



**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

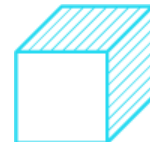
**“PLAN DE MEJORA PARA LOS PROCESOS DE
AUDITORÍA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN
LA EMPRESA INCIDE ECONÓMICO SOCIAL S.A.C.”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE INGENIERO INDUSTRIAL**

**PRESENTADO POR LA BACHILLER
MARIA DEL PILAR VALVERDE REYES**

**ASESOR
MG. ING. ROGELIO ALEXSANDER LOPEZ RODAS**

LIMA – PERÚ, ABRIL 2022



DEDICATORIA

Dedico a mi Maestro Daisaku Ikeda por enseñarme la filosofía de vida de perseverar ante cualquier obstáculo.

Dedico a mis padres Humberto y Esperanza por darme la vida, por brindarme cada día su amor, consejos y apoyo incondicional en todo momento.

Dedico a mi Novio William por su confianza, amor y comprensión.

Dedico a mi hermano y familia por confiar siempre que lo lograría.





AGRADECIMIENTO

Mi gratitud a mi Maestro Daisaku Ikeda, por sus grandes enseñanzas de vida.

Mi gratitud a mis padres Humberto y Esperanza, que con su demostración de padres ejemplares me han enseñado a no rendirme ante nada y siempre perseverar.

Mi gratitud a mi novio William, por acompañarme durante todo este arduo camino y compartir mis victorias y tropiezos.

Mi gratitud a mi hermano Luis y familia, que siempre confiaron que lograría alcanzar mis metas.

Mi gratitud a mi maestro Mg. Ing. Rogelio Alexander López Rodas, por su valiosa guía y asesoramiento a la realización de la misma.





INTRODUCCIÓN

La empresa Incide Económico Social S.A.C., ofrece a sus clientes el servicio de auditoría de productos de consumo masivo, el cual es muy especializado y dirigido principalmente a empresas comerciales y de retail. El sector de servicios y consultoría es muy competitivo, pues existen grandes empresas con una amplia presencia en el mercado y diversidad de servicios complementarios, que obligan a las medianas empresas como esta a mantener como parte de su identidad la constante mejora de la calidad y valor agregado que aportan sus servicios.

Ante esta realidad, es que el presente trabajo de suficiencia profesional busca dar un aporte a esta empresa a través de un plan de mejora para los procesos de auditoría de consumo masivo, lo cual coadyuve a que la organización consiga mejores estándares de calidad, aumento de especialización y mayor presencia en el mercado.

En el capítulo I: “Generalidades de la empresa o entidad”, se procederá a exponer los principales antecedentes de la empresa y datos relevantes para conocerla, como su ubicación, identificación y momento de inicio de funcionamiento. Así también, se señalará cual es el perfil con que cuenta la empresa y las actividades que son parte de su operación, de tal forma describiendo cual es su misión, visión y objetivo como organización, para finalizar con una descripción de su entorno.

Por su parte, en el capítulo II: “Realidad problemática”, se desarrollará el contexto que representa la realidad problemática que se pretende mejorar en este trabajo, para luego de ello realizar un análisis preciso del problema objeto de estudio identificado y concluyendo con el planteamiento de el objetivo general y los objetivos específicos que servirán como guía en todo el desarrollo del trabajo.

En el capítulo III, “Desarrollo del proyecto”, se abordó la descripción y desarrollo del proceso a desarrollar, dentro de lo cual se trataron antecedentes del trabajo, conceptos vinculados a la auditoría, las fases de un proceso de auditoría, el diagnóstico de los procesos de auditoría de productos de consumo masivo y el plan de mejora de este proceso. Asimismo, se formularon las conclusiones y recomendaciones producto de este trabajo.





Finalmente, en el capítulo IV titulado “Referencias bibliográficas”, se recopilieron las citas de la doctrina utilizada y en el capítulo V denominado “Glosario de Términos”, se desarrollaron los conceptos necesarios para entender la terminología de este trabajo.





RESUMEN

Este trabajo se ha realizado con el objetivo de implementar un plan de mejora para los procesos de auditoría de productos de consumo masivo de la empresa Incide Económico Social S.A.C., realizando para ello el análisis y diagnóstico actual de los procesos de auditoría de productos de consumo masivo de la empresa, la formulación de un plan de mejora para este proceso y el establecimiento de procedimientos para la calidad en la estandarización de los informes producto de este servicio.

En ese sentido, se identificaron como principales falencias de la empresa que no existe un proceso de planificación de las auditorías, lo que genera que muchos comerciantes rechacen ser auditados, y que no existe una estandarización y aseguramiento de la calidad de los informes emitidos producto de las auditorías.

Luego de elaborar el plan de mejora, que se efectivizó en un manual para el proceso de auditoría de productos de consumo masivo, se concluyó que esta es una herramienta útil y valiosa para el crecimiento de la empresa, para su mejora continua y para el aseguramiento de la realización de una auditoría e informe de calidad, que genere confianza en los clientes respecto al servicio prestado.





ABSTRACT

This work has been carried out with the aim of implementing an improvement plan for the auditing processes of mass consumer products of the company Incide Economico Social SAC, carrying out the current analysis and diagnosis of the auditing processes of mass consumer products of the company, the formulation of an improvement plan for this process and the establishment of procedures for quality in the standardization of the reports produced by this service.

As a result, the main weaknesses of the company were identified as the absence of a planning process for audits, which means that many merchants refuse to be audited, and that there is no standardization and quality assurance of the reports issued as a result of the audits.

After preparing the improvement plan, which was made effective in a manual for the auditing process of mass consumer products, it is concluded that this is a useful and valuable tool for the growth of the company, for its continuous improvement and for the assurance of conducting an audit and quality report, which generates trust in customers regarding the service provided.





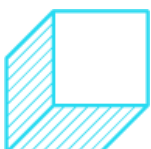
TABLA DE CONTENIDO

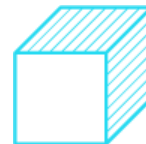
DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
INTRODUCCIÓN	II
RESUMEN	IV
ABSTRACT	V
TABLA DE CONTENIDO.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
ÍNDICE DE FIGURAS	X
ÍNDICE DE ANEXOS	XI
CAPÍTULO I.....	1
GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	1
1.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA	1
1.2. PERFIL DE LA EMPRESA.....	1
1.3. ACTIVIDADES DE LA EMPRESA	2
1.3.1. Misión	2
1.3.2. Visión	2
1.3.3. Objetivo.....	2
1.4. ORGANIZACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA.....	2
1.5. DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DE LA EMPRESA.....	5
CAPÍTULO II.....	7
REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	7
2.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	7
2.2. ANÁLISIS DEL PROBLEMA	7





2.3.	OBJETIVO DEL PROYECTO	8
2.3.1.	Objetivo General	8
2.3.2.	Objetivos Específicos.....	8
CAPÍTULO III	9
DESARROLLO DEL PROYECTO	9
3.1.	DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO DEL PROCESO.....	9
3.1.1.	Antecedentes de investigación	9
3.1.2.	Conceptos de auditoría	11
3.1.3.	Fases de un proceso de auditoría.....	12
3.1.4.	Papeles de trabajo	14
3.1.5.	Tipos de pruebas de auditoría	14
3.1.6.	Particularidades de los inventarios	15
3.1.7.	Análisis de diagnóstico de los procesos de auditoría.....	17
3.1.8.	Plan de mejora del proceso de auditoria.....	18
3.2.	DESARROLLO DEL PROYECTO.....	22
3.2.1.	Etapa planificación.....	22
3.2.2.	Fases de la contratación.....	22
3.2.3.	Estrategias para conseguir la contratación	23
3.2.4.	Aspectos a explicar a los comerciantes	23
3.3.	ETAPA DE EJECUCIÓN.....	25
3.3.1.	Proceso de toma de inventarios.....	25
3.3.2.	Proceso de recopilación de información de compras.....	34
3.4.	ETAPA DE INFORME DE RESULTADOS.....	41
3.5.	CONCLUSIONES	46





3.6. RECOMENDACIONES	47
CAPÍTULO IV	48
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48
CAPÍTULO V	49
GLOSARIO DE TÉRMINOS	49
CAPÍTULO IV	51
ANEXOS	51





ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Lista de Trabajadores de la Empresa Incide Económico Social S.A.C.	4
Tabla 2 Matriz FODA de la Empresa Incide Económico Social S.A.C.	6
Tabla 3 La Buena Gestión de los Inventarios	15
Tabla 4 Manual del Procesos de Auditoría	19
Tabla 5 Ejemplos de Marca de Productos Masivos	26
Tabla 6 Formato Para Compras sin Documentos	37





ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama de la Empresa Incide Económico Social S.A.C.	5
Figura 2 Fases del Proceso de Realización de la Auditoría Interna	14
Figura 3 Ejemplo de Registro de Marca y Submarca en Producto de Lavado	28
Figura 4 Ejemplo de Registro de Marca y Submarca Para Cuidado Personal	28
Figura 5 Ejemplo de Registro de Marca y Submarca en Golosina	29
Figura 6 Ejemplo de Registro de Marca y Submarca de Consumo Esencial	29
Figura 7 Información Recogida de la Toma de Inventario a una Golosina	30
Figura 8 Información Recogida Producto de la Toma de Inventario a una Bebida..	30
Figura 9 Esquema Para Identificación de Condiciones Especiales.....	33
Figura 10 Ejemplo de Orden de Compra.....	35
Figura 11 Ejemplo de Factura	35
Figura 12 Ejemplo de Nota de Venta.....	36
Figura 13 Ejemplo de Compra no Documentadas o Anotadas.....	36
Figura 14 Proceso de Revision del Cuadernillo de Proveedores	41
Figura 15 Flujograma de AI de Productos de Consumo Masivo	45





ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Objetivos de la Auditoría	51
Anexo 2 Programa de Trabajo	52
Anexo 3 Nota de Auditoría de Calidad.....	53
Anexo 4 Nota de Control de Auditoría de Calidad.....	54





CAPÍTULO I

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

La empresa Incide Económico Social S.A.C., identificada con R.U.C. 20604855978 y con domicilio en Av. Paseo de la República 3952, Lima, opera desde el año 2019, es una empresa cuyos fundadores son de origen peruano y se dedica a la consultoría a empresas e instituciones de diversa índole, con el fin de potenciar su desarrollo, especialmente en contextos de mercados emergentes. Empezó con un capital ascendente a los S/ 3,000 (Tres mil con 00/100 SOLES), que representan tres mil acciones al valor nominal de un sol.

Es así, que Incide Económico Social S.A.C., coadyuva al crecimiento empresarial, a través del servicio de auditoría de productos de consumo masivo, basado en conocimiento del mercado, capacidad analítica, visión del negocio y amplia experiencia de sus socios en consultoría, lo cual garantiza el mejor resultado para sus clientes.

Sus principales clientes son las empresas del sector comercio y retail, que requieren conocer el comportamiento, aceptación y posicionamiento de las marcas de los productos de consumo masivo que comercializan.

