



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**Proyecto Integrador, previo a la obtención del Título de Licenciada en  
Contabilidad y Auditoría**

**Tema:**

---

**“Auditoría de gestión al departamento de comercialización de la empresa  
Speedycom Cía. Ltda.”**

---

**Autora:** Saavedra Callata, Chayna Alexandra Esperanza

**Tutora:** Dra. Toscano Morales, Cecilia Catalina

**Ambato - Ecuador**

**2023**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Yo, Dra. Cecilia Catalina Toscano Morales con cédula de ciudadanía No. 180262479-9, en mi calidad de Tutora del proyecto integrador sobre el tema: “**AUDITORÍA DE GESTIÓN AL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**”, desarrollado por Chayna Alexandra Esperanza Saavedra Callata, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, agosto 2023

**TUTORA**



.....  
Dra. Cecilia Catalina Toscano Morales

C.C. 180262479-9

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Chayna Alexandra Esperanza Saavedra Callata con cédula de ciudadanía No. 175104512-9, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto integrador, bajo el tema: **“AUDITORÍA DE GESTIÓN AL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA SPEEDYCOM CÍA. LTDA.”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto Integrador.

Ambato, agosto 2023

**AUTORA**



.....  
Chayna Alexandra Esperanza Saavedra Callata

C.C. 175104512-9

## **CESIÓN DE DERECHOS**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto integrador, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto integrador, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto integrador, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, agosto 2023

**AUTORA**



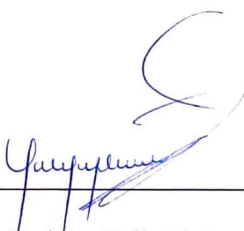
.....  
Chayna Alexandra Esperanza Saavedra Callata

C.C. 175104512-9

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el proyecto integrador, sobre el tema: **“AUDITORÍA DE GESTIÓN AL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA SPEEDYCOM CÍA. LTDA”**, elaborado por Chayna Alexandra Esperanza Saavedra Callata, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.


Ambato, agosto 2023



---

Dra. Tatiana Valle PhD.

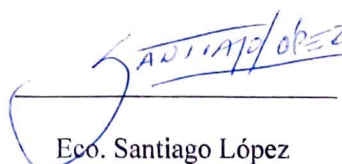
**PRESIDENTE**



---

Eco. David Ortiz

**MIEMBRO CALIFICADOR**



---

Eco. Santiago López

**MIEMBRO CALIFICADOR**

## **DEDICATORIA**

*En primer lugar, quiero dedicar este logro a Dios por estar presente en mi vida y acompañarme en todo mi camino, por ser mi fortaleza y otorgarme sabiduría para hablar y actuar, por darme fe y esperanza en los momentos más difíciles, y por brindarme su amor y apoyo incondicional cuando más lo necesitaba.*

*A mis padres por brindarme su apoyo para que nunca me rinda ante las adversidades, por motivarme e inspirarme a alcanzar todo lo que me proponga, por aconsejarme y guiarme por el buen camino, y por querer siempre lo mejor para mí.*

*A mis hermanos por depositar su confianza en mí, por creer en mí y apoyarme en los buenos y malos momentos, por impulsarme a seguir luchando por mis sueños y por ser mis mayores confidentes.*

*A mi mascota por alegrar cada uno de mis días, por demostrarme su amor incondicional, por brindarme su cariño inmenso, y por ser mi fiel y leal compañero.*

***Chayna Alexandra Esperanza Saavedra Callata***

## **AGRADECIMIENTO**

*A la Universidad Técnica de Ambato por abrirme las puertas de su establecimiento y permitirme pertenecer a tan prestigiosa institución, y a los docentes de la facultad de Contabilidad y Auditoría por brindarme sus conocimientos y enseñanzas que me han permitido crecer personal y profesionalmente, y por tener paciencia y dedicación durante mi trayectoria estudiantil.*

*A mi tutora la Dra. Cecilia Toscano por compartirme sus conocimientos y enseñanzas, por apoyarme y aconsejarme en todo momento, y por su tiempo, guía y paciencia durante el desarrollo del presente proyecto.*

*Finalmente, a la empresa Speedycom Cía. Ltda. por abrirme las puertas de su institución y permitirme realizar mi proyecto de titulación, por brindarme la información y las herramientas necesarias que hicieron posible la elaboración del presente proyecto.*

***Chayna Alexandra Esperanza Saavedra Callata***

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:** “AUDITORÍA DE GESTIÓN AL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA SPEEDYCOM CÍA. LTDA.”

**AUTORA:** Chayna Alexandra Esperanza Saavedra Callata

**TUTORA:** Dra. Cecilia Catalina Toscano Morales

**FECHA:** Agosto 2023

**RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto integrador se desarrolló con el objetivo de realizar una auditoría de gestión al departamento de comercialización de la empresa Speedycom Cía. Ltda. para medir la eficiencia y eficacia de los procesos u operaciones. Con esa finalidad se aplicaron las fases de la auditoría que son: planificación, ejecución y comunicación de resultados. Al realizar el estudio preliminar de la entidad se determinó que existe un nivel de riesgo bajo, sin embargo, se detectaron ciertas falencias que afectan al sistema de control interno. Entre ellas se resalta que la entidad no contempla en su planificación un documento formal en el cual plasmar las metas y objetivos que esta pretende lograr en función a su misión y visión. Adicionalmente la entidad no tiene establecido indicadores de desempeño que les permita medir el cumplimiento de metas y objetivos tanto a corto como a largo plazo. Por otra parte, para medir el nivel de eficiencia, eficacia y calidad de los procesos, se aplicaron indicadores de gestión donde se determinó que la mayoría de los servidores del departamento de comercialización no conocen los detalles estratégicos de la organización, generando que no exista un compromiso laboral por parte del personal ante la entidad. Además, no todos los servidores están satisfechos con su cargo y sus funciones, lo que conlleva a que la productividad de la entidad se vea afectada por un bajo nivel de desempeño. A sí mismo, se midió el nivel de satisfacción de los clientes, donde se pudo identificar que la entidad no realiza seguimientos continuos y periódicos a sus clientes para evitar la insatisfacción de los mismos. Finalmente, se elaboró el informe con el propósito de ayudar a los directivos de la entidad a tomar decisiones que permitan fortalecer el control interno para el cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales.

**PALABRAS DESCRIPTORAS:** AUDITORÍA, GESTIÓN, COMERCIALIZACIÓN, EMPRESA, INDICADORES.



**TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO**  
**FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING**  
**ACCOUNTING AND AUDITING CAREER**

**TOPIC:** "MANAGEMENT AUDIT TO THE MARKETING DEPARTMENT OF THE COMPANY SPEEDYCOM CÍA. LTDA."

**AUTHOR:** Chayna Alexandra Esperanza Saavedra Callata

**TUTOR:** Dra. Cecilia Catalina Toscano Morales

**DATE:** August 2023

**ABSTRACT**

This integrative project was developed with the objective of conducting a management audit of the marketing department of Speedycom Cía. Ltda. to measure the efficiency and effectiveness of the processes or operations. For this purpose, the following audit phases were applied: planning, execution and communication of results. When conducting the preliminary study of the entity, it was determined that there is a low risk level; however, certain deficiencies were detected that affect the internal control system. Among them is the fact that the entity does not contemplate in its planning a formal document in which the goals and objectives it intends to achieve according to its mission and vision are set out. In addition, the entity has not established performance indicators to measure compliance with its goals and objectives in both the short and long term. On the other hand, in order to measure the level of efficiency, effectiveness and quality of the processes, management indicators were applied, where it was determined that most of the employees of the marketing department do not know the strategic details of the organization, resulting in a lack of work commitment on the part of the personnel to the entity. In addition, not all employees are satisfied with their position and their functions, which leads to a low level of performance affecting the productivity of the organization. At the same time, the level of customer satisfaction was measured, where it was identified that the entity does not carry out continuous and periodic follow-ups to its customers to avoid customer dissatisfaction. Finally, the report was prepared with the purpose of helping the entity's managers to make decisions that will allow strengthening internal control for the fulfillment of organizational goals and objectives.

**KEYWORDS:** AUDIT, MANAGEMENT, MARKETING, COMPANY, INDICATORS.

## ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
<b>PÁGINAS PRELIMINARES</b>	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
RESUMEN EJECUTIVO .....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiv
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>1</b>
1.1 Introducción .....	1
1.1.1 Antecedentes del proyecto integrador.....	1
1.1.1.1 Historia de la empresa.....	1
1.1.1.2 Detalles estratégicos.....	1
1.1.1.3 Estructura organizacional.....	3
1.1.1.4 Detalles de operación .....	4
1.1.1.5 Detalles legales.....	4
1.1.1.6 Marcas y logos .....	5
1.1.1.7 Ubicación .....	5
1.1.2 Descripción del entorno .....	6

1.1.2.1	Auditoría de gestión en las empresas .....	6
1.1.2.2	Auditoría de gestión en las empresas de servicios .....	7
1.1.2.3	Auditoría de gestión en la empresa Speedycom Cía. Ltda. ....	8
1.1.3	Justificación .....	9
1.1.4	Objetivos .....	11
1.1.4.1	Objetivo general .....	11
1.1.4.2	Objetivos específicos .....	11
1.2	Revisión de la literatura .....	11
1.2.1	Teoría de la auditoría administrativa y su relación con la auditoría de gestión.....	11
1.2.2	Auditoría .....	11
1.2.3	Auditoría de gestión .....	12
1.2.3.1	Importancia .....	12
1.2.3.2	Objetivos .....	12
1.2.3.3	Características .....	13
1.2.3.4	Beneficios.....	13
1.2.3.5	Herramientas .....	14
1.2.3.6	Fases .....	21
1.2.4	Proceso de comercialización.....	22
	<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>24</b>
	<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>24</b>
2.1	Descripción de la metodología.....	24
2.2.1	Unidad de análisis .....	24
2.1.2	Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de información.....	24
2.1.2.1	Fuentes de información primaria .....	24
2.1.2.2	Fuentes de información secundaria.....	27
2.1.3	Fases de desarrollo .....	29

<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>31</b>
<b>DESARROLLO.....</b>	<b>31</b>
3.1 Auditoría de gestión .....	31
3.1.1. Planificación .....	34
3.1.2 Ejecución .....	91
3.1.3 Comunicación de resultados.....	138
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>156</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>156</b>
4.1 Conclusiones .....	156
4.2 Recomendaciones.....	157
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>158</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
<b>Tabla 1.</b> Características de la auditoría de gestión .....	13
<b>Tabla 2.</b> Clasificación de los riesgos de auditoría.....	17
<b>Tabla 3.</b> Tipos de muestreo .....	18
<b>Tabla 4.</b> Técnicas de auditoría.....	19
<b>Tabla 5.</b> Indicadores de gestión.....	20
<b>Tabla 6.</b> Personas encuestadas .....	25
<b>Tabla 7.</b> Cuestionario para evaluar la gestión del departamento de comercialización .....	25
<b>Tabla 8.</b> Ficha de observación.....	28
<b>Tabla 9.</b> Fases de la auditoría de gestión.....	29

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
<b>Gráfico 1.</b> Organigrama estructural de la empresa Speedycom Cía. Ltda. ....	3
<b>Gráfico 2.</b> Logo de la empresa Speedycom Cía. Ltda.....	5
<b>Gráfico 3.</b> Ubicación de la empresa Speedycom Cía. Ltda.....	5
<b>Gráfico 4.</b> Objetivos de la auditoría de gestión.....	12
<b>Gráfico 5.</b> Beneficios de la auditoría de gestión .....	13
<b>Gráfico 6.</b> Tipos de controles .....	16
<b>Gráfico 7.</b> Tipos de evidencia .....	18
<b>Gráfico 8.</b> Procedimientos de auditoría.....	19
<b>Gráfico 9.</b> Fases de la auditoría de gestión.....	22

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Introducción**

#### **1.1.1 Antecedentes del proyecto integrador**

##### **1.1.1.1 Historia de la empresa**

La empresa Speedycom Cía. Ltda. cuenta con la siguiente trayectoria en el sector de telecomunicaciones conforme consta en su página web (Speedy, 2023).

Speedycom Cía. Ltda. tiene su origen en la ciudad de Ambato, se encuentra ubicada en Ficoa entre las calles Frutillas 01-119 y Limas, fue creada el 9 de mayo del 2006 por Oswaldo Francisco Vallejo Vinueza, Tannia Catalina Vallejo Vinueza y Manuel Vinicio Vallejo Vinueza. La empresa ambateña se constituyó con la finalidad de satisfacer las necesidades tecnológicas de la sociedad ecuatoriana para mejorar su calidad de vida, su función principal es atender exitosamente la gran demanda de servicios de internet que requiere el mercado ecuatoriano.

La empresa cuenta con más de 15 años de experiencia brindando servicios de internet y transmisión de datos de alta capacidad y velocidad, utilizando tecnología de punta amigable con el medio ambiente y con personal altamente calificado que contribuya al desarrollo tecnológico del país.

Actualmente la empresa ha logrado expandir sus operaciones en las provincias de Cotopaxi, Chimborazo, Tungurahua, Pastaza, Napo y Pichincha, ofreciendo un servicio estable, seguro y rápido a través de una red de fibra óptica para satisfacer los requerimientos de la población.

