad efectuada por: Ejecutivos comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | La compañía mantiene políticas para la creación de nuevos usuarios. | El Sistema computacional deberá de soportar las políticas de creación de nuevos usuarios. El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Tabla 9. Controles Automatizados Captación de Nuevos Clientes

Proceso: Captación de nuevos mediante la visita de los asesores de ventas

Inicio: Asesores de ventas durante recorrido habitual, se acercan a clientes potenciales que se detecten en su zona de venta asignada.

Finalización: Con la información completa los asesores de ventas proceden a entregarla a los ejecutivos

| | | |
|---|---|--|
| 1 | Asesores de ventas durante recorrido habitual, se acercan a clientes potenciales que se detecten en su zona de venta asignada. | |
| | Actividad efectuada por: Asesores de ventas | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | La compañía definirá políticas para entrevistas con clientes. | El sistema de computación le puede apoyar al asesor en la guía de como atender al cliente y de los requisitos para ser aceptado como cliente |
| 2 | Asesores de ventas dan a conocer a clientes potenciales sobre los productos y sus beneficios, precios, formas de pago. | |
| | Actividad efectuada por: Asesores de ventas | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | La empresa definirá políticas para entrevistas con clientes. | El sistema de computación le puede apoyar al asesor en la guía de como atender al cliente y de los requisitos para ser aceptado como cliente |
| | | Con tecnología (video conferencia) el asesor de ventas puede apoyarse con algún técnico especializado para aclarar cualquier inquietud técnica de cliente. |
| | | Con tecnología (imágenes 3D) el cliente puede ver los productos o con realidad virtual poder hacer una visita a la planta, para darle la confianza en el nivel de calidad de la empresa. |
| | La empresa definirá las políticas para las promociones y descuentos de productos. | El Sistema computacional deberá soportar las políticas de promociones y descuentos, estas deberán ser actualizadas de manera periódica. |
| | | El sistema computacional soportará las aprobaciones remotas en casos en que se requiere dar una promoción o descuento fuera de las políticas definidas. |
| | | El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas automáticamente. |
| | Registro en bitácoras sobre los clientes que se han contactado telefónicamente a la organización | Los asesores de ventas contarán con dispositivos con acceso al sistema computacional, el cual le permitirá registrar que se han contacto con el cliente. |
| | | El vehículo o el celular del asesor de ventas estará integrado con el sistema computacional para validar que los asesores estén dentro de la ruta planificada. |
| | | El sistema de rastreo emitirá una alarma cuando el asesor de ventas se sale de su ruta. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Proceso: Captación de nuevos mediante la visita de los asesores de ventas (Cont.)

Inicio: Asesores de ventas durante recorrido habitual, se acercan a clientes potenciales que se detecten en su

Finalización: Con la información completa los asesores de ventas proceden a entregarla a los ejecutivos

| | | |
|----------|---|--|
| 3 | Si el cliente está interesado en el producto, asesores de ventas solicitan la información requerida por la compañía. | |
| | Actividad efectuada por: Asesores de ventas | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | La compañía definirá políticas para la creación de nuevos clientes. | El sistema computacional deberá de soportar las políticas para creación de nuevos clientes. El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas automáticamente. |
| | Formularios prenumerados para el ingreso de los pedidos de los clientes | El sistema computacional deberá de generar los formularios para ingreso de pedidos de manera automatizada y deberá de controlar la secuencia numérica de los mismos. |
| | Los formularios prenumerados deberán contener las firmas de aceptación del asesor de ventas y del cliente. | El sistema computacional enviará un correo a la dirección del cliente, como soporte de la solicitud de ingreso como cliente en la empresa. |
| 4 | Los asesores de ventas proceden a la entrega de los documentos solicitados al cliente a los ejecutivos comerciales. | |
| | Actividad efectuada por: Asesores de ventas - Ejecutivos comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Se deja notificación vía correo electrónico de la entrega de los documentos. | El sistema computacional notificará al usuario cuando se encuentre entregado los documentos con base en las políticas para proceder a la creación del cliente |
| | El ejecutivo comercial procede a revisar la información y a verificar si existen inconsistencias. | El Sistema computacional deberá estar enlazado con páginas como: Buró de crédito, Servicio de Rentas Internas, entre otras para la validación de datos. Con sistemas especializados se procederá a la digitalización de los documentos entregados por el cliente. Los documentos digitalizados serán integrados con los sistemas computacionales para que puedan ser consultados por las diferentes usuarios que lo requieran, |
| | Finalizado el mes los ejecutivos comerciales descargan reporte de nuevos clientes para constatar que la información este completa | El sistema computacional de información conciliará con base en las políticas los documentos entregados y completados de los clientes, cualquier novedad notificará a los involucrados. |
| 6 | Ejecutivos comerciales proceden a la creación del nuevo cliente en el Sistema Computacional. | |
| | Actividad efectuada por: Ejecutivos comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | La compañía mantiene políticas para la creación de nuevos usuarios. | El sistema computacional deberá de soportar las políticas de creación de nuevos usuarios. El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

5.2. Creación de Clientes

En el proceso de creación de nuevos clientes, se pudieron analizar y definir los controles internos que soportan dicho proceso, el resultado de dicha actividad la detallamos:

Tabla 10. Controles en la Creación de Nuevos Clientes

| Actividades | Controles Internos |
|--|---|
| Ejecutivos comerciales reciben información de los nuevos clientes y proceden a la revisión de la misma | Se deja notificación vía correo electrónico de la entrega de los documentos. |
| | El ejecutivo comercial procede a revisar la información y a verificar si existen inconsistencias. |
| | Finalizado el mes los ejecutivos comerciales descargan reporte de nuevos clientes para constatar que la información este completa |
| Ejecutivos comerciales crean file físico de la información recibida | Se mantiene un file físico que realizan los ejecutivos comerciales de todos los documentos necesarios para la creación del nuevo cliente. |
| Ejecutivo comerciales proceden a la creación del nuevo cliente | La compañía mantiene políticas para la creación de nuevos usuarios. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Una vez definidos los controles internos que soportan la gestión de la creación de nuevos clientes, se analizó y definió los sistemas de información y tecnologías que soportan dicho proceso cuyo resultado lo detallamos:

Tabla 11. Controles Automatizados Creación de Nuevos Clientes

Proceso: Creación del nuevo cliente

Inicio: Asesores de ventas entregan documentos del cliente a ejecutivos comerciales