1.2. PERFIL DE LA EMPRESA

La empresa Incide Económico Social S.A.C., cuenta con casi 02 años de constitución y con socios de más de 20 años de experiencia en la consultoría de mercados y auditoría de productos de consumo masivo. Ya que su rubro es el de la prestación de servicios, no se encuentran obligada a cumplir con regulaciones de impacto medioambiental o laborales especiales, más allá de las autoimpuestas, y las contenidas en el marco normativo general peruano.





1.3. ACTIVIDADES DE LA EMPRESA

Las actividades de la empresa Incide Económico Social S.A.C., se centran principalmente en la prestación de servicios de auditoría de productos de consumos masivo a empresas de retail y productoras de dichas productos, que deseen saber cual es el desembolvimiento en el mercado, rotación y aceptación de sus productos por parte de los comerciantes y el público en general.

1.3.1. Misión

Proveer a nivel nacional servicios de auditoría de productos de consumo masivo, basados en metodologías comprobadas, con contenido innovador y con el más alto grado de confiabilidad.

1.3.2. Visión

Ser la empresa líder a nivel nacional en servicios de auditoría de productos de consumo masivo.

1.3.3. Objetivo

Mejorar de manera continua la calidad, confiabilidad y eficiencia de los servicios de auditoría de productos de consumo masivo que brindamos.

1.4. ORGANIZACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

Incide Económico Social S.A.C., durante el ejercicio 2020 ha generado utilidades netas por un monto total de S/ 560,000 (Quinientos sesenta mil con 00/100 soles), lo que ha significado un crecimiento cercano al 10% respecto de las utilidades netas del 2018. Estos beneficios se han obtenido producto de unas ventas totales de S/ 1,200,000 (Un millón doscientos mil con 00/100 soles).

Como se puede apreciar, el ratio de margen neto de utilidad (utilidad neta entre ventas totales) es de 0.46, lo que evidencia que del total de ventas, el 46% es un beneficio económico neto para la empresa, cifra que representa una adecuada utilidad dentro del sector servicios.





Respecto a los costos de la empresa, ya que se encuentra en el sector de servicios de auditoría de productos de consumo masivo, los principales desembolsos de constituyen en el pago de planillas, alquileres de oficinas, viáticos y materiales de escritorio.

La empresa cuenta con un flujo de caja negativo, debido a que los clientes normalmente tienen periodos muy largos de pago, que varían entre los tres a seis meses, ante ello, recurre a préstamos bancarios si es necesario, pero normalmente basta con el manejo interno. Sobre las particularidades tributarias de la empresa, esta se encuentra en el Régimen MYPE tributario.

En cuanto a los recursos humanos, la empresa cuenta con siete (07) trabajadores que se encuentran debidamente registrados en la planilla electrónica (PDT PLAME) y pertenecen al régimen laboral común.





Tabla 1

Lista de Trabajadores de la Empresa Incide Económico Social S.A.C.

NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO
Christian Darwin del Carpio Velásquez	Gerente General
Dinner Paredes Ticona	Director de operaciones
Helen Tejada Ccoscco	Administradora
María del Pilar Valverde Reyes	Auditora
María del Carmen Jara Rodríguez	Auditora
José Daniel Alcázar Sinarahua	Auditor
Marcos Jesús Granda Casapía	Auditor

Fuente propia: (Valverde Reyes, 2020)¹

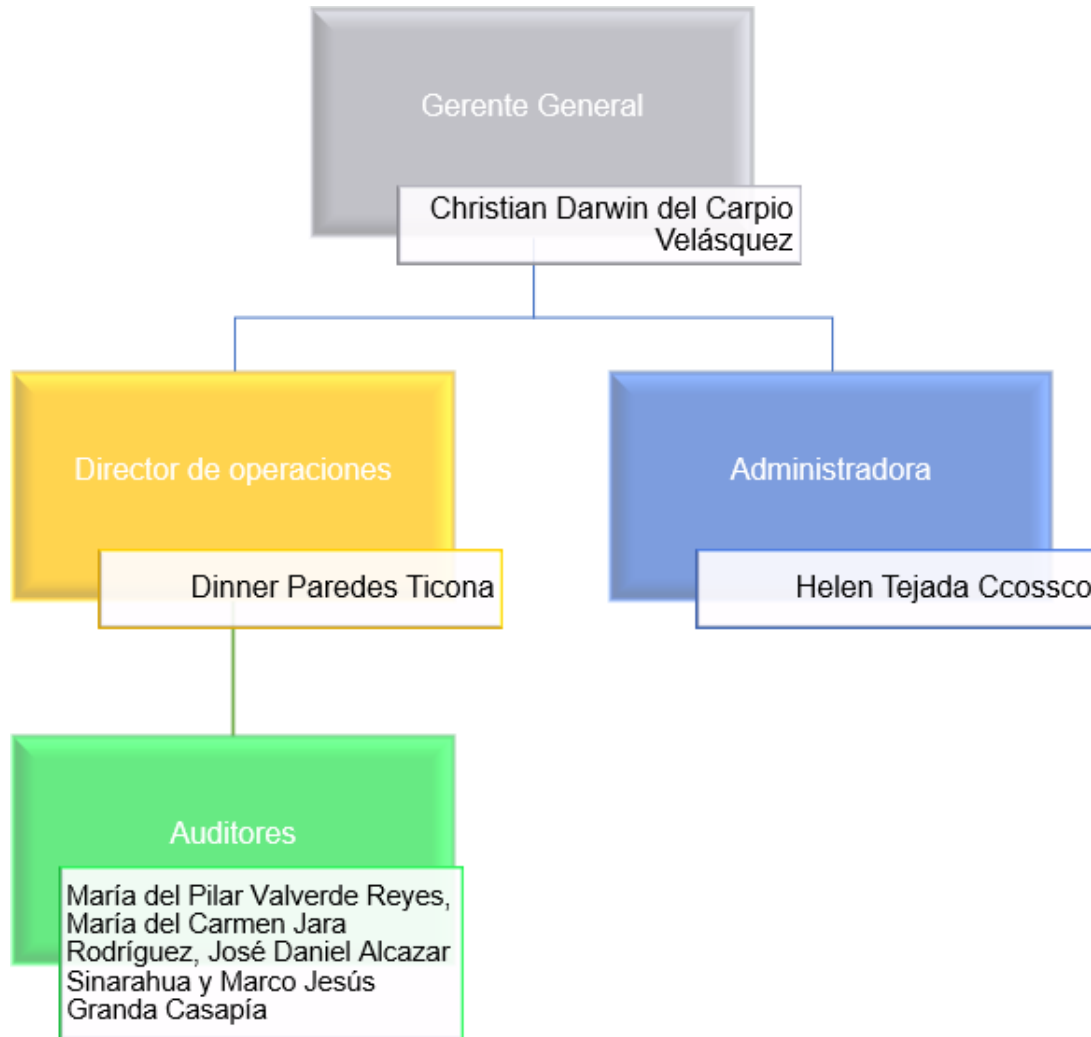
¹ Elaboración propia en base al PDT PLANE de la empresa Incide Económico Social S.A.C.





Figura 1

Organigrama de la Empresa Incide Económico Social S.A.C.



Fuente: (IEC S.A.C., 2020)

1.5. DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DE LA EMPRESA

La empresa Incide Económico Social S.A.C. se desenvuelve en un sector de alta competencia como es el de la investigación de mercados, con un servicio altamente especializado de auditorías de productos de consumo masivo, en el que se centra y el cual busca liderar. Sus competidores también realizan este servicio, pero se encuentran diversificados a una amplitud de servicios vinculados a la investigación de mercados.

Algunos de sus principales competidores son:





- a. Arellano Marketing
- b. CCR Cuore
- c. CPI (Compañía peruana de estudios de mercados y opinión)

A continuación, se presenta la matriz FODA de la empresa:

Tabla 2

Matriz FODA de la Empresa Incide Económico Social S.A.C.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>1. Alta especialización en el servicio de auditoría de consumo masivo.</p> <p>2. Clientes recurrentes en el servicio brindado.</p> <p>3. Amplia experiencia de los auditores de la empresa.</p>	<p>4. No existen políticas de calidad en los procesos de auditoría.</p> <p>5. No existen políticas de estandarización en los procesos de auditoría.</p> <p>6. No se cuenta con recursos humanos suficientes para la realización de los trabajos de auditoría, por lo que se debe tercerizar una parte del trabajo.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>7. El mercado de la auditoría de productos de consumo masivo aún tiene margen para mayor crecimiento.</p> <p>8. Las auditorías se pueden realizar de forma más eficiente.</p>	<p>9. Los competidores del rubro de auditorías de productos de consumo masivo son grandes empresas.</p> <p>10. Existe un constante riesgo de que las otras empresas del rubro intenten captar a los clientes fijos de la empresa.</p>

Funete propia: (Valverde Reyes, 2020)





CAPÍTULO II

REALIDAD PROBLEMÁTICA

2.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

En el sector de la investigación de mercados, existen diversos servicios que se brindan orientados a generar valor en los clientes, como por ejemplo los estudios de ampliación de mercados, la ampliación de horizontes estratégicos, la optimización de ingresos por precio/valor y el desarrollo y optimización de marcas.

La auditoría de productos de consumo masivo es un servicio vinculado a la investigación de mercados, el cual se encuentra enfocado en brindar información clara sobre el comportamiento, posicionamiento y aceptación de los productos de amplio espectro de alcance. Diversas empresas de investigación de mercado brindan este servicio, ante ello, la empresa Incide Económico Social S.A.C., ha planteado como estrategia centrarse solamente en este servicio, a diferencia de su competencia que se mantendría en varios servicios, por lo cual, la empresa Incide Económico Social S.A.C., vendría a requerir una permanente gestión de mejora organizacional con una constante mejora continua de sus procesos, de modo tal que destaque en todo el mercado por su alto grado de especialización y calidad en este tipo de auditoría.

Por ello, en este trabajo se ha planteado elaborar un plan de mejora para los procesos de la empresa Incide Económico Social S.A.C., de modo tal que pueda mejorar su competitividad y eficiencia en los servicios que brinda a sus clientes, así como posicionarse como una marca de alta especialización en auditorías de productos de consumo masivo.

2.2. ANÁLISIS DEL PROBLEMA

Para la mejora de los procesos de auditoría de productos de consumo masivo de la empresa Incide Económico Social S.A.C. ¿Un plan de mejora lograría generar mayor eficiencia y competitividad en relación con la competencia?





2.3. OBJETIVO DEL PROYECTO

2.3.1. Objetivo General

Implementar un plan de mejora para los procesos de auditoría de productos de consumo masivo de la empresa Incide Económico Social S.A.C.

2.3.2. Objetivos Específicos

- a. Análisis y diagnóstico actual de los procesos de auditoría de productos de consumo masivo de la empresa Incide Económico Social S.A.C.
- b. Formular un plan de mejora para los procesos de auditoría de productos de consumo masivo de la empresa Incide Económico Social S.A.C.
- c. Establecer procedimientos para la calidad en la estandarización de los procesos de auditoría de productos de consumo masivo de la empresa Incide Económico Social S.A.C.