##### **1.1.1.2 Detalles estratégicos**

De acuerdo al jefe Administrativo y Financiero de la empresa Speedycom Cía. Ltda. Castro (2023) la empresa cuenta con los siguientes detalles estratégicos:

## **Misión**

Brindar soluciones integrales de telecomunicaciones con la más alta tecnología con talento humano apasionado por su trabajo enfocado a satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

## **Visión**

Ser una compañía de conocimiento y entretenimiento digital en la Zona Centro del Ecuador, gracias a nuestras soluciones innovadoras de productos y servicios, para así lograr ser reconocidos por nuestro servicio de calidad humana y profesional.

## **Valores**

Speedycom Cía. Ltda. brinda sus servicios aplicando los siguientes valores:

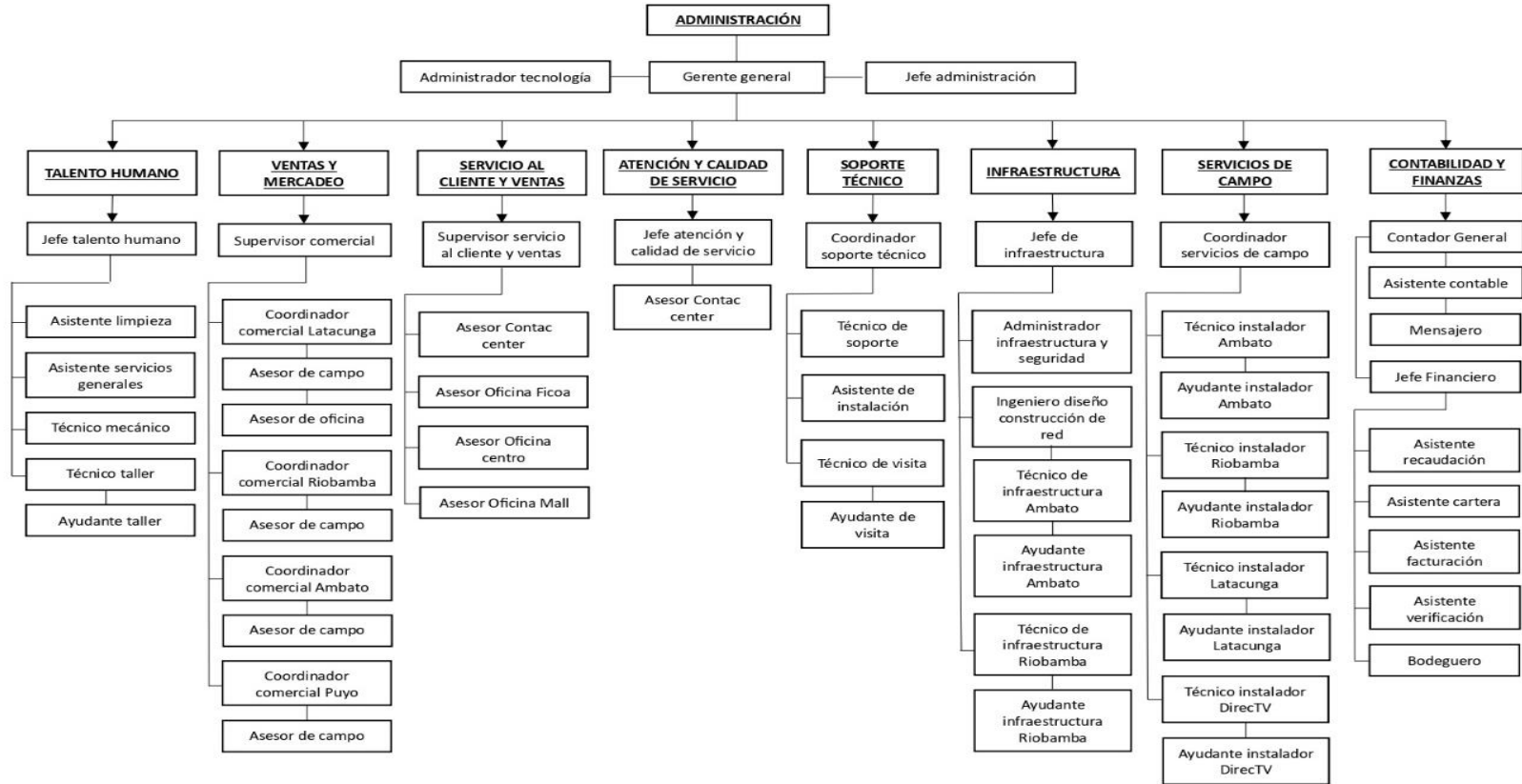
- Actitud de Servicio
- Pasión
- Sinergia y Trabajo en equipo
- Innovación y Proactividad
- Integridad
- ADN Speedy



### 1.1.1.3 Estructura organizacional

A continuación, se presenta el organigrama estructural de la Empresa Speedycom Cía. Ltda.

*Gráfico 1. Organigrama estructural de la empresa Speedycom Cía. Ltda.*



**Fuente:** Empresa Speedycom Cía. Ltda. (2023)

**Elaborado por:** Saavedra (2023)

#### **1.1.1.4 Detalles de operación**

Según el jefe Administrativo y Financiero de la empresa Speedycom Cía. Ltda. Castro (2023) la empresa tiene como actividad económica la prestación de servicios de internet y transmisión de datos de alta capacidad y velocidad, utilizando una red de fibra óptica para brindar soluciones integrales de telecomunicaciones con la más alta tecnología a sus clientes. Entre los servicios que brinda la empresa se encuentran los siguientes:

##### **Planes speedy home básicos zonas especiales**

- Acceso Fos 25Mb Speedy Home - Valor mensual \$ 19,00 – Valor instalación \$ 0,00
- Acceso Fos 60Mb Speedy Home – Valor mensual \$ 22,40 – Valor instalación \$ 0,00

##### **Planes speedy home básicos**

- Acceso Fos 100Mb Home – Valor mensual \$ 25,00 – Valor instalación \$ 0,00
- Acceso Fos 150Mb Home – Valor mensual \$ 28,00 – Valor instalación \$ 0,00

##### **Planes premium**

- Acceso Fos 200Mb Home – Valor mensual \$ 30,00 – Valor instalación \$ 0,00
- Acceso Fos 250Mb Home – Valor mensual \$ 33,60 – Valor instalación \$ 0,00
- Acceso Fos 275Mb Home – Valor mensual \$ 35,00 – Valor instalación \$ 0,00
- Acceso Fos 350Mb Home – Valor mensual \$ 42,00 – Valor instalación \$ 0,00

##### **Planes basic pymes**

- Basic Pymes Fos 75 Mb – Valor mensual \$ 39,20 – Valor instalación \$ 56,00
- Basic Pymes Fos 100 Mb – Valor mensual \$ 45,00 – Valor instalación \$ 56,00

##### **Planes premium pymes**

- Premium Pymes Fos 150 Mb – Valor mensual \$ 64,00 – Valor instalación \$ 0,00
- Premium Pymes Fos 200 Mb – Valor mensual \$ 78,40 – Valor instalación \$ 0,00

#### **1.1.1.5 Detalles legales**

De acuerdo al jefe Administrativo y Financiero de la empresa Speedycom Cía. Ltda. Castro (2023) la empresa está sujeta a las siguientes disposiciones legales:

- Código Tributario

- Código de Trabajo
- Ley Orgánica de Telecomunicaciones
- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno
- Ley de Seguridad Social
- Ley de Compañías
- Reglamento General a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones
- Reglamento de aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno
- Estatuto de constitución de la compañía

### 1.1.1.6 Marcas y logos

**Gráfico 2.** Logo de la empresa Speedycom Cía. Ltda.



**Fuente:** Empresa Speedycom Cía. Ltda. (2023)

### 1.1.1.7 Ubicación

La empresa Speedycom Cía. Ltda. se encuentra ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, parroquia Ficoa en las calles Frutillas 01-119 y Limas.

**Gráfico 3.** Ubicación de la empresa Speedycom Cía. Ltda.



**Fuente:** Google Maps (2023)

## **1.1.2 Descripción del entorno**

### **1.1.2.1 Auditoría de gestión en las empresas**

En un mundo globalizado la auditoría de gestión juega un papel muy importante. De acuerdo con Llumiguano, Gavilánez & Chávez (2021) esta auditoría permite establecer recomendaciones y acciones correctivas que ayudan a los directivos de las empresas a incrementar la eficiencia y eficacia en los procesos y actividades. Por su parte, Zambrano, Álvarez, & Yoza (2021) consideran que la auditoría de gestión permite generar procedimientos, métodos y técnicas para mejorar la eficiencia y eficacia en los procesos llevados a cabo en una organización.

En el mismo sentido, López & García (2007) mencionan que esta auditoría permite implementar un control sobre las actividades, proyectos y planes que la empresa pretende lograr con el fin de obtener resultados en términos de eficiencia y eficacia. A su vez, Villacreces (2022) nos dice que la auditoría de gestión ayuda a diagnosticar, controlar, verificar y establecer recomendaciones para los procesos que se llevan a cabo en una entidad. Esto, con el fin de determinar que esos procesos se realicen de forma eficiente y que exista un buen manejo administrativo.

Ante lo expuesto, Franklin (2007) considera que la auditoría de gestión es un examen integral o parcial que se realiza en una organización, para precisar su nivel de desempeño y oportunidades de mejora. Bajo ese criterio, Santamaría, Cárdenas & Vega (2016) mencionan que esta auditoría es un examen objetivo y profesional que se ejecuta con la finalidad de proporcionar una evaluación independiente del desempeño de una organización para facilitar la toma de decisiones.

Después de contextualizar el panorama general sobre el impacto que tiene la auditoría de gestión en las empresas, Bravo, Bravo & López (2018) consideran que esta auditoría es importante por diversas razones, entre ellas porque es aplicable a todas las operaciones que se llevan a cabo en una organización. Además, gracias al examen que realiza este tipo de auditoría se puede comprobar la veracidad y autenticidad de dichas operaciones, por lo que es de gran utilidad para la gerencia de la entidad. Asimismo, Arias (2018) menciona que la auditoría de gestión debe realizarse de forma continua a

lo largo del tiempo, para ayudar a identificar, analizar, evaluar, comunicar y monitorear los riesgos de manera eficiente y oportuna.

### **1.1.2.2 Auditoría de gestión en las empresas de servicios**

De acuerdo con Diaz & Salazar (2021) en un mercado cada vez más globalizado la competitividad en las industrias han obligado a las organizaciones a producir bienes o servicios que cumplan e inclusive superen las expectativas de los clientes. Bajo ese criterio, Bell (2011) menciona que el desarrollo de las empresas depende de la calidad con la que brindan sus productos o servicios a los clientes, cuyas demandas sustentan los ingresos y utilidades que perciben las mismas. Por lo que, es muy importante conseguir la máxima satisfacción del cliente, tomando en consideración sus preferencias y necesidades.

En el mismo sentido, Gonzáles & Gonzáles (2008) mencionan que las organizaciones contemporáneas no persiguen únicamente la eficiencia en sus procesos sino también la eficacia en la gestión de los mismos. Todo ello con el fin de conseguir la máxima satisfacción del cliente, lo cual es un aspecto esencial para la empresa. A su vez, Bueno (2007) considera que implementar una mejor gestión en los procesos de una organización ayudará a la producción de bienes y servicios mejores y más completos, que ofertados ante la competencia generará ventaja competitiva para la entidad.

De esta manera, el reto de las organizaciones es proporcionar servicios o productos más competitivos, los cuales estarán dados por la relación entre la calidad, la cantidad, la rapidez, la oportunidad y el precio de venta con que llegan a los clientes. Estos factores se derivan de la eficiencia y eficacia de los departamentos de producción o servicios de una entidad (Hernández, Barrios & Martínez, 2018). Ante lo expuesto, la auditoría de gestión juega un papel fundamental, ya que proporciona una evaluación independiente sobre el desempeño de una organización, con un enfoque de mejora de la eficiencia y eficacia en los procesos (Arias, 2018).

Finalmente, Bell (2011) considera importante realizar una auditoría de gestión, ya que esta permite medir las actuaciones de la dirección en el pasado y en el presente, para mejorar el futuro. Lo anterior, implica tener un enfoque que se centre en evaluar el

logro de los objetivos planteados para elevar la eficiencia y eficacia en los procesos. De igual manera, Ojeda & Carmona (2013) mencionan que la auditoría de gestión nace por la necesidad evaluar y cuantificar los logros alcanzados por una organización en un determinado periodo, con el fin de lograr un mejor desempeño y productividad empresarial.

### **1.1.2.3 Auditoría de gestión en la empresa Speedycom Cía. Ltda.**

Speedycom Cía. Ltda. es una empresa cuya principal actividad económica es brindar servicios de internet al creciente mercado ecuatoriano para satisfacer sus necesidades y expectativas (Speedy, 2023). De esta manera, el reto de la organización es proporcionar servicios más competitivos, los cuales estarán dados por la relación entre la calidad, la cantidad, la rapidez, la oportunidad y el precio de venta con que llegan a los clientes. Estos factores se derivan de la eficiencia y eficacia de los procesos u operaciones que se llevan a cabo en la entidad, específicamente en el departamento de comercialización, debido a que el mismo es el encargado de impulsar estrategias comerciales que permitan conseguir la máxima satisfacción del cliente, cuyas demandas sustentan los ingresos y utilidades que percibe la entidad (Hernández, Barrios & Martínez, 2018). Según el supervisor Comercial de la empresa Speedycom Cía. Ltda. Astudillo (2023) el departamento de comercialización ha venido presentando dificultades en sus procesos, entre ellos se encuentra el proceso de regularización de contratos.