Finalización: Ejecutivo comerciales proceden a la creación del nuevo cliente

| Asesores de ventas entregan documentos del cliente a ejecutivos comerciales | | | | | | | | | |
|---|--|--------------------------------|--------------------------------|---|---|---|--|--|---|
| 1 | Actividad efectuada por: Asesores de ventas | | | | | | | | |
| | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Controles Internos</th> <th>Controles automatizados</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Se deja notificación vía correo electrónico de la entrega de los documentos.</td> <td>El sistema computacional notificará al usuario cuando se encuentre entregado los documentos con base en las políticas para proceder a la creación del cliente</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">El ejecutivo comercial procede a revisar la información y a verificar si existen inconsistencias.</td> <td>El sistema computacional deberá estar enlazado con páginas como: Buró de crédito, Servicio de Rentas Internas, entre otras para la validación de datos.</td> </tr> <tr> <td>El sistema computacional valida que se cumplan los tiempos definidos para dicha actividad, caso contrario envía un mail al asesor de ventas como recordatorio y si nos es solucionado se envía un mail al Jefe del asesor de ventas.</td> </tr> <tr> <td>Finalizado el mes los ejecutivos comerciales descargan reporte de nuevos clientes para constatar que la información este completa</td> <td>El sistema computacional de información conciliará con base en las políticas los documentos entregados y completados de los clientes.</td> </tr> </tbody> </table> | Controles Internos | Controles automatizados | Se deja notificación vía correo electrónico de la entrega de los documentos. | El sistema computacional notificará al usuario cuando se encuentre entregado los documentos con base en las políticas para proceder a la creación del cliente | El ejecutivo comercial procede a revisar la información y a verificar si existen inconsistencias. | El sistema computacional deberá estar enlazado con páginas como: Buró de crédito, Servicio de Rentas Internas, entre otras para la validación de datos. | El sistema computacional valida que se cumplan los tiempos definidos para dicha actividad, caso contrario envía un mail al asesor de ventas como recordatorio y si nos es solucionado se envía un mail al Jefe del asesor de ventas. | Finalizado el mes los ejecutivos comerciales descargan reporte de nuevos clientes para constatar que la información este completa |
| Controles Internos | Controles automatizados | | | | | | | | |
| Se deja notificación vía correo electrónico de la entrega de los documentos. | El sistema computacional notificará al usuario cuando se encuentre entregado los documentos con base en las políticas para proceder a la creación del cliente | | | | | | | | |
| El ejecutivo comercial procede a revisar la información y a verificar si existen inconsistencias. | El sistema computacional deberá estar enlazado con páginas como: Buró de crédito, Servicio de Rentas Internas, entre otras para la validación de datos. | | | | | | | | |
| | El sistema computacional valida que se cumplan los tiempos definidos para dicha actividad, caso contrario envía un mail al asesor de ventas como recordatorio y si nos es solucionado se envía un mail al Jefe del asesor de ventas. | | | | | | | | |
| Finalizado el mes los ejecutivos comerciales descargan reporte de nuevos clientes para constatar que la información este completa | El sistema computacional de información conciliará con base en las políticas los documentos entregados y completados de los clientes. | | | | | | | | |
| 2 | Ejecutivos comerciales crean file físico de la información recibida | | | | | | | | |
| | Actividad efectuada por: Ejecutivos comerciales | | | | | | | | |
| | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Controles Internos</th> <th>Controles automatizados</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">Se mantiene un file físico que realizan los ejecutivos comerciales de todos los documentos necesarios para la creación del nuevo cliente.</td> <td>El sistema computacional deberá permitir el registro digital de los documentos entregados por los clientes.</td> </tr> <tr> <td>Con sistemas especializados se procederá a la digitalización de los documentos entregados por el cliente.</td> </tr> <tr> <td>Los documentos digitalizados serán integrados con los sistemas computacionales para que puedan ser consultados por las diferentes usuarios que lo requieran.</td> </tr> </tbody> </table> | Controles Internos | Controles automatizados | Se mantiene un file físico que realizan los ejecutivos comerciales de todos los documentos necesarios para la creación del nuevo cliente. | El sistema computacional deberá permitir el registro digital de los documentos entregados por los clientes. | Con sistemas especializados se procederá a la digitalización de los documentos entregados por el cliente. | Los documentos digitalizados serán integrados con los sistemas computacionales para que puedan ser consultados por las diferentes usuarios que lo requieran. | | |
| | Controles Internos | Controles automatizados | | | | | | | |
| Se mantiene un file físico que realizan los ejecutivos comerciales de todos los documentos necesarios para la creación del nuevo cliente. | El sistema computacional deberá permitir el registro digital de los documentos entregados por los clientes. | | | | | | | | |
| | Con sistemas especializados se procederá a la digitalización de los documentos entregados por el cliente. | | | | | | | | |
| | Los documentos digitalizados serán integrados con los sistemas computacionales para que puedan ser consultados por las diferentes usuarios que lo requieran. | | | | | | | | |
| 3 | Ejecutivo comerciales proceden a la creación del nuevo cliente | | | | | | | | |
| | Actividad efectuada por: Ejecutivos comerciales | | | | | | | | |
| | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Controles Internos</th> <th>Controles automatizados</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">La compañía mantiene políticas para la creación de nuevos clientes en el sistema.</td> <td>El sistema computacional deberá de soportar las políticas de creación de nuevos clientes, validará que se cumplan todas las políticas definidas.</td> </tr> <tr> <td>El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas automáticamente.</td> </tr> <tr> <td>Una vez ingresado el cliente en el sistema se enviará un mail al asesor de ventas y al cliente notificándoles que el mismo ha sido creado en los sistemas de la empresa.</td> </tr> <tr> <td>Se genera un registro en un archivo log, sobre la transacción efectuada para soporte de cualquier auditoría forense.</td> </tr> </tbody> </table> | Controles Internos | Controles automatizados | La compañía mantiene políticas para la creación de nuevos clientes en el sistema. | El sistema computacional deberá de soportar las políticas de creación de nuevos clientes, validará que se cumplan todas las políticas definidas. | El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas automáticamente. | Una vez ingresado el cliente en el sistema se enviará un mail al asesor de ventas y al cliente notificándoles que el mismo ha sido creado en los sistemas de la empresa. | Se genera un registro en un archivo log, sobre la transacción efectuada para soporte de cualquier auditoría forense. | |
| | Controles Internos | Controles automatizados | | | | | | | |
| La compañía mantiene políticas para la creación de nuevos clientes en el sistema. | El sistema computacional deberá de soportar las políticas de creación de nuevos clientes, validará que se cumplan todas las políticas definidas. | | | | | | | | |
| | El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas automáticamente. | | | | | | | | |
| | Una vez ingresado el cliente en el sistema se enviará un mail al asesor de ventas y al cliente notificándoles que el mismo ha sido creado en los sistemas de la empresa. | | | | | | | | |
| | Se genera un registro en un archivo log, sobre la transacción efectuada para soporte de cualquier auditoría forense. | | | | | | | | |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

5.3. Órdenes de pedido

En el proceso de órdenes de pedido, indicaremos los debidos controles internos a utilizar en las actividades detalladas, de tal manera que ayuden a las empresas del sector industrial a un mejor funcionamiento de las mismas.

Tabla 12. Controles del Ingreso de la Orden de Pedido

| Actividades | Controles Internos |
|---|--|
| Consultar información en bases de datos sobre el stock de inventarios | Ejecutivos comerciales tienen solo la opción de consulta de los pedidos, mas no de modificación ni de ingreso de datos |
| | Restringir el acceso a información crítica o no requerida para sus funciones |
| | Evaluación de productos con niveles alto de inventario |
| | Evaluación de productos por caducarse |
| Ejecutivos comerciales proceden a descargar la información de las bases de inventarios | Revisiones periódicas de confiabilidad de la información |
| Los ejecutivos comerciales proceden a la debida notificación a los asesores comerciales de que la información se encuentra lista | Correo electrónico como elemento de soporte de la notificación |
| Los asesores de ventas realizan la planificación de sus rutas de visitas a clientes. Estos anotan en una bitácora, de manera diaria las rutas a seguir. | Registro en bitácora de la rutas de visitas al cliente |
| | Validación periódica de la información registrada en la hojas de ruta |
| Asesores de venta, al llegar donde clientes, comienzan a realizar la actividad de la negociación | Ejecutivos deben contar con credenciales para su identificación |
| | Políticas de negociación deben estar definidas y aprobadas |
| Los asesores de ventas anotan en el formulario de registro de pedidos los productos que son solicitados por su cliente. | Los formularios deben ser pre-numerados |
| | Control sobre block de formularios |
| | Formularios deben contar con la firma de autorización del cliente |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

| Actividades | Controles Internos |
|---|---|
| Los asesores en ventas, entregan los formularios de registros de pedidos elaborados durante el día a los ejecutivos comerciales | Registrar en bitácora los pedidos entregados Soportar entrega de la información vía correo electrónico |
| Ejecutivos comerciales proceden a la revisión de los datos entregados por los asesores en ventas | Validar el cumplimiento de las políticas requeridas en los formularios de órdenes de pedido |
| | El ejecutivo comercial procede a revisar la información y a verificar si existen inconsistencias. |
| | Finalizado el mes los ejecutivos comerciales descargan reporte de nuevos clientes para constatar que la información este completa |
| Asesores comerciales entregan informe de los resultados de las visitas efectuadas de acuerdo a la hoja de ruta asignada | Validación de la Hoja de Rutas versus las órdenes de pedido realizadas |
| Ejecutivos comerciales ingresan los datos para la generación de la orden de pedido | Se valida si el cliente está ingresado y activo, caso contrario se enviará al proceso de creación de cliente |
| | Validar la existencia de stock |
| | Validar políticas de ventas |
| | Validar políticas de créditos en los casos que se requiera |
| Revisión por parte del supervisor de venta de las órdenes de pedido ingresadas por los ejecutivos comerciales. | Validar la información generada de las órdenes de pedidos por un muestreo |
| Ejecutivos comerciales generan un reporte semanal sobre las visitas realizadas | Validar el cumplimiento de las políticas sobre visitas efectuadas |
| | Validar el cumplimiento de las políticas sobre ventas efectuadas |
| | Validar los niveles de productos con alto nivel de stock |
| | Validar los niveles de productos por caducarse |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Una vez definidos los controles internos que soportan la gestión del ingreso de las órdenes de pedidos, se analizó y definió los sistemas de información y tecnologías que soportan dicho proceso cuyo resultado lo detallamos:

Tabla 13. Controles Automatizados Órdenes de Pedidos

Proceso: Ordenes de Pedidos

Inicio: Consultar información en bases de datos sobre el stock de inventarios

Finalización: Ejecutivos comerciales generan un reporte semanal sobre las visitas realizadas

| Consultar información en bases de datos sobre el stock de inventarios | |
|---|--|
| 1 | Actividad efectuada por: Ejecutivos Comerciales |
| | Controles Internos |
| Controles automatizados | |
| | Ejecutivos comerciales tienen solo la opción de consulta de los pedidos, mas no de modificación ni de ingreso de datos |
| | El sistema computacional genera las bases de datos con los saldos actualizados de los inventarios. En los equipos Smartphone se habilita opción de poder consultar stock de los inventarios. |
| | Restringir el acceso a información crítica o no requerida para sus funciones |
| | Administración adecuada de los perfiles de seguridad del sistema computacional. Sistema computacional genere una alerta cuando un usuario intenta ingresar a opciones no autorizadas. Identificación de cuál es la información crítica en los sistema computacional y la implementación de controles de acceso a la misma para los usuarios. |
| | Evaluación de productos con niveles alto de inventario |
| | Sistema computacional generará alarmas (vía correo electrónico) de los productos con alto nivel de inventario. Sistema computacional generará alarmas (vía correo electrónico) de los productos que tengan el stock mínimo de inventario. |
| | Evaluación de productos por caducarse |
| | Sistema computacional generará alarmas (vía correo electrónico) de los productos por caducarse. |
| Ejecutivos comerciales proceden a descargar la información de las bases de inventarios | |
| 2 | Actividad efectuada por: Ejecutivos Comerciales |
| | Controles Internos |
| Controles automatizados | |
| | Revisiones periódicas de confiabilidad de la información |
| | Sistema computacional genera las bases de datos con los saldos actualizados de los inventarios. Sistema computacional genera alarmas cuando existan inconsistencias en la información. Se genera un registro en un archivo log, sobre la transacción efectuada para soporte de cualquier auditoría forense. |
| Los ejecutivos comerciales proceden a la debida notificación a los asesores comerciales de que la información se encuentra lista | |
| 3 | Actividad efectuada por: Ejecutivos Comerciales |
| | Controles Internos |
| Controles automatizados | |
| | Correo electrónico como elemento de soporte de la notificación |
| | El sistema computacional genera automáticamente la notificación a los asesores comerciales con la información El sistema computacional emitirá un reporte de las notificaciones efectuadas y novedades de la mismas. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Proceso: Ordenes de Pedidos (Cont.)

Inicio: Consultar información en bases de datos sobre el stock de inventarios

Finalización: Ejecutivos comerciales generan un reporte semanal sobre las visitas realizadas

| | | |
|----------|--|---|
| 4 | Los asesores de ventas realizan la planificación de sus rutas de visitas a clientes. Estos anotan en una bitácora, de manera diaria las rutas a seguir. | |
| | Actividad efectuada por: Ejecutivos Comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Registro en bitácora de la rutas de visitas al cliente | El Sistema computacional debe de generar automáticamente la hoja de ruta a través de mapas digitalizados para la optimización de los recursos. |
| | Validación periódica de la información registrada en la hojas de ruta | El vehículo o el celular del asesor de ventas estará integrado con el sistema computacional para validar que los asesores estén dentro de la ruta planificada. |
| | | El sistema de rastreo emitirá una alarma cuando el Asesor de ventas se sale de su ruta planificada. |
| 5 | Asesores de venta, al llegar donde cliente, comienzan a realizar la actividad de la negociación | |
| | Actividad efectuada por: Asesores Comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Ejecutivos deben contar con credenciales para su identificación | |
| | Políticas de negociación deben estar definidas y aprobadas | El asesor de ventas debe contar con un sistema computacional que le permita registrar la orden de pedido y garantizar el cumplimiento de las políticas definidas y aprobadas por la empresa |
| | | Cuando los parámetros de negociación están fuera de las políticas de la empresa, el sistema de computación instalado en sus equipos portables enviara un mail para conseguir la aprobación de un nivel superior y poder en ese momento cerrar la negociación. |
| 6 | Los asesores de ventas anotan en el formulario de registro de pedidos los productos que son solicitados por su cliente. | |
| | Actividad efectuada por: Asesores de venta | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Los formularios deben ser pre-numerados | Número único e irrepitible generado por el sistema computacional para la emisión del documento. Contar con un sistema computacional que tenga el formulario de registro de pedidos automatizados. |
| | Control sobre block de formularios | Parametrizar el número del formulario con el código de cada asesor de venta para que se pueda registrar el pedido |
| | Formularios deben contar con la firma de autorización del cliente | Parametrizar el número del formulario con el código de cada asesor de venta para que se pueda registrar el pedido |
| | | Contar con un sistema computacional que tenga el formulario de registro de pedidos automatizados. |
| | | En el formulario automatizado el cliente firmará usando un lápiz digital, y se procederá inmediatamente a enviar vía mail al cliente un copia del formulario firmado. |
| | | La información registrada en el formulario será enviada automáticamente por internet al ejecutivo comercial. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Proceso: Ordenes de Pedidos (Cont.)

Inicio: Consultar información en bases de datos sobre el stock de inventarios

Finalización: Ejecutivos comerciales generan un reporte semanal sobre las visitas realizadas

| | | |
|----|--|--|
| 7 | Los asesores en ventas, entregan los formularios de registros de pedidos elaborados durante el día a los ejecutivos comerciales | |
| | Actividad efectuada por: Asesores Comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Registrar en bitácora los pedidos entregados | Ya no aplica esta actividad por que se automatizó en el paso anterior |
| | Soportar entrega de la información vía correo electrónico | Ya no aplica esta actividad por que se automatizó en el paso anterior |
| 8 | Ejecutivos comerciales proceden a la revisión de los datos entregados por los asesores en ventas | |
| | Actividad efectuada por: Asesores Comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Validar el cumplimiento de las políticas requeridas en los formularios de órdenes de pedido | El sistema computacional deberá tener la encuesta de satisfacción del cliente, la misma que deberá ser enviada al cliente después de ingresar la orden de pedido para medir la atención con el cual fue atendido. |
| | El ejecutivo comercial procede a revisar la información y a verificar si existen inconsistencias. | El sistema computacional deberá estar enlazado con páginas como: Buró de crédito, Servicio de Rentas Internas, entre otras para la validación de datos. |
| | Finalizado el mes los ejecutivos comerciales descargan reporte de nuevos clientes para constatar que la información este completa | El sistema computacional de información conciliará con base en las políticas los documentos entregados y completados de los clientes. |
| 9 | Asesores comerciales entregan informe de las resultados de las visitas efectuadas de acuerdo a la hoja de ruta asignada | |
| | Actividad efectuada por: Asesores Comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Validación de la Hoja de Rutas versus las órdenes de pedido realizadas | El sistema computacional debe generar alertas cuando haya una desviación en las órdenes de registros generadas, con respecto a las rutas asignadas. El sistema computacional que elaboró las rutas generará un informe de las visitas planificadas versus las visitas efectuadas y resultados alcanzados. |
| 10 | Ejecutivos comerciales ingresan los datos para la generación de la orden de pedido | |
| | Actividad efectuada por: Ejecutivos Comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Se valida si el cliente está ingresado y activo, caso contrario se enviará al proceso de creación de cliente | El sistema computacional debe dar alertas cuando se intente dar créditos por encima de los aprobados previamente, para cuando se necesite aprobar dichas transacciones, se deberá contar con la autorización del cargo superior inmediato. |
| | Validar la existencia de stock | El sistema computacional debe de tener parametrizado reportes que concilien los saldos entre las bases de datos. |
| | Validar políticas de ventas | El sistema computacional deberá contar con cuestionarios o checklist de la información generada por los clientes, la misma que deberá mantenerse actualizada. Cuando a un cliente le falte un documento, este deberá de alertar al usuario para tomar los correctivos El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas automáticamente. |
| | Validar políticas de créditos en los casos que se requiera | Parametrizar en el sistema computacional periódicamente las políticas de créditos para cada cliente y evitar que puedan darse créditos no autorizados. El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas automáticamente. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Proceso: Ordenes de Pedidos (Cont.)