CAPÍTULO III

DESARROLLO DEL PROYECTO

3.1. DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO DEL PROCESO

3.1.1. Antecedentes de investigación

Se sabe que, para entender el funcionamiento de una compañía es necesario conocer cuál es su actividad económica, cómo está estructurada y también, cómo espera generar beneficios económicos; por ende, es necesario contar con un plan de auditoría en el cual se detallan los puntos clave en la organización, para ello:

Lopes & Gómez (2013) presentan su trabajo denominado “Auditoría logística para evaluar el nivel de gestión de inventarios en empresas”, el cual tiene como objetivo mantener la estabilidad en cuanto a la fabricación de la mercadería, puesto que se explica que no se trata de tener grandes lotes; sino, tomar en consideración la rotación de los productos.

Por ello, el autor tomó en consideración factores externos como el retorno del capital invertido, presión para mejorar el servicio del cliente en cuanto a calidad y precio, además del incremento del ciclo de aprovisionamiento, lo que hace que la empresa tenga la necesidad de mejorar la gestión de los inventarios, que bien se podría componer de cuatro fases como: el inicio del proyecto, el análisis de las fortalezas y debilidades, desempeño del sistema de inventario, la evaluación de la infraestructura e información y planificación, además de la implementación.

Con lo anteriormente mencionado, se mejora el retorno de la inversión de los recursos; así como también, la disponibilidad de productos y los diferentes servicios a los clientes.





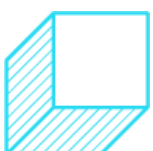
En Lima, Guinetti & Flores (2013), presentan su trabajo titulado “Propuesta de un plan de auditoría interna para un centro de distribución de productos de consumo masivo”, en donde abarcan la problemática que mantiene una empresa retail ubicada en la ciudad de Lima para plantear la estrategia y el desarrollo del plan anual de auditoría interna, por lo que los autores proponen a la entidad realizar un plan en base a riesgos mediante información relacionada al ambiente de control para brindar un valor agregado a la compañía.

También, se enfocan en profundizar los procesos y subprocesos que maneja la institución en la fase de distribución y comercialización de la mercadería, por lo que la propuesta abarca criterios para la evaluación de riesgos con referencia en la última auditoría realizada, el perfil del personal, el porcentaje de ventas con relación a la venta total del periodo, y además, el comportamiento de los trabajadores referente a incidentes relacionados con ética.

Por su parte, Lascano (2015) titula a su estudio “Auditoría operativa enfocada en una comercializadora de productos de consumo masivo”, en el cual se propone evaluar los recursos materiales y financieros mediante la auditoría operativa, la cual se centra en promover la eficiencia, eficacia, ética, economía y ecología de la institución, de tal manera que se fortalezca el desarrollo de la entidad.

Para el análisis, el autor utilizó a las desviaciones de las metas logrando así, identificar los aspectos con incidencia en la reducción de costos, mejorando los métodos operativos para salvaguardar la rentabilidad de la compañía. La investigación da a conocer la inexistencia de control interno en el área de ventas, la que a su vez repercute en la distribución y comercialización de los productos finales; esta carencia de control generaría que empresas de la competencia tomen esta debilidad como una oportunidad para abarcar el mercado potencial.

Por otro lado, Recuay (2012) titula a su trabajo “Análisis de datos en una auditoría de mercado para productos de consumo masivo en bodegas





de Lima Metropolitana”, en donde utiliza la auditoría de mercado como punto de partida para el desarrollo de un plan de mejora en los procesos de auditoría de consumo masivo.

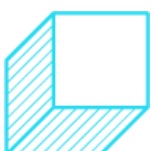
Este eje inicial reveló información de productos como cremas dentales, desodorante y energizantes comercializados en el centro de la ciudad de Lima, teniendo como muestra a 1200 bodegas, de las cuales se analizaron las compras, precios, marcas, ventas, entre otros.

La ventaja de esta auditoría es la posibilidad que se le da a las empresas de analizar las tendencias dentro del mercado, fortaleciendo la gestión de toma de decisiones; es decir, sirve para tomar acción frente a los posibles riesgos, ya que esta investigación pudo determinar que uno de los problemas más usuales es la ausencia de datos, o errores de precios por una mala digitación.

3.1.2. Conceptos de auditoría

Definición de auditoría

El Diccionario de Contabilidad Inglés - Español (2010) lo describe como “Un examen del informe financiero y los estados de una empresa por un auditor independiente, después de lo cual la auditoría emite una opinión que se expresa en un informe de auditoría” (p. 88), mientras que Ernst & Young (2020) define a la auditoría como “La base fundamental de los mercados de capital”. Otros autores como Acaro (2018), indican que la auditoría “Se encarga de analizar minuciosamente cada una de las cuentas de una entidad financiera y por ende detectar indicios y fraudes corporativos o actos de corrupción que se puedan cometer dentro de una empresa, al realizar el debido análisis a los estados financieros” (p. 3); en tanto, Escalante & Pedro (2014), señalan que “La auditoría incluye, la revisión mediante pruebas selectivas de la certeza que sustentan el importe y extensión en los informes financieros, y las evaluaciones significativas realizadas por la administración” (p. 47),





mientras que Madariaga (2004), explica que la auditoría en general “Es un examen sistemático de los estados financieros, registros y operaciones para determinar si están de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados, con las políticas establecidas por la dirección y con cualquier otro tipo de exigencias legales o voluntarias” (p. 11).

Conceptualización de consumo masivo

Los productos de consumo masivo son aquellos que están destinados al consumo de un público general que representa una gran demanda. Este tipo de productos normalmente están vinculados a la alimentación, cuidado personal, higiene, cosmética y de índole recreativo.

3.1.3. Fases de un proceso de auditoría

Fase preliminar

En esta fase el auditor debe hacer una observación general sobre la entidad, de modo tal que la contextualice e indentifique sus particularidades, tanto en la gestión interna como en la gestión externa.

Fase de planificación

De acuerdo al International Auditing and Assurance Standards Board (2013), la NIA 300: Planificación de la auditoría, “La planificación de una auditoría implica el establecimiento de una estrategia global de auditoría en relación con el encargo y el desarrollo de un plan de auditoría” (p. 2).

En esta fase el auditor debe a obtener un conocimiento general sobre la empresa a la que va a auditar, además de evaluar el control interno de la compañía. El International Auditing and Assurance Standards Board (2013) también detalla que “El socio del encargo y otros miembros clave del equipo del encargo participarán en la planificación de la auditoría, incluida la planificación y la participación en la discusión entre los miembros del equipo del encargo” (p.2). Fase de ejecución





En esta fase es necesario considerar los procedimientos para las cuentas del activo, en donde se valorará el riesgo y el control que debe aplicarse para evitar cualquier tipo de desviación. Teniendo como objetivo verificar los controles, confirmar y comprobar los saldos, además de analizar que dichos saldos se encuentren correctamente calificados, realizar conciliaciones bancarias, entre otros. Para el caso de los pasivos es necesario evaluar el sistema de control que mantiene la compañía, evaluar la viabilidad de las cuentas por cobrar, entre otros.

Fase de informe de auditoría

En esta fase, luego de realizados todos los exámenes y comprobaciones de auditoría según la planificación, y con la certeza y convicción de la calidad de los hallazgos y conclusiones determinadas, el auditor procede a redactar y emitir un informe con la opinión que se ha formado producto de todo el proceso de auditoría.

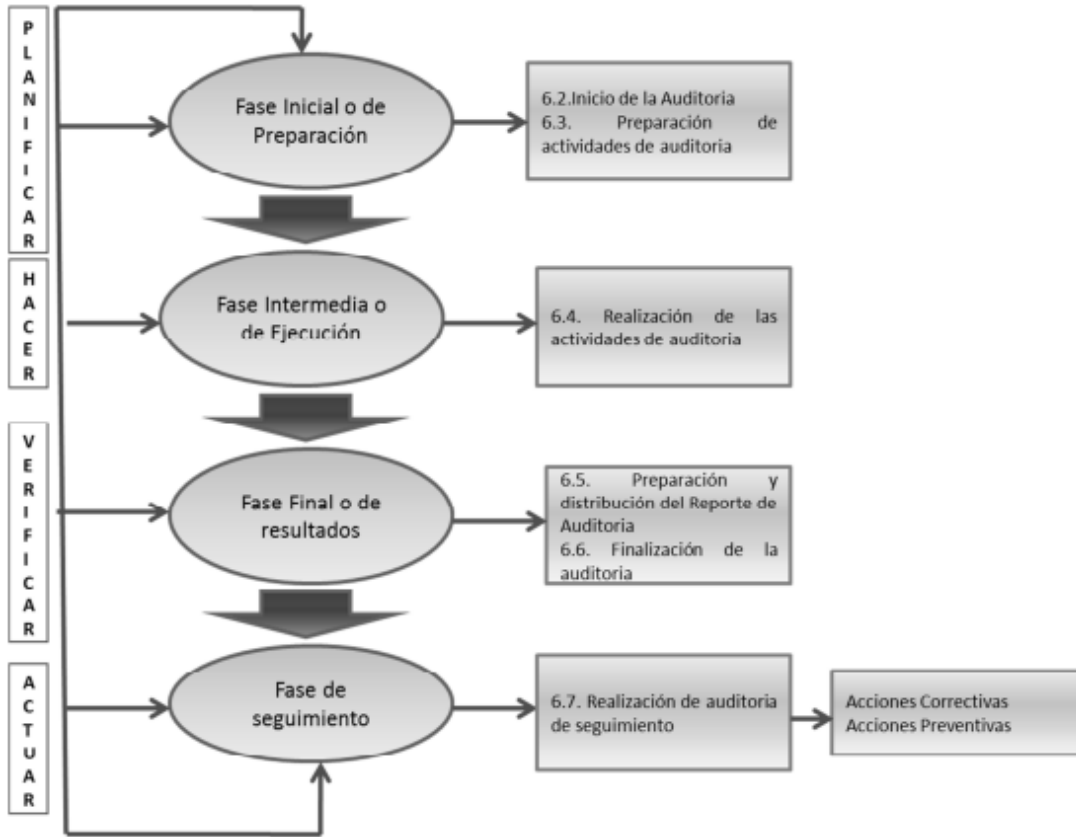
En la siguiente gráfica se detallan las fases de la auditoría:





Figura 2

Fases del Proceso de Realización de la Auditoría Interna



Fuente: (Yáñez, 2013)

3.1.4. Papeles de trabajo

Los papeles de trabajo son un conjunto de documentos que contienen el trabajo del auditor durante el proceso de auditoría, los cuales sirven para dejar evidencia de la opinión que genere producto de su revisión.

3.1.5. Tipos de pruebas de auditoría

Las pruebas de auditoría están diseñadas para obtener evidencia suficiente y competente sobre la integridad, exactitud y validez de los datos producidos por el sistema de contabilidad.