De acuerdo con el jefe Administrativo y Financiero de la empresa Speedycom Cía. Ltda. Castro (2023) la empresa ha sido sometida a auditorías externas financieras, donde se hizo énfasis en temas contables, tributarios e inventarios. De esta manera, hasta la fecha la empresa no tiene antecedentes de Auditoría de gestión que les permita conocer posibles debilidades en los procesos u operaciones llevados a cabo en la entidad. Al no ser objetos de auditoría de gestión tampoco se ha verificado si las herramientas implementadas están siendo efectivas para el logro de metas y objetivos propuestos.

Ante lo expuesto, se considera importante realizar una auditoría de gestión específicamente al departamento de comercialización, para evaluar el grado de

eficiencia y eficacia de los procesos que se ejecuten en dicho departamento, así como también determinar si las herramientas implementadas por la organización son adecuadas para lograr los objetivos propuestos.

### **1.1.3 Justificación**

De acuerdo con Hernández, Barrios & Martínez (2018) actualmente la competitividad empresarial es cada vez más fuerte y exigente respecto a la calidad de los servicios que se brindan a los clientes. Es por ello, que existe la necesidad de evaluar de forma sistemática el cumplimiento de metas y objetivos establecidos por la organización. Bajo ese criterio, Matute (2018) considera importante realizar una auditoría de gestión que permita aplicar un modelo de sistema de gestión para fortalecer las actividades y operaciones de la entidad. Además, menciona que el principal problema que tienen las organizaciones es la implementación de un sistema de gestión deficiente, lo que provoca que se generen falencias en el cumplimiento de los objetivos propuestos por la institución.

En el mismo contexto, Arias (2018) menciona que las organizaciones tanto del sector público como privado enfrentan diversos riesgos de gestión. Por lo que, es sumamente necesario utilizar herramientas como la auditoría de gestión, para determinar cuáles son las falencias en la gestión empresarial desde el punto de vista de la eficiencia y eficacia.

Asimismo, Ojeda & Carmona (2013) mencionan que las empresas tienen la necesidad de medir y cuantificar los logros alcanzados en un determinado período. Lo cual, promueve la realización de una auditoría de gestión para determinar el grado de eficiencia y eficacia de los procesos u operaciones que estén ligados al cumplimiento de metas y objetivos organizacionales. Igualmente consideran que esta auditoría aplica controles operativos y acciones correctivas que ayudan a los directivos de la entidad a desarrollar habilidades para identificar falencias que puedan afectar a la gestión administrativa.

A su vez, Franco, Echeverría & Gamboa (2016) consideran que el informe que suministra una auditoría es un factor importante para la toma de decisiones, debido a

que brinda una opinión veraz y oportuna sobre los problemas detectados, así como recomendaciones que permitan fortalecer el control interno.

Por otra parte, Marcias, Zavala & Peñafiel (2019) mencionan que en el Ecuador la auditoría de gestión ocupa un espacio importante dentro de las organizaciones, debido a que es necesario que se realicen evaluaciones que permitan medir el desempeño de una entidad. En el mismo contexto, Carrera (2022) señala que en el Ecuador la auditoría de gestión es la acción que está encaminada a evaluar los procesos de control interno, la eficiencia y el desempeño de las pequeñas, medianas y grandes empresas. Eso, con el fin de medir y cuantificar sistemáticamente los objetivos alcanzados por la entidad, identificando oportunidades de desarrollo y mejora continua.

En síntesis, realizar una auditoría de gestión es importante porque permite evaluar los procesos u operaciones que ejecuta una entidad, para medir su desempeño en términos de eficiencia y eficacia. Su propósito no solo es verificar que las herramientas implementadas por la organización estén funcionando de manera efectiva, sino también determinar si esas herramientas son adecuadas para lograr los objetivos y metas de la organización (Arias, 2018).

El presente proyecto integrador tiene como finalidad realizar una auditoría de gestión al departamento de comercialización de la empresa Speedycom Cía. Ltda., para medir la eficiencia y eficacia de los procesos u operaciones. Mediante la aplicación de esta auditoría se podrá identificar, analizar, evaluar, monitorear y comunicar los riesgos detectados de manera eficiente y oportuna; y a través de recomendaciones y acciones correctivas ayudar a los directivos de la empresa a tomar decisiones para mejorar la eficiencia y eficacia de sus procesos u operaciones, lo que conllevará al cumplimiento de metas y objetivos de la institución (Arias, 2018).



#### **1.1.4 Objetivos**

##### **1.1.4.1 Objetivo general**

Ejecutar la Auditoría de Gestión al departamento de comercialización de la empresa Speedycom Cía. Ltda. para la medición de la eficiencia, y eficacia de los procesos u operaciones.

##### **1.1.4.2 Objetivos específicos**

- Elaborar la planificación de la auditoría de Gestión para la determinación de los niveles de riesgo y enfoque de auditoría.
- Realizar la auditoría de Gestión para la obtención de evidencias suficientes y competentes que sustenten los resultados.
- Comunicar los resultados de la auditoría de Gestión a través del informe para la toma de decisiones de alta gerencia.

#### **1.2 Revisión de la literatura**

##### **1.2.1 Teoría de la auditoría administrativa y su relación con la auditoría de gestión**

Según Rodríguez (1990) la teoría de la auditoría administrativa nace por la necesidad de evaluar el desempeño organizacional, lo cual es importante para medir en que grado se han cumplido los objetivos planteados por la entidad. Esta teoría consiste en aplicar diversos procedimientos para evaluar la eficiencia de los resultados en relación a las metas fijadas, recursos humanos, recursos financieros y materiales empleados; la organización, uso y coordinación de dichos recursos; los métodos y controles implantados; y su forma de operar. De esta manera, aplicar la teoría de la auditoría administrativa para desarrollar la auditoría de gestión permitirá evaluar el desempeño organizacional, lo cual es necesario para poder medir la eficiencia y eficacia de los procesos u operaciones que se llevan a cabo en la entidad y que conllevan al cumplimiento de las metas y objetivos de la organización.

##### **1.2.2 Auditoría**

La auditoría es un proceso sistemático, independiente y documentado que permite obtener y evaluar de manera objetiva la evidencia de auditoría con la finalidad de

determinar el grado de cumplimiento de los criterios de auditoría, ya sea esta interna o externa y de una o más disciplinas (ISO 14001, 2015).

### 1.2.3 Auditoría de gestión

Es un examen sistemático que se lleva a cabo en una entidad, con el fin de evaluar el grado de eficiencia y eficacia en la planificación, control y utilización de sus recursos disponibles, y el logro de los objetivos previstos (Arias, 2018). Por su parte, Villacreces (2022) menciona que la auditoría de gestión es un instrumento que permite diagnosticar, controlar, verificar y establecer recomendaciones para los procesos que se llevan a cabo en una entidad, con el fin de determinar su eficiencia.

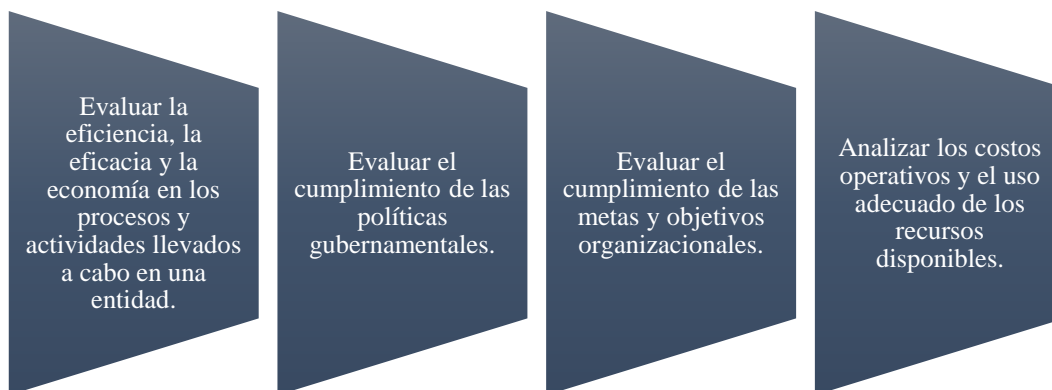
#### 1.2.3.1 Importancia

De acuerdo con Bravo, Bravo & López (2018), la auditoría de gestión es importante por diversas razones, entre ellas porque es aplicable a todas las operaciones que se llevan a cabo en una organización. Además, gracias al examen que realiza este tipo de auditoría, se puede comprobar la veracidad y autenticidad de dichas operaciones, por lo que es de gran utilidad para la gerencia de la entidad. En el mismo sentido, Arias (2018) menciona que realizar una auditoría de gestión es importante porque permite evaluar los procesos u operaciones que ejecuta una entidad, para medir su desempeño en términos de eficiencia y eficacia.

#### 1.2.3.2 Objetivos

De acuerdo con Armas (2008) la auditoría de gestión tiene los siguientes objetivos:

**Gráfico 4.** *Objetivos de la auditoría de gestión*



**Fuente:** Armas (2008)

**Elaborado por:** Saavedra (2023)

### 1.2.3.3 Características

De acuerdo con Arias (2018) la auditoría de gestión tiene las siguientes características:

**Tabla 1.** Características de la auditoría de gestión

<b>Características de la auditoría de gestión</b>	
<b>Permanente</b>	Debe ser continua en el tiempo para contribuir de manera eficiente y oportuna a identificar, analizar, evaluar, comunicar y monitorear los riesgos.
<b>Estratégica</b>	Se enfoca en aspectos relevantes que influyen en el desarrollo de la organización.
<b>Objetiva</b>	Debe garantizar que los hallazgos y las conclusiones se sustenten en evidencia verificable.
<b>Confiable</b>	Brinda información veraz y exacta para minimizar el nivel de riesgo.
<b>Diligente</b>	Debe cumplir con diligencia y oportunidad los requerimientos del organismo de control.
<b>Efectiva</b>	Debe proporcionar recomendaciones preventivas, detectivas o correctivas de los hallazgos detectados.

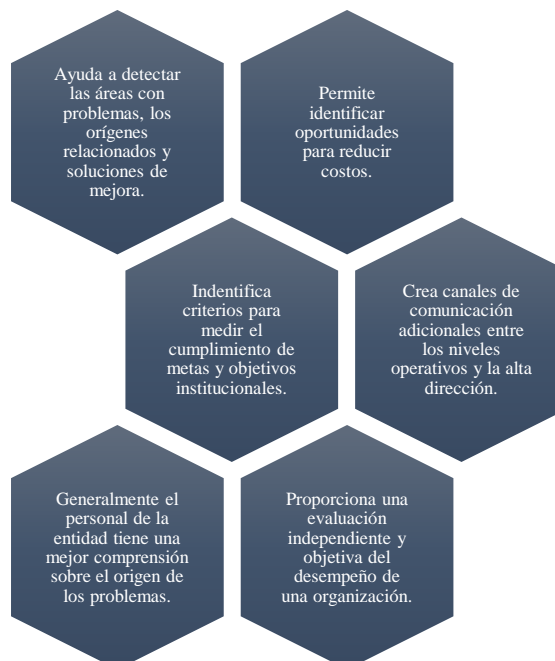
**Fuente:** Armas (2008)

**Elaborado por:** Saavedra (2023)

### 1.2.3.4 Beneficios

Según Vallejo (2015), realizar una auditoría de gestión brinda los siguientes beneficios:

**Gráfico 5.** Beneficios de la auditoría de gestión



**Fuente:** Vallejo (2015)

**Elaborado por:** Saavedra (2023)

### **1.2.3.5 Herramientas**

#### **Equipo multidisciplinario**

Para una auditoría de gestión es fundamental contar con un equipo multidisciplinario, el mismo se define como un equipo formado por profesionales de distintas trayectorias académicas y profesionales. Contar con un equipo multidisciplinario ayuda a tener una mayor perspectiva del proceso que se vaya a realizar, puesto que a pesar de que los miembros del equipo pertenecen a diferentes ámbitos laborales trabajan de manera conjunta para resolver un problema en concreto (Rodríguez, 2019).

#### **Control interno**

##### **Evaluación de control interno**

Es un proceso llevado a cabo por una organización para garantizar un cierto nivel de seguridad en cuanto al logro de sus objetivos, ya sea en la eficiencia y eficacia de las operaciones, el cumplimiento de leyes, la normativa vigente, la transparencia de la información financiera, entre otros. El control interno crea un plan estructurado que ayuda a la alta dirección a concentrarse en lograr sus objetivos operativos y financieros mientras el negocio opera normalmente, minimizando las pérdidas. También, debe asegurar una estructura organizacional que permita el logro de los objetivos y la realización de auditorías periódicas para asegurar que estos objetivos se alcancen efectivamente (Sotomayor, 2015).