Inicio: Consultar información en bases de datos sobre el stock de inventarios

Finalización: Ejecutivos comerciales generan un reporte semanal sobre las visitas realizadas

| 11 | Revisión por parte del Supervisor de Venta de las órdenes de pedido ingresadas por los ejecutivos comerciales. | |
|----|---|--|
| | Actividad efectuada por: Supervisores en Venta - Ejecutivos comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Validar la información generada de las órdenes de pedidos por un muestreo | El sistema computacional de información deberá de soportar el cumplimiento de las políticas aplicadas por la compañía El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas automáticamente. |
| 12 | Ejecutivos comerciales generan un reporte semanal sobre las visitas realizadas | |
| | Actividad efectuada por: Ejecutivos Comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Validar el cumplimiento de las políticas sobre visitas efectuadas | El sistema computacional de información deberá de soportar el cumplimiento de las políticas aplicadas por la compañía y emitirá una alarma automáticamente cuando no se cumplan las mismas. |
| | Validar el cumplimiento de las políticas sobre ventas efectuadas | El sistema computacional de información deberá de soportar el cumplimiento de las políticas aplicadas por la compañía y emitirá una alarma automáticamente cuando no se cumplan las mismas. |
| | Validar los niveles de productos con alto nivel de stock | El sistema computacional de información deberá de soportar el cumplimiento de las políticas aplicadas por la compañía y emitirá una alarma automáticamente cuando no se cumplan las mismas. |
| | Validar los niveles de productos por caducarse | El sistema computacional de información deberá de soportar el cumplimiento de las políticas aplicadas por la compañía y emitirá una alarma automáticamente cuando no se cumplan las mismas. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

5.4. Despacho de pedidos

En el proceso de despacho de pedidos, indicaremos los debidos controles internos a utilizar en las actividades detalladas, de tal manera que ayuden a las empresas del sector industrial a un mejor funcionamiento de las mismas.

Tabla 14. Controles del Proceso de Despacho del Pedido

| Actividades | Controles Internos |
|---|---|
| El jefe de bodega coordina con el personal de bodega y personal de báscula a su cargo, que se debe de tomar los pesos de los camiones transportistas en las básculas antes de cargar la mercadería que será despachada. | Los pesos del camión son tomados en forma manual y son registrados en formatos pre <u>enumerados con fecha y hora</u> |
| | La empresa deberá determinar la documentación de control requerido: <u>Matrículas del Camión, Licencia del Conductor, etc.</u> |
| | La empresa definirá las políticas para aprobar el ingreso de camiones |
| Los ejecutivos de ventas proceden a entregar las órdenes de pedido a los despachadores y estos las asocian con las guías de pedidos | Los ejecutivos de venta proceden a notificar vía correo electrónico la entrega de los documentos <u>de órdenes de pedido</u> |
| | El despachador registra en bitácoras las órdenes <u>de pedido recibidas</u> |
| | Se constata que la información en la orden de pedido sea la misma que la <u>guía de pedido</u> |
| Asociados los documentos, los despachadores los entregan a los asistentes de bodega quienes proceden a la carga de los productos | Ubicar supervisores que vigilen el proceso de carga de la mercadería |
| Se llena el formulario donde se detallan los productos que fueron cargados al camión | El formulario es llenado por personal responsable <u>de la carga</u> |
| | Los formularios deben ser pre <u>enumerados</u> |
| | Revisión de la numeración secuencial de los <u>formularios</u> |
| | Debe de existir políticas de llenado del formulario de cargas al camión |
| El formulario es entregado al jefe de bodega para que proceda a dar de baja a los productos en el Sistema Computacional | Una vez ingresado los productos, el jefe de bodega imprime documento y compara de manera manual con el Kardex anterior; de esta manera, confirma la diferencia de productos que fue <u>cargada para el despacho</u> |
| Actividades | Controles Internos |
| Los despachadores proceden a generar las guías de despacho | La guía de despacho debe ser llenado por <u>personal responsable del despacho</u> |
| | Revisión de la numeración secuencial de las <u>guías de despacho</u> |
| | Debe de existir políticas de llenado de las <u>guías de despacho</u> |
| Cargados los productos al sistema el jefe de bodega, procede a revisar y a aprobar guía de despacho. El jefe de bodega aprueba la guía de despacho | <u>Cumplimiento de políticas de revisión</u> |
| | Revisión de los formularios de carga del camión y la guía de despacho con su respectiva <u>aprobación formal</u> |
| El jefe de bodega junto a los encargados de báscula revisan peso de los camiones con la mercadería cargada | Los pesos de los camiones son tomados de <u>forma manual y anotados en las bitácoras</u> |
| | La empresa definirá las políticas para <u>aprobar la salida de camiones</u> |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Una vez definidos los controles internos que soportan la gestión del despacho de pedidos, se analizó y definió los sistemas de información y tecnologías que soportan dicho proceso cuyo resultado lo detallamos:

Tabla 15. Controles Automatizados Despacho de Pedidos

Proceso: Despacho del Pedido

Inicio: Jefe de bodega coordina con su personal la toma de peso de camiones que transportarán mercadería

Finalización: Jefe de bodega junto a los administradores de despacho revisan el peso de los camiones con la

| | | |
|---|--|---|
| 1 | El jefe de bodega coordina con el personal de bodega y personal de báscula a su cargo, que se debe de tomar los pesos de los camiones transportistas en las básculas antes de cargar la mercadería que será despachada. | |
| | Actividad efectuada por: Jefe de Bodega | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Los pesos del camión son tomados en forma manual y son registrados en formatos pre enumerados con fecha y hora | El sistema computacional de pesaje de la báscula, deberá de estar enlazado con el sistema computacional principal de la compañía, y se deberán llevar los registros de manera automática. |
| La empresa deberá determinar la documentación de control requerido: Matrículas del Camión, Licencia del Conductor, etc. | La información sobre la documentación requerida estará escaneada e integrada con los sistemas computacionales. | |
| | Con el uso de tecnologías se validará la documentación registrada en el sistema versus los datos actuales y cualquier novedad se emitirá una alarma a los niveles adecuados. | |
| La empresa definirá las políticas para aprobar el ingreso de camiones | El sistema computacional de información debe soportar las políticas definidas por la empresa para esta actividad | |
| | El sistema emitirá una alarma cuando no se hayan cumplido políticas definidas por la empresa, las mismas que serán notificadas a las personas involucradas automáticamente. | |
| 2 | Los ejecutivos de ventas proceden a entregar las órdenes de pedido a los despachadores y estos las asocian con las guías de pedidos | |
| | Actividad efectuada por: Ejecutivos de ventas - Despachadores | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Los ejecutivos de venta proceden a notificar vía correo electrónico la entrega de los documentos de órdenes de pedido | El sistema computacional mantendrá un registro de las órdenes de pedido entregadas por los ejecutivos de venta y recibidas por los despachadores |
| El despachador registra en bitácoras las órdenes de pedido recibidas | El sistema computacional mantendrá un registro de las órdenes de pedido entregadas por los ejecutivos de venta y recibidas por los despachadores | |
| Se constata que la información en la orden de pedido sea la misma que la guía de pedido | El sistema computacional será capaz de arrojar un informe conciliatorio entre las órdenes de pedido y guías de despacho | |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Proceso: Despacho del Pedido (Cont.)

Inicio: Jefe de bodega coordina con su personal la toma de peso de camiones que transportarán mercadería

Finalización: Jefe de bodega junto a los administradores de despacho revisan el peso de los camiones con la

| | | |
|---|--|---|
| 3 | Asociados los documentos, los despachadores los entregan a los asistentes de bodega quienes proceden a la carga de los productos | |
| | Actividad efectuada por: Despachadores - Asistentes de bodega | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Ubicar supervisores que vigilen el proceso de carga de la mercadería | Tanto el proceso de despacho como de carga de los productos son grabados por cámaras de seguridad que se encuentran en las instalaciones de la empresa Durante el despacho, se deberá contar con lectores de barra inalámbricos, los mismos que se encargarán de decodificar el pallets que se carga al camión e ir dando de baja a los productos. |
| 4 | Se llena el formulario donde se detallan los productos que fueron cargados al camión | |
| | Actividad efectuada por: Asistentes de bodega | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | El formulario es llenado por personal responsable de la carga | El sistema computacional sólo permite que los formularios sean llenados por asistentes de bodega quienes deben ingresar con su respectivo usuario |
| | Los formularios deben ser pre enumerados | El sistema computacional emitirá automáticamente el formulario con la numeración respectiva evitando que se den saltos de secuencia |
| Revisión de la numeración secuencial de los formularios | El sistema computacional generará reportes de formularios ingresados. Dichos reportes deberán contener la secuencia numérica y usuario que ingresó | |
| Debe de existir políticas de llenado del formulario de cargas al camión | El sistema computacional tiene parametrizado formato de formulario para llenado | |
| 5 | El formulario es entregado al jefe de bodega para que proceda a dar de baja a los productos en el sistema computacional | |
| | Actividad efectuada por: Jefe de Bodega | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Una vez ingresado los productos, el jefe de bodega imprime documento y compara de manera manual con el Kardex anterior; de esta manera, confirma la diferencia de productos que fue cargada para el despacho | Se ingresan manualmente los productos salientes al sistema computacional pero este arrojará automáticamente el saldo permitiendo de esta manera validar el control interno |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Proceso: Despacho del Pedido (Cont.)