3.1.6. Particularidades de los inventarios²

Para Gómez et al., (2007), los inventarios son “Cantidades de recursos que se despliegan a lo largo del complejo sistema de relaciones intra e interempresa (cadena logística) para permitir su operación económica y fluida, a la vez que, para absorber el impacto de la variabilidad e incertidumbre asociadas a la operación, garantizando la máxima satisfacción del cliente” (p. 168). Por otro lado, para el caso de la gestión de inventarios según Lopes & Gómez (2013) “Tiene una incidencia directa en el retorno de la inversión de recursos y la disponibilidad de productos y servicios a los clientes, siendo necesario medir la efectividad de la misma **y acciones de mejoras adecuadas a implementar.**” (p. 110).

Tabla 3

La Buena Gestión de los Inventarios

Área	Criterio de una buena gestión de inventarios (GI)
Ventas	Altos niveles para garantizar disponibilidad.
Distribución	Altos niveles para mayor utilización de los recursos de distribución.
Compras	Tamaños de bulto en compra grandes para lograr rebajas de precios y garantizar la eficiencia del departamento.
Finanzas	Bajos niveles para beneficio del capital de trabajo. Buscan modificar el valor de los inventarios ociosos para modificar los reportes financieros.
Calidad	Reduce la velocidad de movimiento del inventario para los chequeos, se introducen relaciones de confianza para reducir los chequeos.
Dirección	Ven la GI como proveedora de información en cualquier momento, lo que resulta en trabajos de estadística y recolección de datos a veces no estructurados dada la premura.
Producción	Lotes grandes para reducir costos de producción como práctica. Tienden a tener altos stocks para prever pedidos urgentes, interrupciones y cambios en la demanda.

Fuente: (Valverde Reyes, 2020)³

²Se refiere en el proceso de auditoría de productos de consumo masivo.

³ De acuerdo a la percepción de cada área de función manifestado por (Lopez&Gomez 2013).





Una deficiente de capacidad en la gestión de inventarios genera pérdidas económicas que afectan la estabilidad y crean inseguridad en las compañías, ello genera que se vea afectada la calidad del servicio, perjudicando al cliente o futuros clientes; es decir, el inadecuado o deficiente manejo de los inventarios generan pérdidas y una serie de consecuencias como el atraso en los pagos de los clientes, afectando de esta manera la liquidez de la empresa. Cabe resaltar que el problema de la disponibilidad puede darse en la etapa de distribución de los productos, puesto que la ineficiencia del reparto sea trae como consecuencia el retraso del consumidor final. Otros autores concuerdan que en algunas ocasiones el cálculo de los parámetros para los inventarios según los modelos matemáticos pueden ser complejos en la práctica; es decir, puede no funcionar de la manera deseada, para lo cual se necesitará usar sistemas de gestión que faciliten el orden y manejo de este, como por ejemplo el software ERP o SCM. A su vez, existe una necesidad de evaluar la gestión organizacional en relación a los inventarios; por ello, los métodos y modelos de gestión necesitan evaluarse y complementarse con diferentes aspectos de la entidad:

“i) Inicio del proyecto, ii) Análisis de las fortalezas, debilidades y desempeño del sistema de inventario (esta fase 2 necesita de una herramienta que permita comparar la gestión actual con estándares predefinidos), iii) Evaluación de la infraestructura, información, planificación y relaciones organizacionales; planeación de la reorganización del sistema de inventario, iv) Implementación” (p. 22).





3.1.7. Análisis de diagnóstico de los procesos de auditoría⁴

Actualmente, la empresa Incide Económico Social S.A.C. no cuenta con ningún tipo de manual que establezca los procesos que se siguen para auditar productos de consumo masivo, ya que los pasos a seguir para la ejecución de la auditoría se realizan de acuerdo a las capacitaciones que se le da a los auditores, en ese sentido, el resultado de la auditorías depende mucho del aspecto subjetivo del auditor, y, en consecuencia, no existe una estandarización en los resultados de los procesos de auditoría.

En líneas generales y de forma empírica, se puede afirmar que el proceso de auditoría de productos de consumo masivo se encuentra dividido en tres etapas:

- a. Inventario: en el cual se contabiliza la cantidad e información cualitativa de los productos de consumo masivo.
- b. Compras: se recopila información relativa a las adquisiciones y rotación de los productos por parte de los comerciantes.
- c. Cierre: en la parte final de la auditoría, en donde se concluye y recopila el levantamiento de información, en base a lo cual se elaboran las conclusiones y reportes.

Pese a que existen ciertas fases marcadas en el proceso de auditoría de productos de consumo masivo, estas no se adaptan a estándares internacionales de auditoría, lo que genera diversas problemáticas, como las siguientes:

- a. Es común que los comerciantes a los que se les hacen las auditorías por encargo de las empresas fabricantes de productos de consumo masivo, no estén dispuestos a colaborar, debido a

⁴ Análisis del diagnóstico de los procesos de auditoría de productos de consumo masivo de la empresa Incide Económico Social S.A.C.





que no hay un acercamiento previo ni una forma en que el auditor sepa como tratar con ellos.

- b. Los informes de auditoría son muy desiguales y sin un estándar de calidad, debido a que se hacen principalmente de acuerdo al criterio que el auditor tenga para ejecutar los procedimientos en los que se le ha capacitado.
- c. No hay un proceso de supervisión que garantice resultados con calidad, ya que los informes de auditoría no son supervisados por un superior al auditor.

3.1.8. Plan de mejora del proceso de auditoría⁵

Luego de descrita la situación actual de la empresa Incide Económico Social S.A.C., e identificadas las falencias en su proceso de auditoría de productos de consumo masivo, se ha procedido a elaborar un un manual para este proceso, de modo tal que se disponga de una herramienta con los procedimientos estandarizados que garanticen un adecuado nivel de calidad producto de las auditorias realizadas.

⁵ Plan de mejora del proceso de auditoría de productos de consumo masivo en la empresa Incide Económico Social S.A.C.

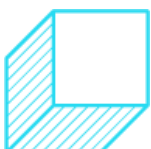




Tabla 4
Manual del Procesos de Auditoría

Empresa Incide Económico Social S.A.C.	Manual del proceso de auditoría de productos de consumo masivo	CÓDIGO 0001-2020-INV VERSIÓN 1.0 FECHA 17/09/2020
<p>MANUAL DEL PROCESO DE AUDITORÍA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO DE LA EMPRESA INCIDE ECONÓMICO SOCIAL S.A.C.</p>		
Elaborado por:	Cargo:	Fecha
María del Pilar Valverde Reyes	Auditora	15/02/2018

Fuente propia: (Valverde Reyes, 2020)





I. Antecedentes

El presente “Manual del proceso de auditoría de productos de consumo masivo de la Empresa Incide Económico Social S.A.C.”, ha sido elaborado con el fin de establecer un documento que pueda ser utilizado por los auditores de la empresa para guiarse en todo el desarrollo de su trabajo, de modo tal que se garantice un estándar de calidad adecuado en las auditorías a los clientes.

Asimismo, este manual representa la constante búsqueda de perfección de la organización, así como su cultura imbuida de un deseo de mejora continua en todos los procesos, ello con el fin de consolidarse en el mercado en base a sus altos estándares de calidad y alto grado de especialización.

II. Objetivo del manual

Este manual tiene el objetivo de fijar las políticas y procesos por los que se regirá la auditoría de productos de consumo masivo de la empresa Incide Económico Social S.A.C.

III. Políticas generales para el proceso de auditoría⁶

El director de operaciones es el responsable de fomentar la difusión y capacitación en los contenidos de este manual a todas las áreas de la empresa vinculadas al proceso de auditoría de productos de consumo masivo.

Este manual debe ser constantemente actualizado, reponiendo a las necesidades de los clientes y del mercado, de modo tal que en base a este documento, se vayan generando nuevas y mejores versiones

⁶ S refiere de los productos de consumo masivo.





Todos los auditores de la empresa están obligados al cumplimiento de los procesos contenidos en este manual al momento de ejecutar una auditoría de productos de consumo masivo, ello bajo responsabilidad.

Todo informe de auditoría tendrá un doble control de calidad, en ese sentido, el informe de auditoría elaborado por el auditor a cargo será revisado por su supervisor, o quien este designe a dicha tarea. Si el supervisor encuentra observaciones debido al no cumplimiento de los procesos indicados en este manual o errores materiales, realizará un informe informando dichas observaciones al auditor a cargo, quien deberá levantarlas. Finalmente, el supervisor volverá a revisar el informe, y si no encontrará ninguna observación, emitirá un reporte aprobando el informe.

Toda duda que surgiera de la interpretación de este manual, será absuelta de acuerdo al criterio del director de operaciones.

IV. Aplicación del ciclo de Deming⁷

El ciclo de Deming está conformado por cuatro etapas, las mismas que se han aplicado para elaborar este manual de auditoría:

a) Planificar

Se ha añadido un proceso de planificación previa a la auditoría, de modo tal que se eviten inconvenientes cuando esta se ejecute. Esencialmente se ha contemplado un proceso de “contratación” con los comerciantes a los que se audita por encargo de los clientes de la empresa.

b) Hacer

Se han estructurado de manera clara y secuencial los diversos procesos que se deben realizar para llevar a cabo una auditoría

⁷ Se refiere a la aplicación del ciclo de Deming en el proceso de auditoría de productos de consumo masivo.





de productos de consumo masivo. Los procesos descritos en este manual deben ser implementados para todas las auditorías de productos de consumo masivo de la empresa.

c) Verificar

Una vez implementados los procesos descritos en este manual, se cuantificará los resultados para comprobar si se ha conseguido mejorar la calidad, eficiencia y estandarización de los informes de auditoría de productos de consumo masivo.

d) Actuar

Una vez obtenidos los resultados de la implementación de este manual, se deberán tomar las acciones preventivas o correctivas correspondientes para mejorarlo, generando nuevas versiones de este documento, en las que se implementen dichas mejoras.

3.2. DESARROLLO DEL PROYECTO

Proceso de auditoría de productos de consumo masivo, conforme el manual.

3.2.1. Etapa planificación

En la planificación se realizan los actos previos a la ejecución de la auditoría de productos de consumo masivo, que, sin embargo, son esenciales para el éxito del proceso de auditoría. En esta etapa, es donde se realiza el proceso de contratación, que se define como una gestión mediante la cual todos los auditores, sin excepción deben estar capacitados a realizar, esto con la finalidad de lograr una aceptación de palabra de un comerciante minorista que son los propietarios de los negocios para llevar a cabo las auditorías, y así obtener los datos que son utilizados para generar la información que se ofrece a los clientes.

3.2.2. Fases de la contratación

Este proceso cuenta con las siguientes fases:





- a. Planificación: Repartición de alternativas y diseño de la mejor ruta de visita.
- b. Presentación: Saludo y solicitud de un tiempo para conversar al colaborador, presentación de la empresa.
- c. Negociación: Explicación de las condiciones de trabajo de auditoría y beneficios para el colaborador.
- d. Contratación: Formularios levantamiento de PI.
- e. Despedida Agradecimiento final.