##### **Componentes del control interno**

De acuerdo con Estupiñán (2016) el modelo COSO se encuentra estructurado por los siguientes componentes:

###### **- Ambiente de control**

Consiste en la creación de un entorno que estimule e influya en las acciones del personal con respecto al control de sus actividades. Es esencialmente el elemento primario sobre el cual se sustentan o funcionan los otros cuatro componentes, y a su vez, es primordial para el logro de los objetivos de control. Su incidencia permite:

- Estructurar las actividades del negocio
- Asignar autoridad y responsabilidad
- Organizar al personal
- Compartir y comunicar valores y creencias

- Generar conciencia por parte de los empleados, respecto a la importancia del control

#### **- Evaluación de riesgos**

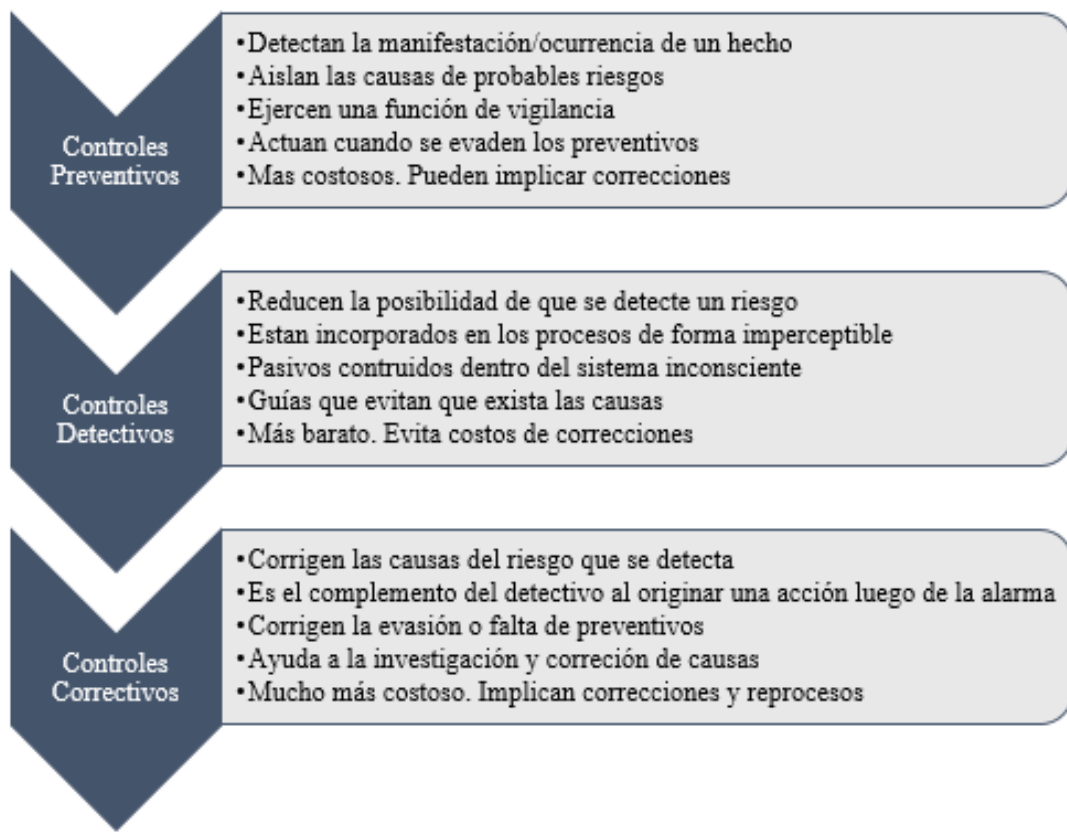
Es la identificación y análisis de los riesgos asociados al logro de los objetivos y es la base para determinar cómo mejorar los riesgos. También hace referencia a los mecanismos necesarios para identificar y gestionar riesgos que afecten al entorno de la organización y al control interno. Toda organización enfrenta diversos riesgos provenientes de fuentes internas, externas o ambas. Estos riesgos deben ser evaluados por la organización para:

- Proteger sus bienes
- Mantener ventaja competitiva
- Construir y mantener su imagen
- Aumentar su solidez financiera
- Conservar su crecimiento

#### **- Actividades de control**

Son aquellas realizadas por la gerencia y otros empleados para cumplir las actividades que se les ha sido asignadas. Estas actividades son expresadas a través de políticas, sistemas y procedimientos, pueden ser manuales o computarizadas. Sin embargo, todas ellas deben apuntar hacia los riesgos, y para prevenir riesgos o tratarlos se requiere de ciertos tipos de controles como los siguientes:

**Gráfico 6. Tipos de controles**



**Fuente:** Estupiñán (2016)

**Elaborado por:** Saavedra (2023)

### **- Sistemas de información y comunicación**

Los sistemas de información están distribuidos por todas las unidades que componen una organización y todos ellos atienden a uno o más objetivos de control. Se entiende ampliamente que los sistemas de información incluyen controles generales y controles de aplicación. Los controles generales tienen como objetivo asegurar el correcto funcionamiento y continuidad, incluyendo el control sobre el procesamiento de datos y seguridad física, y la contratación y mantenimiento del hardware y software. También abarcan funciones de desarrollo y mantenimiento de sistemas, soporte técnico, gestión de base de datos, entre otros. Los controles de aplicación están direccionados hacia el interior de cada sistema y funcionan para lograr el procesamiento, la integridad y la confiabilidad, a través de la autorización y validación correspondiente.

## - Supervisión y Monitoreo

La realización de las actividades en una organización, permite observar si efectivamente se están cumpliendo con los objetivos de control y si los riesgos se están abordando adecuadamente. Los niveles de supervisión y gerencia desempeñan un papel importante al respecto, dado que son los encargados de concluir si el sistema de gestión es efectivo o si ya no lo es, tomando en consideración medidas correctivas o de mejora. La evaluación debe identificar controles débiles, inadecuados o innecesarios, para fomentar su fortalecimiento e implementación con un fuerte apoyo de la gerencia.

## Riesgos de auditoría

El riesgo de auditoría hace referencia al riesgo de que el auditor emita una opinión de auditoría inadecuada sobre la razonabilidad de los estados financieros, ya sea asegurando que los estados financieros están presentados de manera razonable cuando en realidad no es así o, al contrario, expresando que los estados financieros no son razonables cuando en efecto lo son (IAASB, 2016). Los riesgos de auditoría se pueden clasificar de la siguiente manera:

**Tabla 2.** Clasificación de los riesgos de auditoría

<b>Clasificación de los riesgos de auditoría</b>	
<b>Riesgo inherente</b>	Es aquel propio de la naturaleza de la empresa e independiente de su sistema de control interno. En otras palabras, es el riesgo que existe en la entidad antes de considerar las actividades de control establecidas por la administración para mitigarlos.
<b>Riesgo de control</b>	Es aquel que surge por la posibilidad de que las actividades de control establecidas por la entidad no permitan prevenir, detectar o corregir los principales riesgos a los que se expone la organización.
<b>Riesgo de detección</b>	Es aquel que surge por la posibilidad de que los procedimientos de auditoría implementados no detecten el 100% de los errores por lo que siempre existirá este tipo de riesgo, aunque sea mínimo.

**Fuente:** Actualícese (2022)

**Elaborado por:** Saavedra (2023)

## Muestreo de auditoría

Hace referencia a la aplicación de un procedimiento a una cantidad menor a la totalidad de los componentes a evaluar, siendo esta una selección representativa. El objetivo de utilizar el muestreo es proporcionar una base razonable sobre la población de la que se

seleccionó la muestra. El auditor puede hacer uso del muestreo estadístico o no estadístico para seleccionar la muestra, realizar pruebas de controles y evaluar los resultados de la muestra (ASD, 2019).

**Tabla 3. Tipos de muestreo**

<b>Tipos de muestreo</b>	
<b>Muestreo estadístico</b>	Implica utilizar métodos estadísticos como el muestreo aleatorio para seleccionar los elementos a verificar, el mismo se aplica cuando hay varios artículos o transacciones registradas.
<b>Muestreo no estadístico</b>	En este tipo de muestreo los elementos de la muestra no se eligen al azar sino en base al juicio del auditor y a los resultados de las pruebas aplicadas.

**Fuente:** Molero (2021)

**Elaborado por:** Saavedra (2023)

### **Evidencia de auditoría**

Es aquella información o documentación que utiliza el auditor para sustentar su opinión. La evidencia de auditoría incluye información contenida en los registros contables, así como otra información complementaria. Se considera suficiente cuando la cantidad de evidencia le permite al auditor sustentar su opinión, y adecuada cuando es fiable, relevante y contundente (Auditool, 2016).

**Gráfico 7. Tipos de evidencia**

<b>Física</b>	<b>Documental</b>	<b>Testimonial</b>	<b>Analítica</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Se obtiene mediante la inspección u observación directa de las actividades, bienes o hechos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Es la información obtenida de la entidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Se obtiene a través de declaraciones realizadas en el transcurso de las investigaciones o entrevistas. Puede ser oral o escrita.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Se obtiene mediante la verificación y análisis de la información obtenida durante todo el día.</li> </ul>

**Fuente:** Velásquez (2015)

**Elaborado por:** Saavedra (2023)

### **Técnicas de auditoría**

Son métodos de investigación y prueba utilizados por el auditor para analizar y comprobar información de una empresa, de manera que pueda obtener evidencia suficiente y adecuada para fundamentar su opinión (Velásquez, 2015). Las técnicas de auditoría se clasifican de la siguiente manera:



**Tabla 4. Técnicas de auditoría**

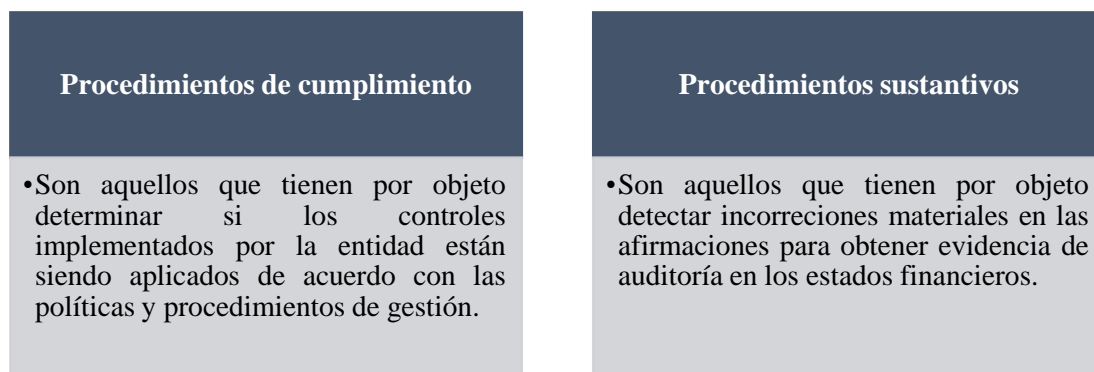
<b>Técnicas de auditoría</b>	
<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>
<b>Estudio General</b>	Es la apreciación general de la empresa, permite conocer datos e información de la entidad a la que se va a examinar para determinar las áreas que pudieran requerir atención especial.
<b>Análisis</b>	Generalmente se utiliza esta técnica cuando se quiere conocer como están integradas las cuentas o rubros de los estados financieros.
<b>Inspección</b>	Consiste en el examen físico de bienes o documentos con el verificar la existencia de un bien o de una operación registrada o presentada en los estados financieros.
<b>Confirmación</b>	Es la obtención de información escrita por parte de una persona independiente de la empresa y con posibilidad de conocer la naturaleza o condiciones de la operación evaluada, de tal manera que pueda confirmar la validez de la información.
<b>Investigación</b>	Consiste en obtener información sobre los funcionarios y empleados de la entidad examinada. Es utilizada por el auditor para poder obtener conocimiento y emitir un juicio sobre algunos saldos u operaciones realizadas por la empresa.
<b>Declaración</b>	Es la manifestación por escrito con la firma de los interesados, resultado de las investigaciones realizadas a los funcionarios y empleados de la entidad evaluada.
<b>Certificación</b>	Consiste en la obtención de un documento donde se asegure la veracidad de un hecho, el mismo generalmente debe estar legalizado con la firma de una autoridad.
<b>Observación</b>	Es la presencia física de cómo se llevan a cabo algunas operaciones o hechos en la entidad examinada.
<b>Calculo</b>	Consiste en la verificación matemática de alguna partida contable.

**Fuente:** Castrejon (2003)

**Elaborado por:** Saavedra (2023)

### **Procedimientos de auditoría**

**Gráfico 8. Procedimientos de auditoría**



**Fuente:** Blogspot (2017)

**Elaborado por:** Saavedra (2023)

## **Papeles de trabajo**

Son un conjunto de documentos, hojas de cálculo, o cédulas en los que el auditor registra los datos e información obtenida producto de las comprobaciones realizadas durante la auditoría (Auditool, 2012).

### **- Archivo corriente**

El archivo corriente incluye datos y documentos relacionados al ejercicio fiscal evaluado (Egúsquiza, 2002).

### **- Archivo permanente**

El archivo permanente incluye datos y documentos de interés no solo del ejercicio fiscal evaluado sino también de futuros ejercicios (Egúsquiza, 2002).