Inicio: Jefe de bodega coordina con su personal la toma de peso de camiones que transportarán mercadería

Finalización: Jefe de bodega junto a los administradores de despacho revisan el peso de los camiones con la

| Los despachadores proceden a generar las guías de despacho | | | | | | | | | |
|---|--|---------------------------|--------------------------------|---|--|---|---|---|--|
| 6 | Actividad efectuada por: Despachadores | | | | | | | | |
| | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Controles Internos</th> <th>Controles automatizados</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>La guía de despacho debe ser llenado por personal responsable del despacho</td> <td>El sistema computacional sólo permite que las guías de despacho sean llenados por despachadores quienes deben ingresar con su respectivo usuario</td> </tr> <tr> <td>Revisión de la numeración secuencial de las guías de despacho</td> <td>El sistema computacional generará reportes de guías de despacho. Dichos reportes deberán contener la secuencia numérica y usuario que ingresó</td> </tr> <tr> <td>Debe de existir políticas de llenado de las guías de despacho</td> <td>sistema computacional tiene parametrizado formato de guías de despacho</td> </tr> </tbody> </table> | Controles Internos | Controles automatizados | La guía de despacho debe ser llenado por personal responsable del despacho | El sistema computacional sólo permite que las guías de despacho sean llenados por despachadores quienes deben ingresar con su respectivo usuario | Revisión de la numeración secuencial de las guías de despacho | El sistema computacional generará reportes de guías de despacho. Dichos reportes deberán contener la secuencia numérica y usuario que ingresó | Debe de existir políticas de llenado de las guías de despacho | sistema computacional tiene parametrizado formato de guías de despacho |
| Controles Internos | Controles automatizados | | | | | | | | |
| La guía de despacho debe ser llenado por personal responsable del despacho | El sistema computacional sólo permite que las guías de despacho sean llenados por despachadores quienes deben ingresar con su respectivo usuario | | | | | | | | |
| Revisión de la numeración secuencial de las guías de despacho | El sistema computacional generará reportes de guías de despacho. Dichos reportes deberán contener la secuencia numérica y usuario que ingresó | | | | | | | | |
| Debe de existir políticas de llenado de las guías de despacho | sistema computacional tiene parametrizado formato de guías de despacho | | | | | | | | |
| 7 | <p>Cargados los productos al sistema el jefe de bodega, procede a revisar y a aprobar guía de despacho. El jefe de bodega aprueba la guía de despacho</p> <p>Actividad efectuada por: Jefe de Bodega</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Controles Internos</th> <th>Controles automatizados</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cumplimiento de políticas de revisión</td> <td>El sistema computacional mantiene políticas de revisión como soporte</td> </tr> <tr> <td>Revisión de los formularios de carga del camión y la guía de despacho con su respectiva aprobación formal</td> <td>El sistema computacional conciliará las cantidades de las órdenes de pedido con el formulario de carga de camiones y la guía de despacho, de haber diferencias el sistema computacional generará alertas para notificar las inconsistencias</td> </tr> </tbody> </table> | Controles Internos | Controles automatizados | Cumplimiento de políticas de revisión | El sistema computacional mantiene políticas de revisión como soporte | Revisión de los formularios de carga del camión y la guía de despacho con su respectiva aprobación formal | El sistema computacional conciliará las cantidades de las órdenes de pedido con el formulario de carga de camiones y la guía de despacho, de haber diferencias el sistema computacional generará alertas para notificar las inconsistencias | | |
| Controles Internos | Controles automatizados | | | | | | | | |
| Cumplimiento de políticas de revisión | El sistema computacional mantiene políticas de revisión como soporte | | | | | | | | |
| Revisión de los formularios de carga del camión y la guía de despacho con su respectiva aprobación formal | El sistema computacional conciliará las cantidades de las órdenes de pedido con el formulario de carga de camiones y la guía de despacho, de haber diferencias el sistema computacional generará alertas para notificar las inconsistencias | | | | | | | | |
| 8 | <p>el jefe de bodega junto a los encargados de báscula revisan peso de los camiones con la mercadería cargada</p> <p>Actividad efectuada por: Jefe de Bodega - Encargados de báscula</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Controles Internos</th> <th>Controles automatizados</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Los pesos de los camiones son tomados de forma manual y anotados en las bitácoras</td> <td> <p>El sistema computacional de pesaje de la báscula, deberá de estar enlazado con el sistema computacional principal de la compañía, y se deberán llevar los registros de manera automática.</p> <p>El sistema computacional deberá de lanzar alertas si los pesos de los camiones están fuera de los rangos permitidos por la compañía</p> <p>Sistema computacional de monitoreo satelital GPS para controlar ruta del camión y lo cruza con la ruta asignada</p> </td> </tr> <tr> <td>La empresa definirá las políticas para aprobar la salida de camiones</td> <td>El sistema computacional de información debe soportar las políticas definidas por la empresa para esta actividad</td> </tr> </tbody> </table> | Controles Internos | Controles automatizados | Los pesos de los camiones son tomados de forma manual y anotados en las bitácoras | <p>El sistema computacional de pesaje de la báscula, deberá de estar enlazado con el sistema computacional principal de la compañía, y se deberán llevar los registros de manera automática.</p> <p>El sistema computacional deberá de lanzar alertas si los pesos de los camiones están fuera de los rangos permitidos por la compañía</p> <p>Sistema computacional de monitoreo satelital GPS para controlar ruta del camión y lo cruza con la ruta asignada</p> | La empresa definirá las políticas para aprobar la salida de camiones | El sistema computacional de información debe soportar las políticas definidas por la empresa para esta actividad | | |
| Controles Internos | Controles automatizados | | | | | | | | |
| Los pesos de los camiones son tomados de forma manual y anotados en las bitácoras | <p>El sistema computacional de pesaje de la báscula, deberá de estar enlazado con el sistema computacional principal de la compañía, y se deberán llevar los registros de manera automática.</p> <p>El sistema computacional deberá de lanzar alertas si los pesos de los camiones están fuera de los rangos permitidos por la compañía</p> <p>Sistema computacional de monitoreo satelital GPS para controlar ruta del camión y lo cruza con la ruta asignada</p> | | | | | | | | |
| La empresa definirá las políticas para aprobar la salida de camiones | El sistema computacional de información debe soportar las políticas definidas por la empresa para esta actividad | | | | | | | | |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

5.5. Guía de remisión electrónica

En el proceso de guía de remisión electrónica, indicaremos los debidos controles internos a utilizar en las actividades detalladas, de tal manera que ayuden a las empresas del sector industrial a un mejor funcionamiento de las mismas.