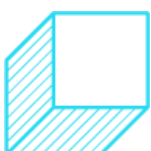
3.2.3. Estrategias para conseguir la contratación

- a. Contratar directamente al dueño (a) del negocio, o en su defecto una persona con suficiente capacidad de decisión (administrador, gerente, etc.).
- b. Explicar completa y claramente cuál es la labor que usted desempeñará como auditor en la tienda y cuál es la colaboración que se requiere del propietario.
- c. Aclararle al dueño del negocio que es posible que en la zona se realicen cambios de auditores, por lo cual, no se garantiza que sea el mismo auditor que contrata, quien siempre realice la auditoría
- d. Enseñar claramente al colaborador el presente (regalo) que le ofrece la Compañía.

3.2.4. Aspectos a explicar a los comerciantes

Dado que la mayoría de los comerciantes no conocen nuestra empresa y tampoco tienen mucho tiempo para atendernos, es necesario que se le explique de manera clara y concisa los siguientes aspectos:

- a. ¿Quiénes somos?





Incidencia Económico social es una empresa nacional que realiza estudios de mercados en todo tipo de negocios para proveer información a los fabricantes de la forma como se desempeñan sus productos en el mercado.

b. ¿Que hacemos ?

Nuestro trabajo consiste en medir las tendencias del mercado y el movimiento de las ventas de los productos de consumo masivo. La información obtenida permite a los fabricantes planear la producción, distribución, promoción y comercialización de sus productos.

c. ¿Qué le pedimos?

- Permitirnos visitar el establecimiento cada 30 días para la recolección de los datos. La visita puede ser efectuada por el auditor que contrata o por cualquier otro funcionario de la Compañía que se identifique con el carnet respectivo.
- Permitirnos realizar inventario de los productos requeridos que tiene en la tienda, tanto en sala de ventas como en depósito. Este inventario será hecho por el auditor sin ayuda del propietario o los empleados y no es necesario cerrar el negocio.
- Permitirnos revisar los documentos de compras que se utilice en el negocio, ya que es el método que ofrece mayor exactitud en la información acerca de los productos que llegan al establecimiento
- Suministrarnos información general de los proveedores que visitan la tienda.

d. ¿Qué le ofrecemos?





Mensualmente se le hace entrega de un presente el cual es de mucha utilidad para nuestros colaboradores

3.3. ETAPA DE EJECUCIÓN

En esta etapa es donde se llevan a cabo los procesos de auditoría que luego fundamentaran el informe de resultados. Se compone principalmente del proceso de toma de inventarios y el proceso recopilación de información de compras.

3.3.1. Proceso de toma de inventarios

Consiste en tomar inventario de los productos de consumo masivo en tienda, organizándolos en razón de su marca, su nombre genérico, submarca, fabricante y categoría. Estos procesos se realizan utilizando un lector de código de barras, la cual facilita el trabajo.

a) Marca

Respecto a la marca, los principales aspectos que se revisan son los siguientes:

- Ubicación siempre enfrente del empaque.
- Nombre, término o expresión que identifica a un producto y que lo diferencia de otros que son destinados para el mismo uso.
- En las mayorías de las categorías de productos menciona que productos sin marca y sin fabricante no se incluyen, pues cuando el producto no tiene marca se tomará la del fabricante como marca. Adicional, si el producto tampoco menciona fabricante sino, también para el caso el comercializador pasará a ser la marca.
- La marca debe quedar textual a como esté en el empaque.
- Nunca un genérico se tendrá en cuenta como marca.





- Si la marca es un genérico coloque el fabricante como marca.

Tabla 5

Ejemplos de Marca de Productos Masivos

Ejemplos de Marca



Fuente propia: (Valverde Reyes, 2020)

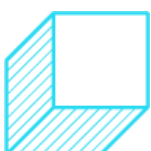
b) Productos genéricos

En cuanto a los productos genéricos, son nombres o palabras que cualquiera o todos los fabricantes pueden colocar a sus productos, como galleta, leche, harina, etc., este genérico se debe diferenciar del concepto que se tiene en los productos de boticas, ya que para ellos “genérico” se refiere al ingrediente principal de un medicamento.

c) Submarca

En cuanto a la submarca, se deben seguir los siguiente criterios para su registro:

- Ubicación siempre enfrente del empaque.
- Son las palabras que utiliza el fabricante para diferenciar un producto de otro de la misma marca.





- Generalmente su tamaño y/o ubicación resalta en el empaque, también puede encontrarse cerca a las marcas.
- La submarca no puede estar entre líneas.
- Cuando un producto especifique la sub marca en español y en otro idioma, se debe dejar la que menciona español, a veces, el producto puede tener dos caras separando el idioma, igual se deja la que menciona en español. Ejemplo: Pasta Dentales.
- Cuando un producto contenga dos caras y en cada cara detalle diferentes sub marcas se deben dejar todas las que se mencionen en ambas caras, igual para el resto de características, si una cara complementa a la otra en la descripción debe separar las variables que se necesiten tomando las de ambas caras.
- La sub marca debe quedar textual a como esté en el empaque.

d) Fabricante

Para registrar el fabricante se siguen los siguientes criterios:

- Ubicación en cualquier parte del empaque.
- Registrar el nombre de la empresa que fabrica el producto, entendiendo como fabricante únicamente la empresa que lo fabrica, elabora, produce o envasa, no la que lo importa, ni la que lo comercializa, ni la que lo distribuye. Se debe dejar el fabricante que identifique el empaque así este sea de otro país.

A continuación se presentan algunos ejemplos de registro de marca y submarca:





Figura 3

Ejemplo de Registro de Marca y Submarca en Producto de Lavado



Fuente propia: (Valverde Reyes, 2020)

Figura 4

Ejemplo de Registro de Marca y Submarca Para Cuidado Personal



Fuente propia: (Valverde Reyes, 2020)

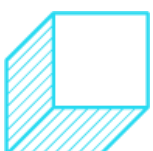




Figura 5

Ejemplo de Registro de Marca y Submarca en Golosina



Fuente propia: (Valverde Reyes, 2020)

Figura 6

Ejemplo de Registro de Marca y Submarca de Consumo Esencial



Fuente propia: (Valverde Reyes, 2020)

e) Definiciones de categoría

La categoría es un documento elaborado por el Departamento de Field Índex, que especifica, según los criterios definidos por





Marketing, el Área Comercial y en conjunto con el cliente, cuáles serán los elementos a considerar para la incorporación de Productos (ítems) a una determinada Categoría de Producto (CP). Ejemplo: fideos, mayonesas, detergentes, cigarrillos, etc.

Figura 7

Información Recogida de la Toma de Inventario a una Golosina



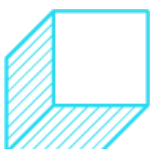
Fuente propia: (Valverde Reyes, 2020)

Figura 8

Información Recogida Producto de la Toma de Inventario a una Bebida



Fuente propia: (Valverde Reyes, 2020)





f) Uso del lector de código de barras

El uso del lector de Código de barras es fundamental, ya que garantiza la productividad en el proceso de auditoría. La manipulación del producto y escaneo del mismo son obligatorios, es decir, se deben manipular y escanear TODOS los ítems que se auditan.

Si el producto no presenta código de barras, la auditoría se realiza manualmente en la LHHT.

Al emplear el lector de código de barras nos puede dar como resultados distintos casos:

Caso 1: Al escanear el código de barras se muestra el siguiente aviso: Item no encontrado. Lo cual significa que el código de barras no está enlazado con su respectiva descripción. Se procede a realizar la auditoría manual.

Caso 2: Al escanear el código de barras se muestra el siguiente aviso: Desea incluir el item. El auditor debe validar la descripción con el producto físico y obtiene que la descripción es errada. No incluir y se procede a la auditoría manual.

Caso 3: Al escanear el código de barras se muestra el siguiente aviso: Desea incluir el item. El auditor debe validar la descripción con el producto físico y obtiene que la descripción es correcta. Se procede a incluir la descripción.

Caso 4: Al escanear el código de barras se muestra el siguiente aviso la tienda no trabaja esta clase de producto. Lo cual significa que la tienda no tiene ingresada la categoría de producto correspondiente porque no la trabaja y por lo tanto si no está transferida no se trabajará.





g) Execution Themes

Estos son aquellos elementos de merchandising que ha sido colocados por un determinado fabricante en un lugar estratégico, como un punto de venta, ello con el fin de realzar o generar un foco de atención para sus productos de consumo masivo, de modo tal que puede publicitarlos y promocionarlos frente a los de su competencia e influenciar en la generación de la decisión de compra por parte del cliente.

En este manual se define un conjunto de ítems que permitirán medir la presencia de los siguientes elementos:

- Letrero exterior
- Rack
- Afiche
- Refrigerador
- Otros

Además de medir la presencia, se identificarán tres condiciones especiales para Refrigerador y dos para Rack, como se explica en el siguiente esquema:





Figura 9

Esquema Para Identificación de Condiciones Especiales

Elemento	Presencia en sala	TCC en P rimer a P os i c i ó n	TCC In v a d i d o	TCC A p a g a d o
Letrero Exterior				
Rack				
Afiche				
Refrigerador				
Otros				

Fuente propia: (Valverde Reyes, 2020)

El procedimiento de auditoría es el siguiente:

- Esta categoría es la primera en ser auditada en la tienda.
- El auditor debe iniciar con un barrido visual en la sala de ventas verificando todos los elementos en estudio.
- Para marcar la presencia de un elemento debe activar la casilla de verificación del ítem que corresponda.

Si el elemento no está presente en la sala, la casilla quedará en blanco*:

* Importante: Cuando un ítem deja de tener presencia en un periodo, obligatoriamente debe ingresar un comentario de ítem con una





justificación, por ejemplo; “refrigerador retirado”, “refrigerador reemplazado por...”, “Rack retirado por el vendedor”, “Afiche retirado por término de promoción”, etc.

De lo contrario, se considerará como un ítem omitido.

3.3.2. Proceso de recopilación de información de compras

a. Ingreso de los productos a la tienda

El ingreso de productos a la tienda puede darse por dos vías : i)
La compra propiamente dicha: cuando el detallista se abastece de productos, realizando compras a diversos proveedores y ii)
Otros ingresos de mercadería como Bonificaciones (premios, donaciones, etc.)

Los principales tipos de comprobantes de pago que se dan en las tiendas son:

- Factura
- Boleta de venta
- Guía de remisión
- Tickets
- Otros comprobantes

A continuación, se muestran ejemplos de estos comprobantes de pago:





Figura 10
Ejemplo de Orden de Compra

EMBOTELLADORA LA CABAÑA
No.Orden de Compra : 12140208
 Fecha : Santa Cruz 14 de Diciembre de 2016
 Tipo Op. : Ventas Contado
 Cliente : 18616 ROSA GONZALES
 Dir. : RDO. SAN LUIS Comedor No.
 Rel. : 88 SHACK ROSITA
 Tipo Negocio :
 Facturas A : ROSA LARRIZALES
 NIT : 0

Descripción	Cant.	Precio	Total
LIMONADA CALAS 500	1.00	42.00	42.00
Parcial :			42.00
Descuento :			
Total :			42.00

Son : CUARENTA Y DOS 00/100 Bolivianos.