## **Indicadores de gestión**

Son expresiones cuantitativas sobre el comportamiento y desempeño de los procesos, cuya magnitud comparada con un determinado nivel de referencia puede indicar desviaciones sobre las cuales se toman acciones correctivas o preventivas. Su función principal es evaluar el rendimiento de una organización frente a sus objetivos estratégicos (Zendesk, 2023).

**Tabla 5. Indicadores de gestión**

<b>Indicadores de gestión</b>		
<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Ejemplos</b>
Eficiencia	Los indicadores de eficiencia miden que tan bien funciona un proceso y el rendimiento de los recursos utilizados. Están relacionados con la productividad.	Unidades vendidas / Unidades presupuestadas
Eficacia	Los indicadores de eficacia miden el logro de los resultados propuestos, se enfocan en el qué se debe hacer. Por esta razón, en el establecimiento de indicadores de eficacia es importante conocer y definir operativamente lo que el cliente requiere, para comparar lo que se entrega con lo que se espera.	Gasto de ventas / Unidades vendidas Presupuesto de ventas Ejecutado / Total Presupuestado
Calidad	Los indicadores de calidad miden el desempeño de los productos, servicios, procesos y personas de una entidad.	Clientes nuevos año 2022 / Total de clientes proyectados

**Fuente:** Cruz (2007) & Da Silva (2022)

**Elaborado por:** Saavedra (2023)

### **1.2.3.6 Fases**

Según Arias (2018) en la auditoría de gestión se debe implementar las siguientes fases:

#### **Fase I. Planificación**

En esta fase el auditor obtiene una orientación sobre cómo se conducirá la auditoría. La planificación se puede dividir en la planificación preliminar y la planificación específica. La planificación preliminar permite obtener un conocimiento integral de la entidad a auditar, en cuanto a su misión, visión, políticas, estrategias, y reglamentos, lo cual servirá de ayuda para el proceso de auditoría. En la planificación específica se realiza la evaluación de control interno para posteriormente realizar el programa de auditoría.

#### **Fase II. Ejecución**

En esta fase se aplica el programa de auditoría establecido en la Fase I, haciendo uso de técnicas y procedimientos de auditoría que posibiliten la obtención de hallazgos y con ello la evidencia suficiente y adecuada para sustentarlos. Los hallazgos de auditoría son el conjunto de conclusiones y recomendaciones que se encuentran en la hoja de hallazgos.

#### **Fase III. Comunicación de resultados**

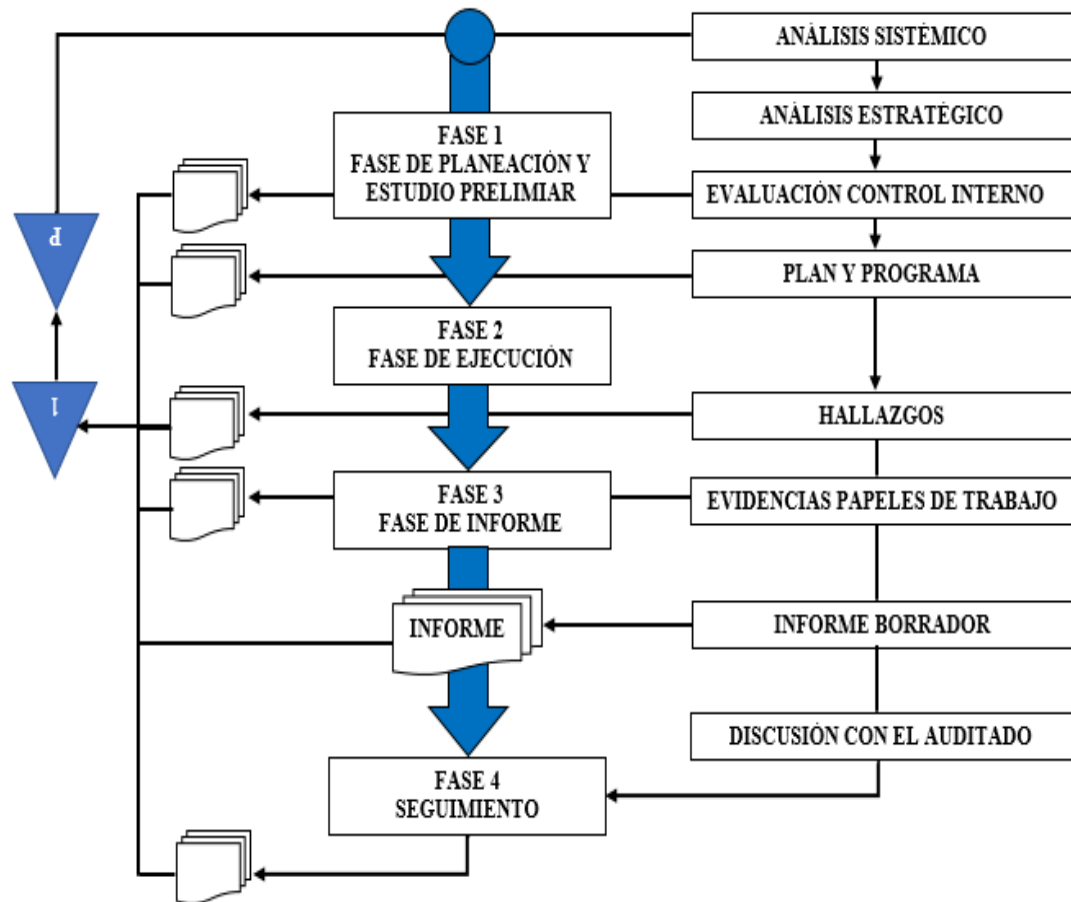
En esta fase se deberá elaborar un informe donde se comunican los resultados encontrados, se aplicarán las metodologías necesarias para la mediación de la eficiencia y eficacia.

#### **Fase IV. Seguimiento**

En esta fase se verifica que las recomendaciones emitidas como resultado de la auditoría, estén siendo cumplidas por la empresa de manera adecuada y oportuna, para lograr los objetivos planteados.

La siguiente figura ilustra las fases que se llevan a cabo en la auditoría de gestión:

**Gráfico 9. Fases de la auditoría de gestión**



**Fuente:** Arias (2018)

**Elaborado por:** Saavedra (2023)

#### 1.2.4 Proceso de comercialización

La comercialización tiene como principal objetivo, observar el comportamiento del mercado y su relación con los bienes y servicios que la empresa ofrece. Existen varios procesos para comercializar un producto o servicio, entre los más importantes se encuentran los siguientes:

##### Organización de actividades

En esta parte el personal encargado de vender los bienes o servicios debe tener claro cuál es su mercado y para ello es importante que pueda responder interrogantes tales como: ¿cuáles serán los posibles clientes?, ¿Qué tipo de clientes son?, ¿En qué parte se encuentran? ¿Cuántas serían las ventas promedio que se debe alcanzar?, etc. Es necesario que en este proceso se obtenga la mayor información posible del cliente.

### **Contacto con el cliente**

En este proceso se genera contacto con el cliente, por lo cual el vendedor debe tener en cuenta que estrategias deberá utilizar para lograr que la venta sea un éxito. En este punto es importante que el vendedor tenga una idea previa de lo que puede decir, de cómo lo va a decir y de en qué momento lo va decir. Por esta razón preparar bien una entrevista beneficiara al vendedor y le brindara más confianza al momento de tratar con el cliente.

### **Determinación de necesidades**

En este proceso el vendedor debe determinar cuáles son las necesidades de sus clientes para ofrecer bienes o servicios que satisfagan esas necesidades. En este punto es importante considerar que mientras más información se obtenga del cliente más sencillo será decidir qué productos o servicios ofrecerle.

### **Argumentación**

En este punto, el vendedor debe mencionar al cliente cuales son los beneficios de adquirir su producto o servicio, por lo cual es importante resaltar las características del mismo y que lo diferencian de la competencia, en otras palabras, el vendedor debe exponer las ventajas que presenta el producto o servicio para motivar al cliente.

### **Cierre de la venta**

Finalmente, en este punto se busca ayudar al cliente a tomar una decisión, por lo que, el vendedor debe tener en cuenta todas las ofertas posibles para convencer al cliente y una vez que lo haya logrado se procede a cerrar el negocio mediante un contrato, en el que se generara un compromiso entre ambas partes.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA**

#### **2.1 Descripción de la metodología**

##### **2.2.1 Unidad de análisis**

Dentro del presente proyecto integrador se consideró como unidad de análisis la empresa Speedycom Cía. Ltda., cuya sede principal se encuentra ubicada en la parroquia Ficoa del cantón Ambato, provincia de Tungurahua. La empresa se dedica a brindar servicios de internet y transmisión de datos de alta capacidad y velocidad utilizando una red de fibra óptica para satisfacer las necesidades de la población. Su inicio fue en el año 2006 y hasta la fecha se mantiene en actividad.

La auditoría de gestión se realizó en el departamento de comercialización, el mismo que es el encargado de impulsar estrategias comerciales que permitan conseguir la máxima satisfacción del cliente, cuyas demandas sustentan los ingresos que percibe la entidad. Por medio de la auditoría de gestión se pudo medir la eficiencia y eficacia de los procesos llevados a cabo en el departamento de comercialización, así como también verificar si las herramientas implementadas por la entidad son efectivas para el logro de los objetivos estratégicos.

##### **2.1.2 Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de información**

###### **2.1.2.1 Fuentes de información primaria**

Para el presente proyecto integrador se consideró como fuente primaria la información proporcionada directamente de la empresa, mediante el uso de un cuestionario aplicado a través de una encuesta. Las personas encuestadas se muestran a continuación:

**Tabla 6. Personas encuestadas**

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Departamento</b>
Freire Eduardo	Gerente	Administrativo
Astudillo Verónica	Supervisor Comercial	Ventas y Mercadeo
Flores Gustavo	Coordinador Comercial	Ventas y Mercadeo
Tintin Mariana	Asesor Comercial Contac Center	Ventas y Mercadeo
Morales Valeria	Asesor de Oficina	Ventas y Mercadeo
Coronel Araceli	Asesor de Campo	Ventas y Mercadeo

**Fuente:** Empresa Speedycom Cía. Ltda.

**Elaborado por:** Saavedra (2023)

**Encuesta.** - La encuesta se aplicó el 12 junio del 2023 de manera presencial, con la finalidad de evaluar preliminarmente el control interno, y con ello determinar el nivel de riesgo y confianza que darán origen al enfoque de auditoría.

**Cuestionario.** – El cuestionario fue diseñado de acuerdo a los componentes del método COSO aplicando preguntas cerradas con opción de escala nominal. A continuación, se detalla el modelo del cuestionario:

**Tabla 7. Cuestionario para evaluar la gestión del departamento de comercialización**

<b>No.</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTA</b>	
		<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>AMBIENTE DE CONTROL</b>			
1	¿La empresa cuenta con un código de ética que permita regular el comportamiento de los empleados del departamento de comercialización?		
2	¿Se dispone de un manual de políticas para los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?		
3	¿La empresa cuenta con un manual que especifique las funciones y procedimientos de los empleados del departamento de comercialización?		
4	¿Se dispone de un plan estratégico para el departamento de comercialización?		
5	¿Se dispone de un presupuesto para la capacitación del personal?		
6	¿La estructura organizacional del departamento de comercialización es suficientemente robusta para atender las necesidades del negocio?		

- 7 ¿El personal del departamento de comercialización cuenta con la experiencia y habilidades necesarias para realizar su trabajo?
- 8 ¿Se realizan seguimientos o evaluaciones al cumplimiento de las funciones y procedimientos del personal del departamento de comercialización?
- 9 ¿Se evalúa periódicamente el desempeño del personal del departamento de comercialización con el fin de conocer sus habilidades y competencias?
- 10 ¿La empresa otorga beneficios o incentivos al personal del departamento de comercialización por su buen desempeño y a su vez establece sanciones por incumplimiento?

### EVALUACIÓN DE RIESGOS

- 11 ¿Se tienen identificados los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?
- 12 ¿Se identifican los riesgos que pueden impedir el logro de los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?
- 13 ¿Se realiza un análisis de los riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización, en función de la probabilidad de que los mismos se materialicen y el impacto que pudieran dar en dicho escenario?
- 14 ¿En la evaluación de riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización se considera la probabilidad de fraude para la consecución de los objetivos?
- 15 ¿Una vez identificados y evaluados los riesgos, se define un plan de tratamiento que permita tener un menor riesgo residual?
- 16 ¿El personal del departamento de comercialización conoce los riesgos a los que se encuentra expuesto en su cargo?

### ACTIVIDADES DE CONTROL

- 17 ¿Se aplican debidamente las políticas, funciones y procedimientos establecidos para el departamento de comercialización?
- 18 ¿Las políticas y procedimientos establecidos son revisados o corregidos de manera periódica?
- 19 ¿El departamento de comercialización cuenta con algún responsable de evaluar el cumplimiento de las políticas, funciones y procedimientos establecidos?
- 20 ¿La entidad documenta las políticas y procedimientos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización de acuerdo con las actividades de control establecidas?
- 21 ¿Se dispone de indicadores de desempeño para los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización?
- 22 ¿Se mantiene una segregación de funciones adecuada en el departamento de comercialización?

### INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN



- 23 ¿Se socializan las políticas, funciones y procedimientos establecidos al personal encargado del departamento de comercialización, así como a los responsables de las diferentes áreas que intervienen en el proceso?
- 24 ¿Se han establecido procedimientos de comunicación e información internos?

#### MONITOREO

- 25 ¿La entidad realiza seguimientos periódicos al cumplimiento de metas y objetivos estratégicos?
- 26 ¿La entidad realiza seguimientos periódicos al desempeño de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?
- 27 ¿Se definen y cumplen los planes de acción definidos por los encargados de los procesos del departamento de comercialización en respuesta a los hallazgos de las auditorías ya sean estas internas o externas?

---

**Fuente:** Auditool (2018)

**Elaborado por:** Saavedra (2023)

#### 2.1.2.2 Fuentes de información secundaria

Para el presente proyecto integrador se consideró como fuente secundaria los documentos proporcionados por parte de la empresa que fueron necesarios para el sustento de la auditoría. A su vez se utilizó información proveniente de la revisión bibliográfica de trabajos de pregrado, posgrado, artículos científicos y páginas web que ayudaron a sustentar y comprender hechos y definiciones presentadas en el estudio.

**Observación.** – Para el desarrollo del presente proyecto se hizo uso de la siguiente información disponible en la empresa: Misión, Visión, Objetivos institucionales, Estructura Orgánica, Estatuto y Presupuesto. La información proporcionada permitió llevar a cabo la planificación y ejecución de la auditoría, que consisten en realizar un estudio preliminar de la entidad para conocer las técnicas y procedimientos a emplear y obtener evidencia suficiente y adecuada para sustentar los hallazgos detectados en los papeles de trabajo.

**Ficha de observación.** – Esta herramienta se utilizó para determinar los indicadores de gestión utilizados en la fase de ejecución de la auditoría de gestión, con base en la documentación proporcionada por la entidad para evaluar la eficiencia y eficacia del departamento auditado.

**Tabla 8. Ficha de observación**

<b>Número</b>	<b>Perspectiva</b>	<b>Indicador</b>	<b>Fórmula</b>
1	Planeación	Conocimiento de la misión y visión de la entidad	Número de trabajadores que conocen la misión y visión / Número total de trabajadores
2	Planeación	Conocimiento de los objetivos de la entidad	Número de trabajadores que conocen los objetivos / Número total de trabajadores
3	Dirección	Canales de comunicación utilizados	Canales de comunicación utilizados / Canales de comunicación establecidos
4	Crecimiento y Aprendizaje	Trabajadores capacitados	Número de trabajadores capacitados / Número total de trabajadores
5	Crecimiento y Aprendizaje	Capacitaciones ejecutadas	Numero de capacitaciones ejecutadas / Número de capacitaciones planificadas
6	Desempeño	Trabajadores satisfechos con las funciones asignadas	Número de trabajadores satisfechos con sus funciones / Número total de trabajadores
7	Desempeño	Trabajadores satisfechos con el cargo desempeñado	Número de trabajadores satisfechos con su cargo / Número total de trabajadores
8	Clientes	Tasa de variación de la prospección de clientes respecto al año anterior	Cantidad de suscriptores año 2022 / Cantidad de suscriptores año 2021
9	Clientes	Cumplimiento pronóstico (Clientes)	Cantidad de clientes nuevos año 2022 / Cantidad de clientes nuevos pronosticado año 2022
10	Clientes	Encuestas de calidad de servicio	Número de clientes encuestados satisfechos / Número total de clientes encuestados
11	Clientes	Tasa de variación de reclamos	Cantidad de reclamos año 2022 / Cantidad de reclamos año 2021
12	Financiera	Tasa de variación de las ventas	Ventas año 2022 / Ventas año 2021
13	Procesos Internos	Desarrollo de nuevas tecnologías	Tecnologías año 2022 / Tecnologías año 2021
14	Comunidad	Expansión en el mercado	Cantidad de sitios desplegados año 2022 / Cantidad de sitios año 2021

**Fuente:** Franklin (2007) & Bernal et. al (2018)

**Elaborado por:** Saavedra (2023)

### 2.1.3 Fases de desarrollo

Para dar cumplimiento a cada uno de los objetivos específicos establecidos en el presente trabajo, se llevaron a cabo las fases de la auditoría de gestión como se detalla a continuación:

**Tabla 9.** Fases de la auditoría de gestión

Fases	Evidencia	Resultados
Fase I Planificación	<ul style="list-style-type: none"><li>- Información estratégica de la empresa</li><li>- Documentación preliminar</li><li>- Evaluación de control interno</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Levantamiento del archivo permanente</li><li>- Levantamiento del archivo corriente</li><li>- Memorándum de planificación</li><li>- Programa de auditoría de gestión</li><li>- Indicadores a emplear</li></ul>
Fase II Ejecución	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ficha de indicadores</li><li>- Papeles de trabajo con evidencia de pruebas de cumplimiento</li><li>- Documentos y evidencias</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Fichas técnicas de aplicación de los indicadores de gestión</li><li>- Matriz de hallazgos de auditoría</li></ul>
Fase III Comunicación	<ul style="list-style-type: none"><li>- Informe borrador</li><li>- Socialización del informe</li><li>- Emisión del informe</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Informe de la auditoría de gestión</li></ul>
Fase IV Seguimiento	<ul style="list-style-type: none"><li>- Elaboración del informe de seguimiento de recomendaciones</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Informe de seguimiento de recomendaciones</li></ul>

**Fuente:** Franklin (2007)

**Elaborado por:** Saavedra (2022)

#### Fase I Planificación

En esta fase primero se efectuó un estudio preliminar del ambiente en el que se desarrolla el departamento de comercialización de la empresa y un diagnóstico general de cada una de las actividades que desempeñan los miembros de ese departamento para establecer la razón de ser, los objetivos, las funciones y metas presentadas como parte de su proceso de planificación.

## **Fase II Ejecución**

En esta fase se aplicó el programa de auditoría establecido en la fase II, de manera que, se realizó el examen al departamento de comercialización de la empresa Speedycom Cía. Ltda. en base a las pruebas y evidencias, para posteriormente exponer los hallazgos y emitir las conclusiones y recomendaciones correspondientes, mismas que se presentarán en el informe de auditoría de gestión al departamento de comercialización.

## **Fase III Comunicación**

En esta fase se elaboró el informe de la auditoría de gestión al departamento de comercialización, en el cual se detalló cada uno de los hallazgos detectados con sus correspondientes conclusiones y recomendaciones.

## **Fase IV Seguimiento**

En esta fase se elaboró una matriz que facilite la implementación de las recomendaciones realizadas determinando aspectos como indicadores, medios de verificación, responsables y tiempo.

**Nota:** Para el presente proyecto no se llevará a cabo la Fase V Seguimiento puesto que no se encuentra en el alcance a la auditoría de gestión.

## **CAPÍTULO III**

### **DESARROLLO**

#### **3.1 Auditoría de gestión**

Para dar cumplimiento a los objetivos del presente proyecto integrador se realizó lo siguiente:

- Para alcanzar el primer objetivo se llevó a cabo la fase de planificación en la empresa Speedycom Cía. Ltda., donde se realizó un estudio general de la entidad. Primero se elaboró el archivo permanente, luego el archivo corriente y se concluyó esta fase con el memorando de planificación y el programa de auditoría.
- Para alcanzar el segundo objetivo se llevó a cabo el programa de auditoría establecido en la fase de planificación, elaborando los papeles de trabajo, entre los cuales se encuentran los resultados del cuestionario de control interno, las fichas técnicas de indicadores y la documentación proporcionada por la entidad. Una vez culminados los papeles de trabajo se elaboró la hoja de hallazgos donde se dio a conocer los problemas detectados durante la ejecución de la auditoría.
- Para alcanzar el tercer objetivo se elaboró el informe de auditoría en base a los hallazgos detectados. En el mismo constan los comentarios, las conclusiones y recomendaciones que le permitirán a la entidad conocer las debilidades existentes para realizar las mejoras respectivas.

**AUDITORÍA DE GESTIÓN AL  
DEPARTAMENTO DE  
COMERCIALIZACIÓN DE LA  
EMPRESA SPEEDYCOM CÍA.  
LTDA.**

# **FASE I**

# **PLANIFICACIÓN**

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES


### 3.1.1. Planificación

## ARCHIVO PERMANENTE

INFORMACIÓN DE LA ENTIDAD	
<b>NOMBRE DE LA ENTIDAD:</b>	Speedycom Cía. Ltda.
<b>REPRESENTANTE LEGAL:</b>	Freire Guerrero Vicente Eduardo
<b>RUC:</b>	1891719279001
<b>DIRECCIÓN MATRIZ:</b>	Calle Frutillas 01-119 y Limas, parroquia Ficoa, cantón Ambato
<b>PÁGINA WEB:</b>	<a href="https://speedy.com.ec/">https://speedy.com.ec/</a>
<b>TELEFONOS</b>	(03) 3 700 000 – 099 450 5050

INFORMACIÓN DE LA AUDITORÍA	
<b>TIPO DE EXAMEN:</b>	Auditoría de Gestión
<b>PERÍODO:</b>	2022

COMPONENTES DEL ARCHIVO		
<b>ARCHIVO PERMANENTE</b>	A.P.1	Organización de la Entidad
	A.P.2	Visión estratégica de la entidad
	A.P.3	Indicadores y parámetros de gestión
	A.P.4	Asuntos misceláneos

EQUIPO DE AUDITORÍA			
Nombres	Iniciales	Cargo	Firmas
Toscano Morales Cecilia Catalina	TMCC	Supervisora	
Saavedra Callata Chayna Alexandra	SCCA	Auditora	

CONTENIDO DEL ARCHIVO PERMANENTE	
A.P.1	<b>Organización de la Entidad</b>
A.P.1.1	Breve historia de la entidad
A.P.1.2	Base Legal de la entidad
A.P.1.3	Organigrama estructural de la entidad
A.P.1.4	Lista de funcionarios
A.P.1.5	Procedimientos internos
A.P.2	<b>Visión estratégica de la entidad</b>
A.P.2.1	Misión, visión, objetivos y valores institucionales
A.P.2.2	Detalle de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la entidad



## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

---

A.P.2.3	Principales actividades institucionales y descripción de bienes o servicios que presta
A.P.2.4	Metas y objetivos de las unidades administrativas
A.P.3	<b>Indicadores y parámetros de gestión</b>
A.P.3.1	Indicadores de tipo genérico
A.P.4	<b>Asuntos misceláneos</b>
A.P.4.1	Catálogos, lista de precios
A.P.4.2	Lista de proveedores

## **Organización de la entidad**

### **Breve historia de la entidad**

La empresa Speedycom Cía. Ltda. cuenta con la siguiente trayectoria en el sector de telecomunicaciones conforme consta en su página web (Speedy, 2023).

Speedycom Cía. Ltda. tiene su origen en la ciudad de Ambato, se encuentra ubicada en Ficoa entre las calles Frutillas 01-119 y Limas, fue creada el 9 de mayo del 2006 por Oswaldo Francisco Vallejo Vinueza, Tannia Catalina Vallejo Vinueza y Manuel Vinicio Vallejo Vinueza. La empresa ambateña se constituyó con la finalidad de satisfacer las necesidades tecnológicas de la sociedad ecuatoriana para mejorar su calidad de vida; su función principal es atender exitosamente la gran demanda de servicios de internet que requiere el mercado ecuatoriano.

La empresa cuenta con más de 15 años de experiencia brindando servicios de internet y transmisión de datos de alta capacidad y velocidad, utilizando tecnología de punta amigable con el medio ambiente y con personal altamente calificado que contribuya al desarrollo tecnológico del país.

Actualmente la empresa ha logrado expandir sus operaciones en las provincias de Cotopaxi, Chimborazo, Tungurahua, Pastaza, Napo y Pichincha, ofreciendo un servicio estable, seguro y rápido a través de una red de fibra óptica para satisfacer los requerimientos de la población.