Tabla 16. Controles del Proceso de la Emisión de la Guía de Remisión Electrónica

| Actividades | Controles Internos |
|--|---|
| Encargados de la báscula notifican a despachadores el peso exacto del transporte que llevará los productos al destino final | Se llena manualmente documento con especificaciones exactas del transporte |
| Luego de tener la información del peso de los transportes, los despachadores, ingresan los pesos de entrada y de salida del transporte en el sistema computacional. | Se mantiene una bitácora del peso de los camiones que posteriormente se ingresan al sistema computacional. |
| Despachadores proceden a enlazar los datos que fueron ingresados en la orden de pedido, para que se carguen los datos en las guías de remisión. | Las cantidades de los productos a despachar son ingresadas de manera manual y cruzadas como parte de la revisión |
| | Las guías de despacho son liberadas solo por los despachadores autorizados |
| Los despachadores proceden a asociar las guías de despacho con los documentos generados del Sistema computacional. | Conciliación manual y firma por parte del despachador autorizado de las guías de despacho con las guías de remisión generadas |
| | Revisión de las liberaciones efectuadas durante el día |
| | Las guías de remisión son generadas por los despachadores autorizados |
| Los despachadores proceden a cargar a la plataforma virtual que enlaza las bases de la compañía con el Sistema Computacional del SRI para la aprobación de los documentos. | Manejo de Usuarios y contraseñas por los despachadores autorizados |
| | Guías de remisión son impresas y enviadas a facturadores como respaldo de los productos a enviar |
| Autorizadas las guías de remisión por el Servicio de Rentas Internas, se proceden con el envío de las mismas a los clientes. | Se revisará en los mails recibidos de autorizaciones de guías de remisión que no existan saltos de secuencia |
| Los despachadores imprimen las copias de las guías las mismas que son entregadas a los transportistas para soporte a las entidades de control. | Las guías de remisión impresas son firmadas por el despachador y por el transportista. |
| | La compañía deberá tener la cantidad de copias necesarias para su soporte y control |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Una vez definidos los controles internos que soportan la gestión de la guía de remisión electrónica, se analizó y definió los sistemas de información y tecnologías que soportan dicho proceso cuyo resultado lo detallamos a continuación:

Tabla 17. Controles Automatizados Guía de Remisión Electrónicas

Proceso: Guía de Remisión Electrónica

Inicio: Encargados de la báscula notifican a despachadores el peso exacto del transporte que llevará los productos al destino final

Finalización: Autorizadas las guías de remisión por el Servicio de Rentas Internas, se proceden con el envío de

| | | |
|---|--|--|
| 1 | Encargados de la báscula notifican a despachadores el peso exacto del transporte que llevará los productos al destino final | |
| | Actividad efectuada por: Encargados de la báscula | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Se llena manualmente documento con especificaciones exactas del transporte | El sistema computacional deberá de lanzar alertas si los pesos de los camiones están fuera de los rangos permitidos por la compañía |
| 2 | Luego de tener la información del peso de los transportes, los despachadores, ingresan los pesos de entrada y de salida del transporte en el sistema computacional. | |
| | Actividad efectuada por: Despachadores | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Se mantiene una bitácora del peso de los camiones que posteriormente se ingresan al sistema computacional. | El sistema computacional deberá de lanzar alertas si los pesos de los camiones están fuera de los rangos permitidos por la compañía |
| 3 | Despachadores proceden a enlazar los datos que fueron ingresados en la orden de pedido, para que se carguen los datos en las guías de remisión. | |
| | Actividad efectuada por: Despachadores | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Las cantidades de los productos a despachar son ingresadas de manera manual y cruzadas como parte de la revisión | Al ingresar las cantidades de los productos despachados el sistema computacional generará una alarma en caso de no conciliar con las órdenes de pedido. |
| | Las guías de despacho son liberadas solo por los despachadores autorizados | El sistema computacional sólo permite que las guías de despacho sean ingresadas por despachadores autorizados quienes deben ingresar con su respectivo usuario |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Proceso: Guía de Remisión Electrónica (Cont.)**Inicio:** Encargados de la báscula notifican a despachadores el peso exacto del transporte que llevará los**Finalización:** Autorizadas las guías de remisión por el Servicio de Rentas Internas, se proceden con el envío de

| | | |
|---|---|--|
| 4 | Los despachadores proceden a asociar las guías de despacho con los documentos generados del sistema computacional. | |
| | Actividad efectuada por: Despachadores | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Conciliación manual y firma por parte del despachador autorizado de las guías de despacho con las guías de remisión generadas | El sistema computacional generará reportes de guías de despacho. Dichos reportes deberán contener la secuencia numérica y usuario que ingresó |
| | Revisión de las liberaciones efectuadas durante el día | El sistema computacional deberá conciliar que las cantidades emitidas en las guías de despacho sean iguales a las liberaciones del día. |
| | Las guías de remisión son generadas por los despachadores autorizados | El sistema computacional generará una alerta cuando un usuario intenta ingresar a opciones no autorizadas |
| 5 | Los despachadores proceden a cargar a la plataforma virtual que enlaza las bases de la compañía con el Sistema Computacional del SRI para la aprobación de los documentos. | |
| | Actividad efectuada por: Despachadores | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Manejo de Usuarios y contraseñas por los despachadores autorizados | El sistema computacional validará algoritmos de los números de RUC o CI que han sido ingresados |
| | Guías de remisión son impresas y enviadas a facturadores como respaldo de los productos a enviar | Llegará un correo al usuario que ingresa las guías cuando estas hayan sido aprobadas por el SRI |
| 6 | Autorizadas las guías de remisión por el Servicio de Rentas Internas, se proceden con el envío de las mismas a los clientes. | |
| | Actividad efectuada por: Despachadores | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Se revisará en los mails recibidos de autorizaciones de guías de remisión que no existan saltos de secuencia | El sistema computacional debe generar un reporte indicando a qué clientes no les llegó su comprobante electrónico para poder contactarse con el mismo y remitirle a otro correo el comprobante |
| 7 | Los despachadores imprimen las copias de las guías las mismas que son entregadas a los transportistas para soporte a las entidades de control. | |
| | Actividad efectuada por: Despachadores | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Las Guías de remisión impresas son firmadas por el despachador y por el transportista. | |
| | La compañía deberá tener la cantidad de copias necesarias para su soporte y control | El sistema computacional deberá de archivar de manera automatizada. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

5.6. Emisión de la factura electrónica

En el proceso de facturación electrónica, indicaremos los debidos controles internos a utilizar en las actividades detalladas, de tal manera que ayuden a las empresas del sector industrial a un mejor funcionamiento de las mismas.

Tabla 18. Controles del Proceso de Emisión de la Factura Electrónica

| Actividades | Controles Internos |
|---|--|
| Generada la guía de remisión se libera orden de facturación en el sistema computacional | Se verificará que todas las guías de remisión hayan sido autorizadas por el SRI |
| | Se verificará que no existan saltos de secuencias en las numeraciones de las guías de remisión |
| Una vez que la orden es liberada, los facturadores proceden a relacionar los datos de las ordenes de pedido con las facturas | Revisión y cruce factura por factura para constatar los productos despachados |
| Determinado el respectivo cruce, los facturadores proceden a generar las facturas en el sistema computacional | Sólo facturadores pueden generar facturas en el sistema computacional |
| | Facturas son impresas, revisadas y archivadas como parte del respaldo de lo vendido y entregado |
| Generadas las facturas, los facturadores son los encargados de subir estas facturas a las bases de la plataforma que enlaza con el Servicio de Rentas Internas (SRI). | Facturadores llevan un registro manual de lo ingresado a la plataforma del SRI |
| | Manejo de Usuarios y contraseñas por los facturadores autorizados |
| Las facturas autorizadas son enviadas a los clientes | Facturadores contactan al cliente vía telefónica para confirmar la recepción del documento |
| | Se revisará en los mails recibidos de autorizaciones de guías de remisión que no existan saltos de secuencia |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Una vez definidos los controles internos que soportan la gestión de la facturación electrónica, se analizó y definió los sistemas de información y tecnologías que soportan dicho proceso cuyo resultado lo detallamos a continuación:

Tabla 19. Controles Automatizados Facturación Electrónica

Proceso: Emisión de la factura electrónica

Inicio: Para iniciar el proceso, empezamos con la liberación de la orden de pedido para la facturación una vez que es generada la guía de remisión por el sistema computacional.