Recibi Conforme

Fuente: (IEC S.A.C., 2020)

Figura 11
Ejemplo de Factura

EMBOTTADORAS BOLIVIANAS UNEDAS S.A.
 CALA MAJAZ
 AV. Las Batallas 801 La Paz 09000
 Teléfono: 2152406 Fax: 2152407
 C.V. 000000000
 LA PAZ - BOLIVIA
 NACIONAL N° 1
 RDO. SMO. Av. Potosí 1000 3° N
 Casilla 1432 Teléfono: 090000
 LA PAZ - BOLIVIA

NIT : 1007039026
 Factura N°: 0000390216
 Autorización N°: 2904001399712

18-10-16
FACTURA

SEPA
 de Paz, 01 de agosto de 2016
 Señor(esa) : MARIA CHUCAR
 Representante : MARIA CHUCAR N° 1590
 Entre : PIONEROS Y GUSTAVO MOLLE
 Cod. Cliente: 2202912 Tel: 22589720
 Referencia : 7236-MAMANI YUJRA, JUAN

Forma de Pago: EFECTIVO
 NIT/CI : 7449810
 Zona : 105 Int. 00660
 Pístrero : 1222
 Tipo Local : 116
 Carga N° : 22167349503-2361D

PRODUCTO C.C.	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	DESCUENTO	IMPORTE	ICE	IDF
CALAS	UNIDAD	UNITARIO			SUAVES A IVA		CON
COCA COLA 190 V	1	0	18.58	0.00	18.58	1.82	20.
COCA COLA 2.0 RP	1	0	30.20	0.00	30.20	4.80	35.
TOTALES			48.78	0.00	48.78	6.62	

Son: CINCUENTA Y CINCO 40/100 BOLIVIANOS.

COD. CONTROL: 2A-F9-15-4C
 FECHA LIMITE EMISION: 11/11/2015

Importe Valido para Crédito Fiscal Bs. 48.78
 TOTAL A COBRAR Bs. 55.40

ESTA FACTURA CONTRIBUYE AL DESARROLLO DEL PAÍS. EL USO INCORRECTO DE ESTA SERÁ SANCIONADO DE ACUERDO A LEY

Fuente: (IEC S.A.C., 2020)



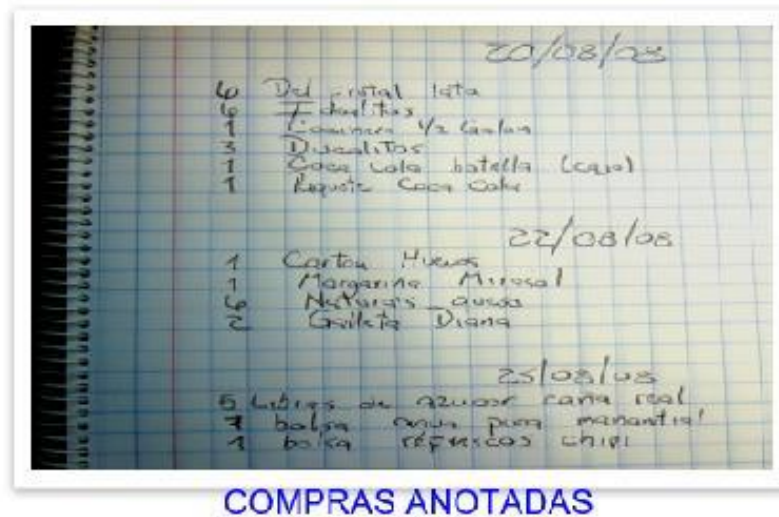


Figura 12
Ejemplo de Nota de Venta



Fuente: (IEC S.A.C., 2020)

Figura 13
Ejemplo de Compra no Documentadas o Anotadas



COMPRAS ANOTADAS

Fuente: (IEC S.A.C., 2020)





b. De la actividad de compras

Es un formulario que se debe dejar en las tiendas en las que no es posible coleccionar documentos de compra. Esta herramienta, debe ser llenada por el colaborador, anotando los ítems, cantidades las fechas y lugar de compra en que se abasteció.

Tabla 6

Formato Para Compras sin Documentos

COMPRAS SIN DOCUMENTOS			
DEL:		AL:	
FECHA	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	LUGARA DE COMPRA

Fuente propia: (Valverde Reyes, 2020)

A continuación, se detallan los principales aspectos a considerar al momento de realizar la revisión de documentos de compra:





- Determinar las fechas de auditorías
- Realizar seguimiento de los volúmenes de compras documentadas vs no documentadas (cuadernillo de proveedores).
- Colocar todos los proveedores que visitan al negocio desde el primer día de auditoría (cuadernillo de proveedores).
- Identifica con la ayuda del colaborador todos los lugares donde se puedan encontrar documentación incluyendo a su contador.
- Tener a la mano el control de proveedores junto con el colaborador para tener ajustes precisos reales.
- Toda Factura, Nota de venta, Nota de Crédito, Registro de diario de compras, deben ser registradas en compras Documentadas, de lo contrario como Ajuste Compra con la ayuda del colaborador.
- Cada factura o documento de compra debe ser marcado con el signo delta asimismo el signo para cada producto que se encuentre en el documento.
- Las Notas de Créditos (devoluciones) y las transferencias de mercadería a otros negocios tienen que ser identificarlas y auditadas.
- Consulta con el colaborador los documentos de compras como también pregunta por aquellas compras de créditos de tenerlas guardadas.
- Ordena la documentación por proveedor para agilizar el registro de compras.





- Para cada auditoría hacer el seguimiento de facturas encontradas vs facturas que esperas de acuerdo a las visita y frecuencia del proveedor.
- Recuerda que debemos demostrar nuestra alta calidad de información.
- La calidad del trabajo será evaluada bajo el jefe directo, bajo supervisiones.
- Cuando encontremos alguna compra con fecha anterior a la auditoría actual debemos incluirla en ajuste de factura omitida.

c. Verificación de documentos de compras

- Verificamos los documentos e ingresamos las compras detalladas en la misma.
- Fecha de Entrada: Fecha de emisión, de vencimiento, y la de recibo de la mercadería.
- Productos Contenidos: Identificamos los ítems contenidos en los documentos.
- Cantidad de Unidades de Compra: Identificamos las cantidades de los ítems en los documentos y marcamos con el check para mostrar que ya fue ingresado.
- Registramos el Delta al final del documento: Se coloca el signo para detallar que el documento ya fue revisado.

d. Sistema de archivo

Algunos establecimientos acostumbran guardar sus documentos de compras en orden y en un sólo lugar, pero también tenemos colaboradores que no tienen esa disciplina, por lo que se recomienda revisar en todos los negocios por todos los lugares si





existen documentos de compras y poder juntarlas para su respectiva revisión.

Revisar en:

- Estantes, detrás o debajo de los productos.
- Documentos al crédito.
- Documentos en manos del contador.
- Documentos guardados para reclamo de productos no pedidos al vendedor.

e. Dificultad en la captación de compras

En varios tipos de documentos se presentan algunos casos que dificultan la captación adecuada de la información.

Ejemplos:

- Facturas Duplicadas
- Facturas Ilegibles
- Bonificaciones
- Descripción de ítem por código
- Productos Surtidos
- Unidad de embalajes (cajas, packs). La unidad mínima de venta es la forma de venta de la tienda y es determinada por la definición de clase producto.
- Unidades del producto expresadas en decimales (0.5) de su presentación.

f. Cuadernillo de proveedores



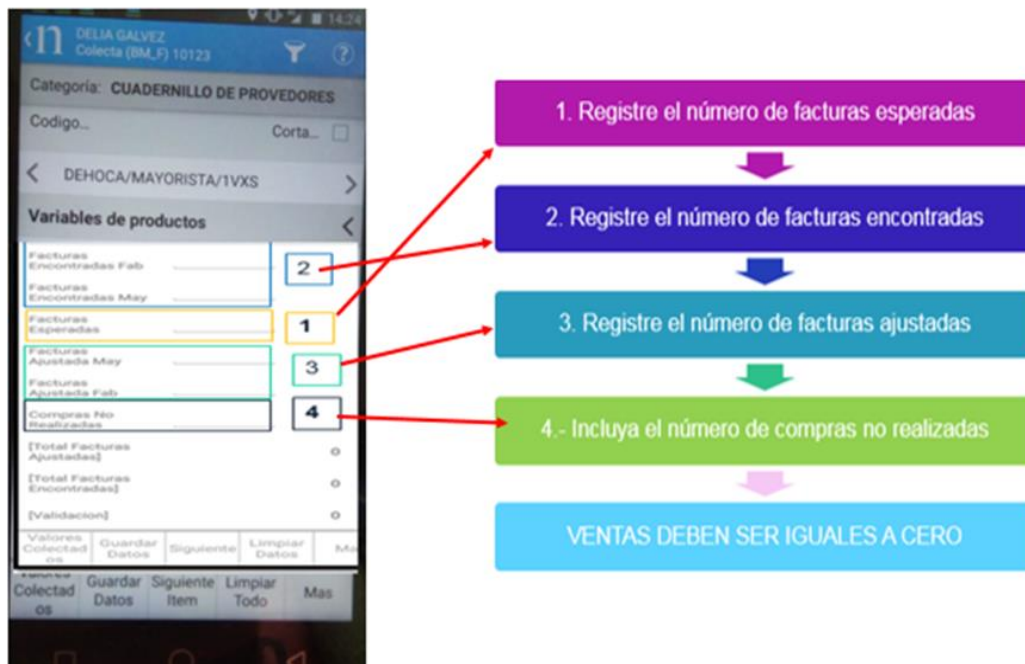


Herramienta fundamental del auditor para su gestión de auditoría, que nos permite conocer el flujo de compra de la tienda. Con su correcto uso y análisis, el auditor conseguirá una alta calidad en su auditoría y dependerá menos del colaborador, haciendo más ameno su trabajo. Debe llenarse únicamente con lápiz.

Es una herramienta que está dirigida a ejercer mejor control sobre las compras documentadas y no documentadas de las tiendas, permitiendo realizar ajustes con calidad para asegurar una completa colecta de información y para conocer el grado de colaboración de la tienda.