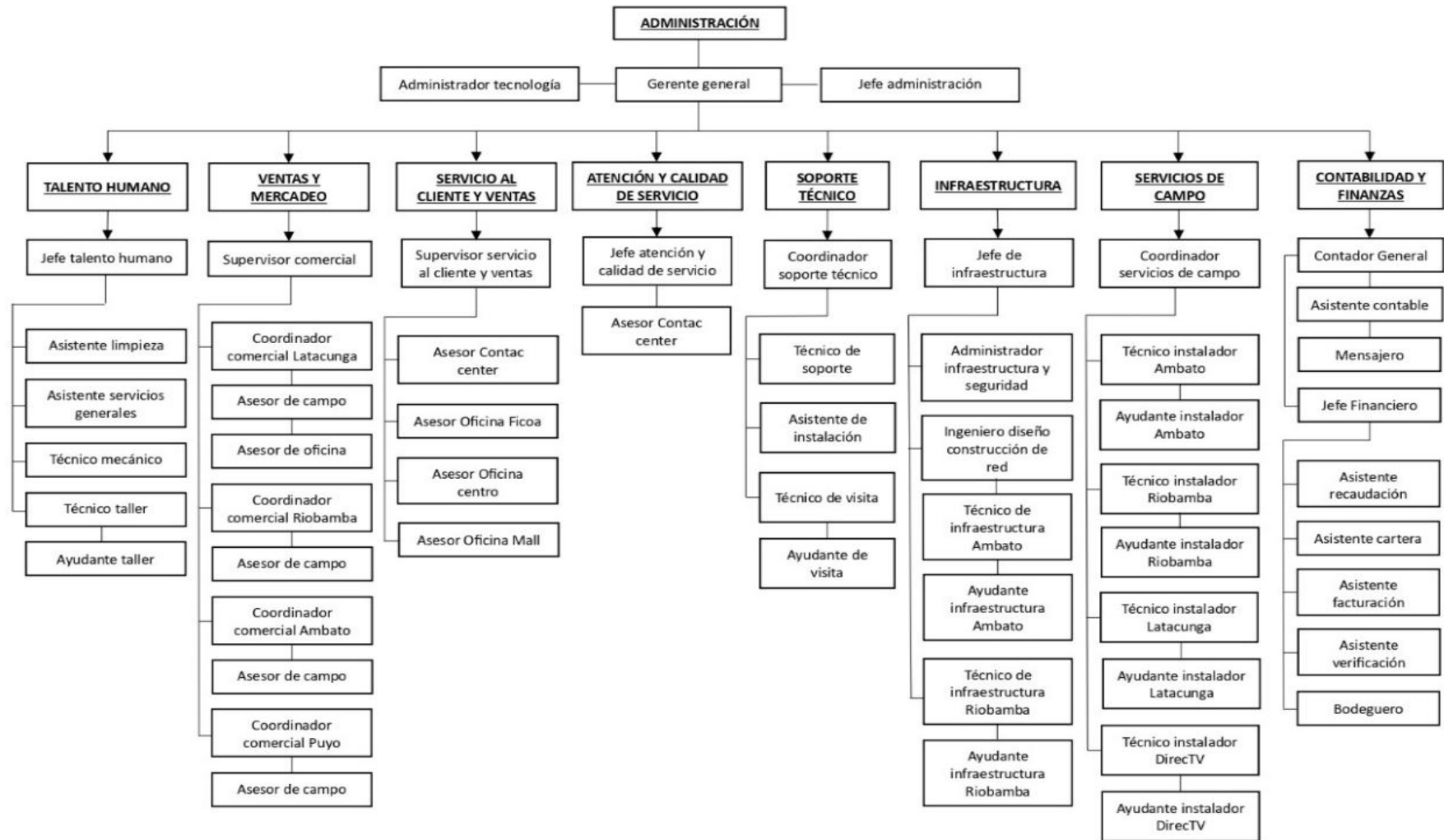
## **Base legal de la entidad**

La empresa está sujeta a las siguientes disposiciones legales:

- Código Tributario
- Código de Trabajo
- Ley Orgánica de Telecomunicaciones
- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno
- Ley de Seguridad Social
- Ley de Compañías
- Reglamento General a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones
- Reglamento de aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno
- Estatuto de constitución de la compañía

# SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

Organigrama estructural de la entidad



## Lista de funcionarios

Nro.	NOMBRE	CARGO	DEPARTAMENTO
1	Eduardo Freire	Gerente general	Administrativo
2	Eduardo Loaiza	Administrador tecnología de información	Administrativo
3	Daniel Garcés	Jefe administración y control procesos	Administrativo
4	Víctor Castro	Jefe Talento Humano	Talento Humano
5	Luis Pozo	Asistente de servicios generales	Talento Humano
6	Daniel Chacón	Técnico Mecánico	Talento Humano
7	Geovanny Pulsara	Técnico Taller	Talento Humano
8	Verónica Astudillo	Supervisor Comercial	Ventas y Mercadeo
9	Cristian Zurita	Líder Comercial Cotopaxi	Ventas y Mercadeo
10	Carlos Cava	Coordinador Comercial Chimborazo	Ventas y Mercadeo
11	Gustavo Flores	Coordinador Comercial Ambato	Ventas y Mercadeo
12	Jhonatan Tamayo	Coordinador Comercial Pastaza	Ventas y Mercadeo
13	Valeria Morales	Asesor de Oficina	Ventas y Mercadeo
14	Araceli coronel	Asesor de Campo	Ventas y Mercadeo
15	Andrea Zambrano	Jefe Mercadeo	Ventas y Mercadeo
16	Andrés Naranjo	Asistente Trade	Ventas y Mercadeo
17	Fernanda Minda	Jefe Atención y Calidad de Servicio	Atención y Calidad de Servicio
18	Diego Gordón	Coordinador Soporte Técnico	Soporte técnico
19	Jhonatan Morejón	Jefe Infraestructura	Infraestructura
20	Santiago López	Administrador Infraestructura y Seguridad Redes	Infraestructura
21	Alberto Ruiz	Analista infraestructura y seguridad redes	Infraestructura
22	Luis Inca	Ingeniero diseño construcción de red	Infraestructura
23	Maricela Castro	Coordinador Servicios de Campo	Infraestructura
24	Katty Bonilla	Asistente verificación y contratación	Infraestructura
25	Paulina Freire	Contador General	Contabilidad y Finanzas
26	Pamela Chancusig	Asistente contable [Roles, depósitos oficinas]	Contabilidad y Finanzas
27	Santiago Aguirre	Asistente contable [Registro cobros canales]	Contabilidad y Finanzas
28	Juan Álvarez	Asistente contable [Conciliación cajas oficina y técnicos]	Contabilidad y Finanzas
29	Brandon López	Asistente contable [Viáticos, registros en Portal]	Contabilidad y Finanzas
30	Takeshi Suzuki	Mensajero	Contabilidad y Finanzas
31	Diego Brito	Jefe Financiero	Contabilidad y Finanzas
32	Mónica Montenegro	Asistente recaudación	Contabilidad y Finanzas
33	Fernanda Naranjo	Auditor aseguramiento documental	Contabilidad y Finanzas
34	Alex Rosero	Asistente cartera	Contabilidad y Finanzas

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

---

A.P.1.4  
2/2

35	Alexandra Arias	Asistente facturación	Contabilidad y Finanzas
36	Alex Pérez	Bodeguero	Contabilidad y Finanzas

## **Procedimientos internos**

### **Ventas e Instalación**

#### **Proceso de venta**

1. Preguntar al cliente para conocer sus gustos y necesidades.
2. Argumentar los beneficios que brinda el servicio.
3. Concretar la venta.

#### **Proceso de verificación y aprobación**

1. Analizar al cliente en el buro de crédito.
2. Ingresar a la plataforma APEX, dirigiéndose a la opción de acuerdo de servicio.
3. Seleccionar estado plomo para descargar la lista de clientes ingresados.
4. Comprobar que el cliente no este adeudando con la empresa.
5. Llamar al cliente.
6. Verificar y confirmar los datos ingresados por el asesor comercial.
7. Aprobar el contrato siempre que cumpla con todos los requisitos.

#### **Proceso para cargar información en la plataforma APEX**

1. Crear un nuevo acuerdo en la plataforma APEX.
2. Llenar información de datos personales.
3. Llenar información de la dirección de instalación.
4. Llenar información de la dirección de facturación.
5. Llenar información de tipo de equipo y servicio contratado.
6. Llenar información del plan contratado.
7. Llenar información de la forma de pago.
8. Llenar información de referidos.
9. Cargar documentos Cl, Tarjeta, Ruc.
10. Entregar los documentos del contrato firmados en archivo.

#### **Proceso para ingresar las autorizaciones de débito al sistema IDEMPIERE**

1. Ingresar el código del cliente al sistema IDEMPIERE en la opción tercero.
2. Verificar dentro del sistema que conste la información correcta de las cuentas bancarias, tarjetas de crédito y autorizaciones de débito firmadas.

3. Subir al sistema las autorizaciones de tarjetas de crédito y archivar los físicos al igual que los débitos del banco Pichincha.
4. Escanear los documentos conjuntamente con las cédulas de identidad del titular si los débitos bancarios son del banco Pacífico, y a través de un correo electrónico enviar al oficial de cuenta del banco para el ingreso correspondiente.
5. Subir al sistema los débitos bancarios del banco Produbanco y enviar las autorizaciones de débito originales al banco con un oficio.

### **Proceso para auditar clientes con autorización de débitos bancarios**

1. Descargar semanalmente el listado de clientes factibles que tengan forma de pago por medio de débitos.
2. Revisar a cada cliente que la información sea la correcta APEX vs IDEMPIERE.
3. Crear un contacto y vincular con la tarjeta o cuenta bancaria si el cliente del cual se va a debitar no es titular del servicio.
4. Subir al sistema los débitos bancarios del Pacífico o de Produbanco y mandar las autorizaciones de débito al banco.
5. Escanear los documentos y subir en el módulo tercero de cada cliente.
6. Archivar los documentos físicos de las autorizaciones de débito.

### **Proceso de agendamiento de instalación**

1. Revisar dentro de la plataforma APEX los contratos aprobados para coordinar con los clientes mediante llamada telefónica.
2. Revisar en la plataforma IDEMPIERE el listado de ordenes pendientes a realizar (mudanzas, migraciones) realizado por asesores etc.
3. Elaborar la ruta para las cuadrillas técnicas con promedios de tiempo en base a las observaciones de cada contrato.
4. Imprimir la documentación para las cuadrillas y con ello regularizar los documentos al momento de la instalación.
5. Llenar el reporte en excel de la hoja de ruta.



## **Proceso de regularización de la firma del cliente en los contratos**

1. Revisar en la hoja de ruta los contratos enviados a los técnicos para regularizar la firma del titular, mismos que están identificados con color rojo.
2. Realizar el informe para entregar los contratos físicos a la persona responsable de escanear los documentos y subir al sistema.
3. Realizar estos procedimientos 2 veces x semana cuando se cuente con la visita a oficina por parte de los equipos de técnicos.
4. Ingresar al reporte de trabajos de técnicos el número de trabajos realizados por cada equipo de técnicos de forma diaria, semanal o mensual, los mismos que son registrados en la hoja de ruta.
5. Reportar la información obtenida a la Gerencia General de forma diaria para el control de los trabajos que se han realizado cada día.
6. Presentar la información consolidada a la Gerencia General y al jefe Administrativo de forma semanal y al cierre del mes.

## **Proceso de instalación**

1. Atender al cliente (presentación, explicación, verificación e ingreso del cable al domicilio).
2. Tender el cable (tendido F.O., poste, herraje, tensor).
3. Configurar equipos (Funciones, ubicación de equipos, configuración de router y expansores, test de velocidad y pruebas).
4. Entregar el servicio.

## **Proceso de facturación**

1. Revisar el reporte enviado por el técnico.
2. Ingresar al IDEMPIERE con el número de cedula o código del cliente.
3. Facturar todos los equipos y materiales que se usaron en la instalación.
4. Crear una factura CxC de la instalación, router y proporcional.
5. Crear una factura masiva.
6. Crear un recurrente.
7. Registrar un cobro en caso de que le hayan cancelado algún valor al técnico.

## Proceso para generar el reporte de instalación

1. Sacar un reporte en excel de cada instalación para corroborar los datos que están en el sistema, tales como: fecha, actividad, código, nombre del cliente, nombre del técnico, reporte enviado por el encargado de la instalación, nombre del asesor comercial, plan contratado, router y sus respectivos valores.
2. Enviar un reporte diario donde se incluya todas las actividades realizadas por los técnicos (visitas, mudanzas, migraciones e instalaciones), tomando en cuenta los cobros diarios, haciendo una relación entre lo recaudado y cuanto esta por cobrar.
3. Entrar al sistema en la pestaña “ACUERDOS VS RECURRENTE”, para observar las ordenes de instalación que están pendientes de facturar (atar a un recurrente).

## Proceso de post venta

1. Escoger una muestra acorde a la cantidad de trabajos realizados por grupo, en el transcurso de 1 semana desde la instalación.
2. Identificar el grupo de técnicos que acudió a la instalación seleccionada.
3. Verificar estado de potencia y navegación.
4. Llamar al cliente respectivo.
5. Preguntar sobre la atención al cliente e información técnica brindada por parte del equipo técnico, así como la ubicación de equipos.
6. Calificar junto con el cliente en una escala del 1 al 3 cada ítem siendo 3 la máxima calificación de dichos parámetros.
7. Llenar la matriz de post venta con las calificaciones receptadas.

## Proceso para generar el informe de post venta

1. Identificar al cliente y grupo de técnicos de instalación.
2. Agregar la calificación de parámetros en una escala del 1 al 3.
3. Agregar la información de atención al cliente: Llamada, contrato, sugerencia de ubicación de equipos e ingreso de fibra.
4. Agregar la estética de instalación, la ubicación de equipos, y el asesoramiento técnico.

5. Agregar potencias, distancia de fibra utilizada, rosetas, fusiones y test de velocidad.
6. Enviar el informe de instalaciones realizadas de manera mensual.

## **Visión estratégica de la entidad**

### **Misión**

Brindar soluciones integrales de telecomunicaciones con la más alta tecnología con talento humano apasionado por su trabajo enfocado a satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

### **Visión**

Ser una compañía de conocimiento y entretenimiento digital en la Zona Centro del Ecuador, gracias a nuestras soluciones innovadoras de productos y servicios, para así lograr ser reconocidos por nuestro servicio de calidad humana y profesional.