Finalización: Una vez aprobadas las facturas, son enviadas al cliente para su respectiva constancia, archivos y otros procesos posteriores a seguir.

| | | |
|---|--|--|
| 1 | Generada la guía de remisión se libera orden de facturación en el sistema computacional | |
| | Actividad efectuada por: Facturadores | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Se verificará que todas las guías de remisión hayan sido autorizadas por el SRI | El sistema computacional debe generar un reporte indicando a qué clientes no les llegó su comprobante electrónico para poder contactarse con el mismo y remitirle a otro correo el comprobante |
| | Se verificará que no existan saltos de secuencias en las numeraciones de las guías de remisión | El sistema computacional debe generar un reporte indicando a qué clientes no les llegó su comprobante electrónico para poder contactarse con el mismo y remitirle a otro correo el comprobante |
| 2 | Una vez que la orden es liberada, los facturadores proceden a relacionar los datos de las ordenes de pedido con las facturas | |
| | Actividad efectuada por: Facturadores | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Revisión y cruce factura por factura para constatar los productos despachados | El sistema computacional genera el registro de las órdenes de pedido entregadas por los vendedores |
| 3 | Determinado el respectivo cruce, los facturadores proceden a generar las facturas en el Sistema | |
| | Actividad efectuada por: Facturadores | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Sólo facturadores pueden generar facturas en el sistema computacional | El sistema computacional sólo permite que las facturas sean llenados por facturadores quienes deben ingresar con su respectivo usuario. |
| | Facturas son impresas, revisadas y archivadas como parte del respaldo de lo vendido y entregado | El sistema computacional computaciones genera los XML de las facturas y mantiene un backup de los documentos físicos. |
| 4 | Generadas las facturas, los facturadores son los encargados de subir estas facturas a las bases de la plataforma que enlaza con el Servicio de Rentas Internas (SRI). | |
| | Actividad efectuada por: Facturadores | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Facturadores llevan un registro manual de lo ingresado a la plataforma del SRI | El sistema computacional validará algoritmos de los números de RUC o CI que han sido ingresados. |
| | Manejo de Usuarios y contraseñas por los facturadores autorizados | Llegará un correo al usuario que ingresa las facturas cuando estas hayan sido aprobadas por el SRI. |
| 5 | Las facturas autorizadas son enviadas a los clientes | |
| | Actividad efectuada por: Facturadores | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Facturadores contactan al cliente vía telefónica para confirmar la recepción del documento | El sistema computacional debe generar un reporte indicando a cuales clientes no les llegó su comprobante electrónico para poder contactarse con el mismo y remitirle a otro correo el comprobante. |
| | Se revisará en los mails recibidos de autorizaciones de guías de remisión que no existan saltos de secuencia | El sistema computacional debe generar un reporte indicando a cuales clientes no les llegó su comprobante electrónico para poder contactarse con el mismo y remitirle a otro correo el comprobante. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

5.7. Devoluciones, cambios de productos y notas de crédito

En el proceso de devoluciones, cambios de productos y notas de crédito, especificaremos los controles internos que las empresas del sector industrial necesitan aplicar dentro del proceso en mención para mantener un mejor control y disminuir riesgos.

Tabla 20. Controles del proceso devoluciones, cambios en mercadería y notas de crédito

| Actividades | Controles Internos |
|--|---|
| Los ejecutivos comerciales reciben los reclamos de los clientes en caso de existir | Ejecutivos comerciales llevan fichas de control sobre los reclamos atendidos |
| Los ejecutivos comerciales llenan los debidos formularios de reclamo por mercadería mal entregada o por mercadería en mal estado, esto a su vez llevan una ficha de los reclamos atendidos. | Cada ejecutivo comercial mantiene un respaldo digital y físico de los formularios llenados |
| | Los formularios de reclamos son numerados y su formato es revisado periódicamente por el jefe del departamento de calidad |
| Se procede a notificar al departamento de control de calidad para que asigne a un delegado del departamento de calidad para que realice la visita al cliente. | Departamento de calidad guarda también una copia de los formularios y los clasifica por motivo de reclamos efectuados (mercadería en mal estado, error en envío de productos, etc.) |
| El delegado del departamento de Control de Calidad revisa la mercadería que se encuentra en las bodegas del cliente, y posteriormente emite un informe sobre las observaciones de la mercadería. Departamento de calidad revisa reclamos y emite informe de observaciones. | El informe es firmado por los delegados |
| | Conciliación mensual de los reclamos recibidos |
| Listo el informe, se notifica al supervisor de venta y facturadores para emitir nota de crédito. Departamento de calidad revisa reclamos y emite informe de observaciones. | Supervisores de venta firman reporte de cuántos informes de reclamos les son entregados por el departamento de calidad. |
| | Supervisor de venta revisa informes de reclamos y autoriza a facturadores para emisión de nota de crédito. |
| Facturadores ingresan al sistema computacional datos sobre el cliente y productos que serán devueltos | Los facturadores llevan un registro manual de cada reclamo o devoluciones que se realizan en el mes. |
| Se generan las bases que se cargan a la plataforma que enlaza con la página del SRI y posterior a la carga se esperan las debidas autorizaciones y luego enviar a los clientes. | Facturadores llevan un registro manual de lo ingresado a la plataforma del SRI |
| | Manejo de Usuarios y contraseñas por los facturadores autorizados |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Una vez definidos los controles internos que soportan la gestión de las devoluciones, cambios de productos y notas de créditos, se analizó y definió los sistemas de información y tecnologías que soportan dicho proceso cuyo resultado lo detallamos a continuación:

Tabla 21. Controles Automatizados Devoluciones, cambios de productos y notas de crédito

Proceso: Devoluciones, cambios de productos y notas de crédito

Inicio: Para iniciar, los clientes realizan su reclamo a los ejecutivos comerciales, este reclamo puede ser de manera telefónica, mediante correo electrónico, o el cliente se acerca y notifica a los asesores de ventas.

Finalización: Terminado el ingreso de estos datos, se generan las bases que se cargan a la plataforma que enlaza con la página del SRI y posterior a la carga se esperan las debidas autorizaciones y luego enviar a los

| | | |
|----------|---|--|
| 1 | Los ejecutivos comerciales reciben los reclamos de los clientes en caso de existir | |
| | Actividad efectuada por: Ejecutivos comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Ejecutivos comerciales llevan fichas de control sobre los reclamos atendidos | El sistema computacional deberá tener la encuesta de satisfacción del cliente, la misma que deberá ser enviada al cliente después de facturada la orden para medir su satisfacción y/o conocer de algún reclamo. |
| 2 | Los ejecutivos comerciales llenan los debidos formularios de reclamo por mercadería mal entregada o por mercadería en mal estado, esto a su vez llevan una ficha de los reclamos atendidos. | |
| | Actividad efectuada por: Ejecutivos comerciales | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Cada ejecutivo comercial mantiene un respaldo digital y físico de los formularios llenados | Sistema computacional tiene parametrizado formato de formulario. |
| | Los formularios de reclamos son numerados y su formato es revisado periódicamente por el jefe del departamento de calidad | Sistema computacional deberá arrojar automáticamente el número secuencial de los formularios de reclamos. |
| 3 | Se procede a notificar al departamento de control de calidad para que asigne a un delegado del departamento de calidad para que realice la visita al cliente. | |
| | Actividad efectuada por: Ejecutivos comerciales - Departamento de calidad | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Departamento de calidad guarda también una copia de los formularios y los clasifica por motivo de reclamos efectuados (mercadería en mal estado, error en envío de productos, etc.) | Sistema computacional envía automáticamente una copia de los formularios de reclamos vía correo electrónico a los encargados del departamento de calidad |
| 4 | El delegado del departamento de Control de Calidad revisa la mercadería que se encuentra en las bodegas del cliente, y posteriormente emite un informe sobre las observaciones de la mercadería. Departamento de calidad revisa reclamos y emite informe de observaciones. | |
| | Actividad efectuada por: Departamento de calidad | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | El informe es firmado por los delegados | |
| | Conciliación mensual de los reclamos recibidos | Sistema computacional arroja reporte estadístico de reclamos recibidos y los clasifica por motivos. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

Proceso: Devoluciones, cambios de productos y notas de crédito (Cont.)

Inicio: Para iniciar, los clientes realizan su reclamo a los ejecutivos comerciales, este reclamo puede ser de

Finalización: Terminado el ingreso de estos datos, se generan las bases que se cargan a la plataforma que enlaza con la página del SRI y posterior a la carga se esperan las debidas autorizaciones y luego enviar a los

| | | |
|---|--|---|
| 5 | Listo el informe, se notifica al supervisor de venta y facturadores para emitir nota de crédito departamento de calidad revisa reclamos y emite informe de observaciones. | |
| | Actividad efectuada por: Supervisor de ventas - Facturadores | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Supervisores de venta firman reporte de cuántos informes de reclamos les son entregados por el departamento de calidad. | El sistema computacional deberá contar con la opción de enviar los checklist a los supervisores de ventas. |
| | Supervisor de venta revisa informes de reclamos y autoriza a facturadores para emisión de nota de crédito. | El sistema computacional deberá contar con la opción de enviar los checklist a los supervisores de ventas. |
| 6 | Facturadores ingresan al sistema computacional datos sobre el cliente y productos que serán devueltos | |
| | Actividad efectuada por: Facturadores | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Los facturadores llevan un registro manual de cada reclamo o devoluciones que se realizan en el mes. | El sistema computacional emite reporte mensual de todas las devoluciones o reclamos recibidos en el mes. |
| 7 | Se generarán las bases que se cargan a la plataforma que enlaza con la página del SRI y posterior a la carga se esperan las debidas autorizaciones y luego enviar a los clientes. | |
| | Actividad efectuada por: Facturadores | |
| | Controles Internos | Controles automatizados |
| | Facturadores llevan un registro manual de lo ingresado a la plataforma del SRI | El sistema computacional únicamente permitirá la elaboración de notas de crédito que se encuentren atadas a un número de formulario de reclamo. |
| | Manejo de usuarios y contraseñas por los facturadores autorizados | El sistema computacional validará algoritmos de los números de RUC o CI que han sido ingresados. Llegará un correo al usuario que ingresa las facturas cuando estas hayan sido aprobadas por el SRI. |

Elaborado por: Karla García Orozco y Emilio Fierro Vivas

CAPITULO 6: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIÓN

La actividad industrial es vital en la economía de un país y en Ecuador no ha sido la excepción. El término industria se ve comúnmente relacionado a la transformación de la materia prima mediante una serie de procesos que nos lleva a obtener un producto final para el consumo.