Figura 14

Proceso de Revisión del Cuadernillo de Proveedores



Fuente propia: (Valverde Reyes, 2020)

3.4. ETAPA DE INFORME DE RESULTADOS

Es la última de las tres Etapas de la Auditoría. Tiene especial importancia, ya que la calidad de informe de auditoría dependerá de la calidad del cierre de una tienda, lo cual a su vez depende de la calidad con que los Inventarios y Compras fueron capturados.





a) Políticas para el proceso de cierre de tiendas

- a. Una sola persona debe ser responsable de la calidad de cada tienda auditada, independiente el número de Auditores de Campo involucrados para recopilar la información.
- b. Los inventarios actuales deben ser comparados con los inventarios del período anterior mientras el Auditor de Campo se encuentra en la tienda, esto es para confirmar que toda la tienda ha sido cubierta en su totalidad
- c. Los precios de venta deben ser verificados mientras el Auditor de Campo está en la tienda, para detectar y corregir posibles errores, y para asegurar que para todos los ítems con movimiento tengan precio. Una vez ingresadas y chequeadas las compras, deberás cerrar la tienda en el punto de venta, chequeando las fluctuaciones de ventas con respecto a los periodos anteriores.
- d. Teniendo el total de documentos de compra, revisa cada una de las facturas, renglón por renglón en forma sistemática, para el registro de cada producto del período.

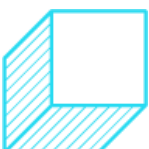
b) Aspectos a considerar en el cierre

i. Días transcurridos

Si el periodo anterior se visitó la tienda con 29 DT y la visita actual son 34 DT, la tendencia al alza de las ventas se puede ver reflejada porque, en comparación al mes anterior tenemos cinco días más de atención al público.

Si el periodo anterior se visitó la tienda con 31 DT y la visita actual son 27 DT, la tendencia a la baja de las ventas se puede ver reflejada porque, en comparación al mes anterior tenemos cuatro días menos de atención al público.

ii. Inversión de capital





Si el colaborador tuvo un capital adicional; ya sea prestado por un familiar, un prestamista, una entidad financiera, recibió un panderero, junta y/o un dinero ahorrado; que va a facilitar que se realicen más compras en variedad y cantidad; esto puede generar que las ventas aumenten, porque un negocio surtido siempre va a ser llamativo para que aumente la clientele

iii. Días y horarios de atención del negocio

En un negocio, las horas y los días de atención al público influyen en el alza o baja de ventas. Si los días y horas de atención en este periodo fueron más, en comparación al periodo anterior, las ventas de productos tienden al alza, y si fueron menos horas y días, tienden a la baja de ventas.

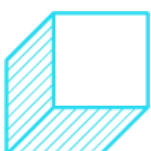
iv. Gastos que no estaban presupuestados por los colaboradores

Cuando en el mes los colaboradores tuvieron gastos no presupuestados como: Medicamentos por enfermedades propias o de familiares, educación de sus hijos, arreglos de infraestructura del local del negocio, entre otros gastos, el negocio va a estar desabastecido; lo cual repercute en la baja de ventas de sus productos

v. Preventas no visitaron el negocio

Cuando los preventas cambian de zona, son reemplazados por otro cuando salen de vacaciones o dejan de trabajar para la distribuidora, entonces los colaboradores no llegan a realizar compras, por lo tanto el negocio puede estar desabastecido la mayor parte del mes; la tendencia a la baja de las ventas es mayor.

vi. Desabastecimiento de productos en distribuidora y/o mayorista





Cuando la distribuidora y/o el mayorista estén desabastecidos de productos que tienen rotación mes a mes, los productos tienden a la baja de ventas, porque negocio no tuvo productos que solicitan los clientes constantemente.

vii. Eventos importantes en la zona o a nivel país

Cuando en lugares cercanos al negocio se desarrolló un evento de carácter social, deportivo, etc las ventas tienden a la alza por la visita inusual de clientes al negocio. Lo mismo sucede con eventos del calendario cívico los cuales pueden tender al alza o a la baja de las ventas.

c) Forma de aplicación del cierre

- El cierre se aplica (además de los estados IT) a los estados de cierre PI, CTN, estos estados aunque no se establecen ventas.
- Con el fin de investigar el comportamiento de las ventas de cada ítem, el cierre debe realizarse siguiendo el orden que se ha visto
- Esta actividad se debe realizar cuando el auditor aún este dentro de la tienda.
- Realizar este análisis fuera de la tienda, está prohibido, debido a los altos niveles de calidad que estamos comprometidos a entregar a los clientes. Nota Importante: El no cumplir con esta indicación se considera falsificación de información
- La información que se requiera en el análisis debe ser proporcionada por el Colaborador o persona que conozca el movimiento de la tienda (compras y ventas) y no con personas que ocasionalmente atienden el negocio.

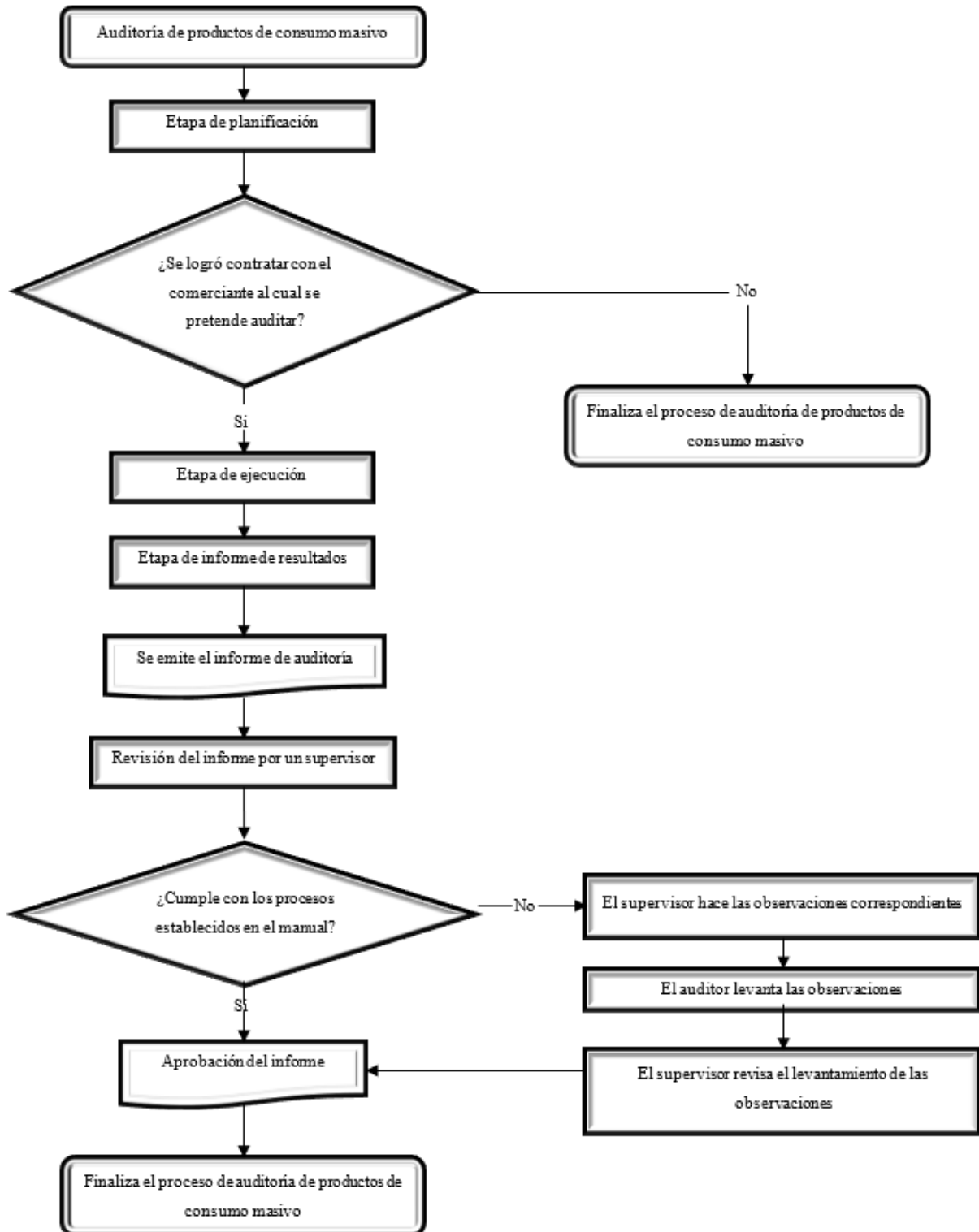
d) Flujograma del proceso de auditoría





Figura 15

Flujograma de AI de Productos de Consumo Masivo



Fuente propia: (Valverde Reyes, 2020)





3.5. CONCLUSIONES

PRIMERA: Producto del análisis y diagnóstico de los procesos de auditoría de productos de consumos masivo de Incide Económico Social S.A.C., se concluye que antes de la realización de este trabajo, la empresa no contaba con ningún documento ni proceso formalmente establecido para la realización de auditorías de productos de consumo masivo, por lo que la ejecución de este servicio se realizaba de forma empírica, en base a la capacitación dada por la empresa y al criterio del auditor para aplicar lo aprendido.

SEGUNDA: El plan de mejora formulado ha consistido principalmente en la elaboración de un manual para el proceso de auditoría de productos de consumo masivo, el mismo que resuelve las siguientes problemáticas:

- la negativa de los comerciantes a ser auditados, ello a través del proceso de contrato en la etapa de planificación
- ii) la falta de un estándar de calidad en los informes de auditoría, a través de la creación de un proceso formal para la ejecución de este servicio por parte de los auditores, donde se contienen todas las herramientas, pruebas, papeles de trabajo y procesos que se utilizarán en la auditoría
- iii) la falta de aseguramiento de la calidad de los informes emitidos, ello a través de una política de doble revisión, ello para asegurar mayor rigurosidad en los resultados y por tanto mejor calidad de los informes, así como su adecuación al manual.

TERCERA: El plan de mejora de la empresa Incide Económico Social S.A.C., efectivizado a través del manual para el proceso de auditoría de productos de consumo masivo, es una herramienta que coadyuvará a la mejora continúa de los servicios que brinda la empresa, ello a través de la estandarización de la calidad de sus informes, mejora en la eficiencia de sus auditores y aumento de la satisfacción de clientes, lo que potencialmente generará que la empresa pueda ampliar su cartera de clientes y por tanto su participación en el mercado, así como que se puedan ejecutar auditorias de forma más eficiente.





3.6. RECOMENDACIONES

PRIMERA: Es recomendable que la empresa siga formalizando y profesionalizando sus procesos, al igual que se ha hecho a través de este trabajo, abarcando inclusive sus aspectos administrativos y otros servicios distintos a la auditoría de productos de consumo masivo que se decida brindar, ello en atención a los grandes beneficios que ello representa para la estandarización y aseguramiento de la calidad de los servicios que se brinda.

SEGUNDA: Si bien se han identificado las falencias del proceso de auditoría de productos de consumo masivo y se les ha dado solución a través de un plan de mejora efectivizado en un manual para este proceso, es recomendable que este se siga actualizando y se maneje siempre la versión más reciente, conforme la experiencia y la realidad lo requieran, ya que la mejora continua es un proceso constante que debe ser integrado a nivel organizacional, empezando por este proceso.

TERCERA: Es recomendable que los resultados obtenidos producto de la implementación del manual para el proceso de auditoría de productos de consumo masivo sean registrados y cuantificados, de modo tal que se determine su verdadero impacto en la empresa, lo que puede servir como punto de partida para su mejora continua y para nuevas iniciativas de formulación de procesos.





CAPÍTULO IV

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

REFERENCIAS

Dirven , B. B., Pérez, R., Cáceres, R. J., Tito, A. T., Gómez , R. K., & Ticona, A. (2018). *El desarrollo rural establecido en las áreas Vulnerables*. Lima: Colección Racso.

IEC S.A.C. (2020). Incide Económico Social S.A.C. . *Documentos administrativos digitales y electronicos*. Lima, Perú: Electrónico&Digital.

Tovar, G. L. (1986). *El asentamiento y la segregación de los Blancos y Mestizos*. Bogotá: Cengage.

Valverde Reyes, M. (2020). Trabajo de Suficiencia Profesional de LA EPII/UAP - Para obtener el título de Ingeniero Industrial. Lima, Perú: Electrónico&Digital.

Yáñez, J. (2013). *Auditorías, mejora continua y normas ISO*. Obtenido de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/ingenieria/revista/Inge-Industrial/volIII-n9/art7.pdf>





CAPÍTULO V

GLOSARIO DE TÉRMINOS

AC (Auditoría Completa) : se realizan los tres procesos (Inventario, Compras y Cierre)

ANU (Anulado): ningún proceso

CCNN=CTN (Como tienda Nueva): se realiza Solo inventario

Compensado: Cuando la fluctuación de las ventas de un producto, está siendo compensada con las ventas de otro producto de la misma o de distinta marca pero similares características.

Compra reciente: El producto estuvo agotado por algún tiempo y el reabastecimiento se realizó en una fecha muy cercana a la fecha en que se está tomando el inventario. como máximo, siete días antes de nuestra visita.

Confirmado: El producto presentó ventas anormales en cualquiera de los periodos anteriores. En el periodo actual, las ventas del ítem se aproximan a las ventas de hace 1 ó 2 periodos, por lo que normaliza su comportamiento. Antes de incluir esta justificación, se deben agotar todas las demás posibilidades.

Es probable que el producto se encuentre almacenado en el depósito o en lugares que no estén a la vista o al alcance del público.

NI (Sin auditar): No se realiza ningún proceso

Oferta especial: Las ventas de un ítem suben en más de un 30%, influenciadas por la actividad promocional que realizan los fabricantes, y detallistas, lanzando ofertas y descuentos para incentivar las ventas.

PI (Primer Inventario): se realiza Solo inventario por primera vez

Sazonal: Las ventas de un ítem o de la categoría en general, se ven alteradas por la época o temporada especial en que se ofrece el producto.





Sin exposición: Cuando por algún motivo el stock fue retenido en el depósito o se encuentra oculto en el área de ventas del negocio.

Sin Inventario: Cuando por algún motivo se acabó el stock y el colaborador no compró más o quedó sin mercadería la mayor parte del periodo

Verificado: Se aplica cuando el comportamiento de las ventas de un ítem refleja la realidad de la tienda, pero la fluctuación, obedece a situaciones especiales que deben ser confirmados con el colaborador.





CAPÍTULO IV

ANEXOS

Anexo 1

Objetivos de la Auditoría

Objetivos De La Auditoría
La auditoría tiene por objeto determinar el grado de conformidad del sistema de EMPRESA, con respecto a las normas de certificación: ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001.
Alcance De La Auditoría
El alcance de la auditoría contempla las actividades de EMPRESA relacionadas con la "Producción de Azúcar", las cuales son desarrolladas en el centro de trabajo que a continuación se describe: C/ la Travesía, nº 132 – Baeza – Jaén
Documentación De Referencia
<ul style="list-style-type: none">■ Norma de referencia: ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001.■ Documentación del Sistema de Gestión de la Calidad de EMPRESA.■ Legislación y normativas aplicables al sector.
Datos De La Empresa
<ul style="list-style-type: none">■ Responsable por parte de la empresa: Lucas López■ Centros de trabajo: C/ la Travesía, nº 132 – Baeza – Jaén
Equipo Auditor
<ul style="list-style-type: none">■ Auditor Jefe: Dña. Nuria López■ Auditor en cualificación: D. Antonio Muñoz■ Auditor cualificado: D. Luis Jerez <p><i>Nota: se recuerda la posibilidad de recusar al equipo auditor si existieran motivos que pudieran comprometer la imparcialidad e independencia de sus actuaciones.</i></p>

Fuente: (IEC S.A.C., 2020)





Anexo 2
Programa de Trabajo

Programa De Trabajo
<p>Fecha de la auditoría: 12 de Septiembre.</p> <ul style="list-style-type: none">■ 9.30 H: Reunión Inicial: presentación del equipo auditor, confirmación del alcance de la auditoría.■ 10.00 H: Evaluación del Sistema de Gestión Integrado de EMPRESA y desarrollo de la auditoría, según la siguiente planificación.■ 19.00 H: Reunión final y exposición del informe
Recursos Necesarios
<ul style="list-style-type: none">■ El equipo auditor deberá disponer de un juego completo de la documentación del Sistema Integrado de Gestión de EMPRESA. También dispondrán de una sala adecuada donde mantener las reuniones con los auditados.■ Asimismo, durante la visita al área de producción, la empresa proveerá al equipo auditor de cualquier equipo de protección o necesario para preservar la seguridad de los auditores y de los trabajadores de EMPRESA, que fuera necesario para la misma.
Informe De Auditoría
<p>Una vez finalizada la auditoría, el equipo auditor elaborará un informe en el que se presentarán las desviaciones obtenidas durante el desarrollo de la auditoría. Dicho informe será entregado al representante de la empresa, solicitando su conformidad mediante su firma en el mismo.</p>
Confidencialidad
<p>Se garantiza la confidencialidad del presente informe, ya que, el equipo auditor tiene establecido este compromiso sobre toda la información a la que tengan acceso durante el desarrollo de la auditoría. Sólo se realizan dos copias del informe, una para la organización auditada y otra para la entidad de certificación.</p>

Fuente: (IEC S.A.C., 2020)





Anexo 3

Nota de Auditoria de Calidad

Ejemplo Relativo a Calidad: Control de las Subcontratas

La empresa "Cementos del Nora S.L.", pretende certificarse según la ISO 9001. Durante la visita del auditor a una de las instalaciones, ha observado y anotado lo siguiente:

Los almacenamientos en planta de productos finales por parte de la empresa que se encarga de su distribución no son adecuados, por ejemplo, los sacos de cemento no están convenientemente etiquetados de acuerdo a las especificaciones de identificación del producto final.

Auditor: "¿No se dispone de una instrucción para identificación de los productos finales?"

Jefe de Calidad: "Sí, la IT.8, pero no se obliga a su cumplimiento a los subcontratistas."

Al concluir la visita, el auditor y el Jefe de Calidad se dirigen al despacho de éste último. El auditor solicita el Manual de Calidad de la empresa, y comprueba que en el punto 4 se refiere al cumplimiento de las exigencias de calidad por parte de todo el personal, incluyendo subcontratistas.

Tras concluir el análisis, el auditor procede a cumplimentar la siguiente nota de hallazgo:

AUDITORÍA:		EMPRESA: <i>Cementos del Nora S.L.</i>	
Interna	<input type="checkbox"/>	DEPARTAMENTO AUDITADO: <i>Almacén</i>	
Certificación	<input checked="" type="checkbox"/>		
Seguimiento	<input type="checkbox"/>	FECHA: <i>XX_XX_XX</i>	NOTA N°: <i>rd8</i>
Renovación	<input type="checkbox"/>		
NORMA DE APLICACIÓN: <i>ISO 9001</i>			
Punto de la norma al que afecta: <i>8.5.4 Preservación</i>			
Deficiencias encontradas:			
<i>Se han encontrado sacos de cemento que no están convenientemente etiquetados.</i>			
<i>No se ejerce por tanto, un control adecuado sobre la preservación del producto, dado que el etiquetado no cumple las especificaciones de identificación del producto final, en contra de lo establecido en el punto 8.5.4 "Preservación".</i>			
No conformidad	<input checked="" type="checkbox"/>	Desviación	<input type="checkbox"/>
		Observación	<input type="checkbox"/>
Firma del auditor:		Firma del auditado:	

Fuente: (IEC S.A.C., 2020)





Anexo 4

Nota de Control de Auditoría de Calidad

Ejemplo Relativo a Calidad: Control de las Subcontratas			
<p>La empresa "Tejas del Caudal S.L.", está realizando por primera vez una auditoría interna sobre su sistema de gestión ambiental, pues pretende certificarse según la ISO 14001. Durante la visita del auditor a sus instalaciones observa que, en el área posterior de la nave donde se está desmontando una estructura metálica, existe un contenedor de escombros en el que se acumulan restos metálicos, plásticos, botes de pintura, bidones de aceite, tablonces de madera, restos de comida y latas de refrescos, etc.</p> <p>El Jefe de Gestión Ambiental, que acompaña al auditor, se percata de cómo éste ha detenido su mirada en el contenedor.</p> <p>Auditor: <i>"¿No aplican los trabajadores alguna pauta de actuación para la segregación de residuos?"</i></p> <p>Jefe de Gestión Ambiental: <i>"Sí. He elaborado una Instrucción Técnica, la IT 4.6/3. Todos nuestros empleados la conocen y separan los residuos según se indica en ella, pero los albañiles y los pintores son de una subcontrata que ya acaba hoy. Sólo han estado una semana, para restaurar la fachada. Ya tenían que haber venido el mes pasado... Nunca se la damos a las subcontratas, dejamos que lo hagan como quieran para acabar cuanto antes."</i></p> <p>El auditor procede a cumplimentar la siguiente nota de hallazgo::</p>			
AUDITORÍA:		EMPRESA: <i>TEJAS DEL CAUDAL S.L.</i>	
Interna	<input checked="" type="checkbox"/>	DEPARTAMENTO AUDITADO: <i>Subcontratas</i>	
Certificación	<input type="checkbox"/>		
Seguimiento	<input type="checkbox"/>		
Renovación	<input type="checkbox"/>	FECHA: <i>XX_XX_XX</i>	NOTA N°: <i>03</i>
NORMA DE APLICACIÓN: <i>ISO 14001</i>			
Punto de la norma al que afecta: <i>8.1 Planificación y control operacional</i>			
Deficiencias encontradas:			
<p><i>Se ha observado que personal subcontratado no segrega los residuos generados. El Jefe de Gestión Ambiental confirma que no se les facilita la IT 4.6/3. que recoge las pautas para su segregación ni se les indica las directrices de cómo hacerlo.</i></p> <p><i>No se ha comunicado por tanto, los requisitos aplicables a los subcontratistas en contra de lo establecido en el punto 8.1 "Planificación y control operacional" de la Norma</i></p>			
No conformidad	<input type="checkbox"/>	Desviación	<input checked="" type="checkbox"/>
		Observación	<input type="checkbox"/>

Fuente: (IEC S.A.C., 2020)