Los controles internos pueden definirse como el conjunto de actividades que sirven para dar cumplimiento a las políticas internas en las empresas industriales, y de esta manera asegurar la integridad y confiabilidad de la información y poder asegurar una correcta toma de decisiones.

Las empresas del sector industrial se han visto en la obligación de implementar sistemas de información para la optimización de recursos y mejora continua.

Como resultado del trabajo de investigación efectuada, podemos definir que los principales procesos requeridos en el registro de los ingresos en las empresas del sector industrial son: captación de los clientes, creación de los nuevos clientes, ingreso de orden de pedido, despacho del pedido, emisión de guías de remisión electrónicas y facturas electrónicas; así como, de notas de crédito o débito de ser el caso.

Los beneficios que obtienen las empresas del sector industrial al identificar los procesos correctos para registrar sus ingresos son significativos; y si los mismos están soportados por controles internos automatizados que apoyaran a las empresas industriales a mejores tomas de decisiones, alcanzar un mayor nivel optimización de sus recursos, y apoyará en la competitividad, ya que de ellos, depende principalmente la permanencia de las empresas industriales a lo largo del tiempo (principio de empresa en marcha).

6.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda a las diferentes empresas, independientemente del sector económico al que pertenecen:

Identificar cuidadosamente las actividades que deben llevarse a cabo en cada uno de los procesos definidos en el ciclo contable. Así mismo, evaluar eficientemente los controles internos que se aplicarán en estas actividades para garantizar un adecuado cumplimiento de las mismas alineadas a las políticas establecidas por la empresa.

Como respuesta a los enormes cambios sufridos por el mercado en los últimos años con la incorporación de tecnologías informáticas que facilitarán la administración de los datos y con el fin de ofrecer mejoras en la toma de decisiones gerenciales, en la actualidad todas las empresas requieren de la implementación de un sistema de información que colabore con los procesos de gestiones empresariales y soporten los controles internos definidos.

Es fundamental evaluar las técnicas actuales y la tecnología aprovechable para desarrollar sistemas que brinden eficiencia y eficacia de la gestión de la información relevante con el fin de mejorar la productividad y el rendimiento.

La implementación de sistemas de información en una empresa, ofrecen la posibilidad de obtener grandes ventajas, acrecentar la capacidad de organización de la empresa, y tornar de esta manera los procesos a una verdadera competitividad.

El presente trabajo investigativo está recomendado a tres grandes grupos dentro de la sociedad, las cuales son:

- 1 Está enfocado para que las empresas que se encuentran dentro del sector industrial, tomen este trabajo como soporte o guía para la optimización de sus controles internos por medio de la tecnología y de los sistemas de información.
- 2 Este material puede ser utilizado como parte de material de estudio dentro de las clases de Auditoría de Sistemas o Sistemas de Información como refuerzo a lo aprendido en clases.
- 3 Para los auditores profesionales que se encuentran laborando en el ámbito de auditoría de sistemas, de tal forma este trabajo investigativo lo pueden utilizar como respaldo o guía de los procesos y actividades a seguir en cualquier empresa del sector industrial.

Bibliografía

- Arens, A. A., Elder, R. J., & Beasley, M. S. (2007). *Auditoría Un Enfoque Integral*. México: Pearson Education, Inc.
- Auditoría y Seguridad Informática (ASI). (s.f.). *Auditoría de Sistemas de Información*. Obtenido de <http://www.auditoria.com.mx/auditoria-de-sistemas-de-informacion>
- EcuRed. (s.f.). Obtenido de http://www.ecured.cu/Auditor%C3%ADa_de_sistemas
- Gerencie.Com. (10 de 09 de 2008). *Auditoría de sistemas de información*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/auditoria-de-sistemas-de-informacion.html>
- IFAC, F. I. (2010). *Normas Internacionales de Auditoría y Control de Calidad*. México: Edilberto Calvillo Sánchez.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing. Versión para Latinoamérica Decimo Primera edición*. Mexico: Prentice Hall, Inc.
- Laudon C., K., & Laudon P., J. (2012). *Sistemas de Información Gerencial*. México: Pearson Education.
- Muñoz Razo, C. (2002). *Auditoría en Sistemas Computacionales*. México: Pearson Education.
- Negocios, E. (2015). La Industria. *Ekos*, 130.
- Santana Roldán, Carlos. (s.f.). *¿Qué es una auditoría informática?* Obtenido de CodeJobs: <https://www.codejobs.biz/es/blog/2013/02/25/que-es-una-auditoria-informatica>



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, García Orozco Karla Daniella, con C.C: # 0921011367 autora del trabajo de titulación: Propuesta de control interno soportada por controles automatizados en sus sistemas de información para el área de ingresos en empresas del sector industrial previo a la obtención del título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, marzo del 2016

f. _____
Nombre: García Orozco Karla Daniella
C.C: 0921011367



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Fierro Vivas Emilio Alexander, con C.C: # 0931177729 autora del trabajo de titulación: Propuesta de control interno soportada por controles automatizados en sus sistemas de información para el área de ingresos en empresas del sector industrial previo a la obtención del título de **INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, marzo del 2016

f. _____
Nombre: Fierro Vivas Emilio Alexander
C.C: 0931177729

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

| | | | |
|--|---|--|-----|
| TÍTULO: | Propuesta de Control Interno Soportada por Controles Automatizados en Sus Sistemas de Información para el Área de Ingresos en Empresas del Sector Industrial. | | |
| AUTOR(ES) (apellidos/nombres): | García Orozco, Karla Daniella Fierro Vivas, Emilio Alexander | | |
| TUTOR (apellidos/nombres): | Barberán Arboleda, Patricio Rubén | | |
| INSTITUCIÓN: | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil | | |
| FACULTAD: | Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas | | |
| CARRERA: | Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA | | |
| TÍTULO OBTENIDO: | Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA | | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: | Marzo del 2016 | No. DE PÁGINAS: | 120 |
| ÁREAS TEMÁTICAS: | Sistemas de Información, Control Interno, Área de Ingresos | | |
| PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS: | SECTOR INDUSTRIAL, CONTROL INTERNO, CONTROLES AUTOMATIZADOS, SISTEMAS DE INFORMACION, INGRESOS | | |
| RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): | | | |
| <p>La presente investigación se enfoca en proporcionar controles internos integrados con controles automatizados en los sistemas de información enfocados para el área de ingresos de una empresa industrial; considerando que dicha área es donde se generan los ingresos de la compañía, elemento fundamental para la estabilidad de la misma. El sector industrial en el Ecuador, después del comercio, es uno de los sectores económicos más importantes ya que es el que más aporta al producto interno bruto, con lo cual participa activamente en la economía en el país. Frente a lo expuesto anteriormente, muchas empresas industriales en el Ecuador se han visto en la obligación de implementar los controles internos definidos en sus sistemas de información de forma que estos, apoyen el desarrollo de sus actividades y procesos; lo cual, brinda una mayor confianza de que los resultados financieros de la compañía no se encuentran sesgados.</p> | | | |
| ADJUNTO PDF: | <input checked="" type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO | |
| CONTACTO CON AUTOR/ES: | Teléfono: +593-987690412 / 986597206 | E-mail: karladaniellag@outlook.com / emilio_fierro_v@hotmail.com | |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN: | Nombre: Barberán Arboleda, Patricio Rubén | | |
| | Teléfono: +593- 992091581 | | |
| | E-mail: patriciobarbera@hotmail.com | | |
| SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA | | | |
| Nº. DE REGISTRO (en base a datos): | | | |
| Nº. DE CLASIFICACIÓN: | | | |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web): | | | |