### **Objetivos**

- Ser la principal empresa de telecomunicaciones dentro de la zona centro
- Brindar una excelente calidad de servicio a los clientes
- Seguir expandiendo la red de fibra óptica

### **Valores**

Speedycom Cía. Ltda. brinda sus servicios aplicando los siguientes valores:

- Actitud de Servicio
- Pasión
- Sinergia y Trabajo en equipo
- Innovación y Proactividad
- Integridad
- ADN Speedy

## **Detalle de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la entidad**

A continuación, se detallan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa Speedycom Cía. Ltda.

### **Fortalezas**

- Contar con personal experto en telecomunicaciones
- Conocimiento técnico en la materia
- Buenos argumentos de venta
- Servicio personalizado
- Buena imagen en el mercado
- Instalación inmediata
- Fácil de instalar
- Precio accesible

### **Oportunidades**

- Accesible a cualquier mercado geográfico
- Comunicación rápida y eficiente

### **Debilidades**

- Falta de solidez financiera
- Bajo posicionamiento en el mercado

### **Amenazas**

- Aparición de nuevos competidores
- Ingreso de competidores con gran inversión en comunicación
- Desconfianza hacia nuestro servicio
- Servicio poco conocido

## **Principales actividades institucionales y descripción de bienes o servicios que presta**

La empresa Speedycom Cía. Ltda. tiene como actividad económica la prestación de servicios de internet y transmisión de datos de alta capacidad y velocidad, utilizando una red de fibra óptica para brindar soluciones integrales de telecomunicaciones con la más alta tecnología a sus clientes. Entre los servicios que brinda la empresa se encuentran los siguientes:

### **Planes speedy home básicos zonas especiales**

- Acceso Fos 25Mb Speedy Home - Valor mensual \$ 19,00 – Valor instalación \$ 0,00
- Acceso Fos 60Mb Speedy Home – Valor mensual \$ 22,40 – Valor instalación \$ 0,00

### **Planes speedy home básicos**

- Acceso Fos 100Mb Home – Valor mensual \$ 25,00 – Valor instalación \$ 0,00
- Acceso Fos 150Mb Home – Valor mensual \$ 28,00 – Valor instalación \$ 0,00

### **Planes premium**

- Acceso Fos 200Mb Home – Valor mensual \$ 30,00 – Valor instalación \$ 0,00
- Acceso Fos 250Mb Home – Valor mensual \$ 33,60 – Valor instalación \$ 0,00
- Acceso Fos 275Mb Home – Valor mensual \$ 35,00 – Valor instalación \$ 0,00
- Acceso Fos 350Mb Home – Valor mensual \$ 42,00 – Valor instalación \$ 0,00

### **Planes basic pymes**

- Basic Pymes Fos 75 Mb – Valor mensual \$ 39,20 – Valor instalación \$ 56,00
- Basic Pymes Fos 100 Mb – Valor mensual \$ 45,00 – Valor instalación \$ 56,00

### **Planes premium pymes**

- Premium Pymes Fos 150 Mb – Valor mensual \$ 64,00 – Valor instalación \$ 0,00
- Premium Pymes Fos 200 Mb – Valor mensual \$ 78,40 – Valor instalación \$ 0,00

### **Metas y objetivos de las unidades administrativas**

#### **Objetivos del departamento comercial**

- Aumentar la capacidad de identificar, conocer y operar el modelo de ventas de Speedy Internet.
- Desarrollar las habilidades necesarias para la gestión comercial, con el fin de cumplir los resultados de ventas.
- Incrementar la cantidad de suscriptores para tener mayor participación en el mercado.
- Brindar un mejor servicio a los clientes mediante productos de mayor calidad para mantener a la empresa como líder del servicio.
- Continuar expandiendo la red de fibra óptica implementando nueva tecnología.

## Indicadores y parámetros de gestión


### Indicadores de tipo genérico


Número	Perspectiva	Indicador	Fórmula
1	Planeación	Conocimiento de la misión y visión de la entidad	Número de trabajadores que conocen la misión y visión / Número total de trabajadores
2	Planeación	Conocimiento de los objetivos de la entidad	Número de trabajadores que conocen los objetivos / Número total de trabajadores
3	Dirección	Canales de comunicación utilizados	Canales de comunicación utilizados / Canales de comunicación establecidos
4	Crecimiento y Aprendizaje	Trabajadores capacitados	Número de trabajadores capacitados / Número total de trabajadores
5	Crecimiento y Aprendizaje	Capacitaciones ejecutadas	Numero de capacitaciones ejecutadas / Número de capacitaciones planificadas
6	Desempeño	Trabajadores satisfechos con las funciones asignadas	Número de trabajadores satisfechos con sus funciones / Número total de trabajadores
7	Desempeño	Trabajadores satisfechos con el cargo desempeñado	Número de trabajadores satisfechos con su cargo / Número total de trabajadores
8	Clientes	Tasa de variación de la prospección de clientes respecto al año anterior	Cantidad de suscriptores año 2022 / Cantidad de suscriptores año 2021
9	Clientes	Cumplimiento pronóstico (Clientes)	Cantidad de clientes nuevos año 2022 / Cantidad de clientes nuevos pronosticado año 2022
10	Clientes	Encuestas de calidad de servicio	Número de clientes encuestados satisfechos / Número total de clientes encuestados
11	Clientes	Tasa de variación de reclamos	Cantidad de reclamos año 2022 / Cantidad de reclamos año 2021
12	Financiera	Tasa de variación de las ventas	Ventas año 2022 / Ventas año 2021
13	Procesos Internos	Desarrollo de nuevas tecnologías	Tecnologías año 2022 / Tecnologías año 2021
14	Comunidad	Expansión en el mercado	Cantidad de sitios desplegados año 2022 / Cantidad de sitios año 2021



## Asuntos misceláneos

### Catálogos, lista de precios

 <b>CARTA COMERCIAL 2023</b>				
<u>TIPOS DE PLANES</u>	<u>NOMBRE DEL PLAN</u>	<u>VALOR MES CON IVA</u>	<u>VALOR INSTALACIÓN</u>	<u>TIPO DE ROUTER</u>
SPEEDY HOME BÁSICOS ESPECIALES ZONA	ACCESO FOS 25 Mb SPEEDY HOME	\$ 19,00	\$ -	EC225-G5 AC1300
	ACCESO FOS 60 Mb SPEEDY HOME	\$ 22,40	\$ -	EC225-G5 AC1300
SPEEDY HOME BÁSICOS	ACCESO FOS 100 Mb HOME	\$ 25,00	\$ -	EC225-G5 AC1300
	ACCESO FOS 150 Mb HOME	\$ 28,00	\$ -	EC225-G5 AC1300
PLANES PREMIUM	ACCESO FOS 200 Mb HOME	\$ 30,00	\$ -	EC225-G5 AC1301
	ACCESO FOS 250 Mb HOME	\$ 33,60	\$ -	EC225-G5 AC1302
	ACCESO FOS 275 Mb HOME	\$ 35,00	\$ -	EC225-G5 AC1303
	ACCESO FOS 350 Mb HOME	\$ 42,00	\$ -	EX220-G6 DUAL BAND WIFI 6 TPLINK

 <b>CARTA COMERCIAL 2023</b>				
<u>TIPOS DE PLANES</u>	<u>NOMBRE DEL PLAN</u>	<u>VALOR MES CON IVA</u>	<u>INSTALACIÓN</u>	<u>ROUTER A PRESTAMO</u>
BASIC PYMES	BASIC PYMES FOS 75 Mb	\$ 39,20	\$ 56,00	TP LINK 4 ANTENAS EX220 ENRUTADOR WI-FI 6 DOBLE BANDA AX1800
	BASIC PYMES FOS 100 Mb	\$ 45,00	\$ 56,00	
PREMIUM PYMES	PREMIUM PYMES FOS 150 Mb	\$ 64,00	\$ -	
	PREMIUM PYMES FOS 200 Mb	\$ 78,40	\$ -	

### Lista de proveedores

- **Nedetel S.A.**

Tiene como actividad económica las actividades de suministro en acceso a internet por los operadores de la infraestructura de telecomunicaciones alámbricas.
- **Portaldata S.A.**

Tiene como actividad económica el alquiler de maquinaria y equipos de oficina sin operador: computadoras y equipo periférico.
- **Comsadintelco S.A.**

Tiene como actividad económica la instalación de accesorios eléctricos, líneas de telecomunicaciones, redes informáticas y líneas de televisión por cable, incluidas líneas de fibra óptica, antenas parabólicas. Incluye conexión de aparatos eléctricos, equipo doméstico y sistemas de calefacción radiante.
- **ZC Mayoristas S.A.**

Tiene como actividad económica la venta al por mayor de teléfonos y equipos de comunicación.
- **Hentel Cía. Ltda.**

Tiene como actividad económica la venta al por mayor de materiales y equipos.
- Proveedores varios que brindan bienes y servicios para el funcionamiento administrativo y comercial de la institución.

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

### ARCHIVO CORRIENTE

INFORMACIÓN DE LA ENTIDAD	
<b>NOMBRE DE LA ENTIDAD:</b>	Speedycom Cía. Ltda.
<b>REPRESENTANTE LEGAL:</b>	Freire Guerrero Vicente Eduardo
<b>RUC:</b>	1891719279001
<b>DIRECCIÓN MATRIZ:</b>	Calle Frutillas 01-119 y Limas, parroquia Ficoa, cantón Ambato
<b>PÁGINA WEB:</b>	<a href="https://speedy.com.ec/">https://speedy.com.ec/</a>
<b>TELEFONOS</b>	(03) 3 700 000 – 099 450 5050

INFORMACIÓN DE LA AUDITORÍA	
<b>TIPO DE EXAMEN:</b>	Auditoría de Gestión
<b>PERÍODO:</b>	2022

COMPONENTES DEL ARCHIVO		
<b>ARCHIVO CORRIENTE</b>	<b>A.C.1</b>	Visita previa y conocimiento de la entidad
	<b>A.C.2</b>	Resultados de la evaluación preliminar de la entidad
	<b>A.C.3</b>	Planificación del trabajo

EQUIPO DE AUDITORÍA			
Nombres	Iniciales	Cargo	Firmas
Toscano Morales Cecilia Catalina	TMCC	Supervisora	
Saavedra Callata Chayna Alexandra	SCCA	Auditora	

CONTENIDO DEL ARCHIVO CORRIENTE	
<b>A.C.1</b>	<b>Visita previa y conocimiento de la entidad</b>
<b>A.C.1.1</b>	Visión sistémica y estratégica
<b>A.C.2</b>	<b>Resultados de la evaluación preliminar de la entidad</b>
<b>A.C.2.1</b>	Cuestionario preliminar de control interno
<b>A.C.2.2</b>	Valoración de riesgo
<b>A.C.2.3</b>	Enfoque de auditoría
<b>A.C.2.4</b>	Matriz de riesgo preliminar
<b>A.C.3</b>	<b>Planificación del trabajo</b>
<b>A.C.3.1</b>	Memorando de planificación
<b>A.C.3.2</b>	Programa de auditoría

# SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.C.1.1  
1/1

## Visita previa y conocimiento de la entidad

### Visión sistémica y estratégica

VISION SISTÉMICA								
FACTORES INTERNOS								
	Sistema de planificación operacional	Sistema de Organización Administrativo	Sistema de administración del personal	Sistema de administración de bienes y servicios	Sistema de administración	Sistema de Información	Sistema de Gerencia o Dirección	
ANÁLISIS FUNIONAL	La planificación anual de la empresa Speedycom Cía. Ltda. es realizada por el gerente quien se encarga de socializarla con el personal. La misma esta plasmada en un documento digital que incluye las metas anuales.	La organización de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se encuentra estructurada de manera jerárquica, siendo su máxima autoridad el Ing. Freire Guerrero Vicente Eduardo en calidad de gerente general, seguido de los jefes y supervisores de cada departamento como son: Eduardo Loaiza Administrador Tecnología de información, Daniel Garcés Jefe administración y control de procesos, Víctor Castro Jefe de talento humano, Andrea Zambrano Jefe de mercadeo, Verónica Astudillo Supervisor Comercial, Fernanda Minda Jefe atención y calidad de servicio, Jhonatan Morejón Jefe de infraestructura y Paulina Freire Contador General.	La persona encargada del manejo del personal de la empresa Speedycom Cía. Ltda. es el Ing. Víctor Castro, Jefe de talento humano.	La persona encargada de las adquisiciones de la empresa Speedycom Cía. Ltda. es el Ing. Víctor Castro, Jefe de talento humano y la persona encargada de la prestación de servicios es: Verónica Astudillo Supervisor comercial, junto con su equipo de trabajo que está compuesto por: Cristian Zurita Líder Comercial Cotopaxi, Carlos Cava Coordinador Comercial Chimborazo, Jhonatan Tamayo Coordinador Comercial Pastaza, asesores de oficina y de campo para cada una de las provincias.	El departamento financiero y contable de la empresa Speedycom Cía. Ltda. tiene como principal autoridad a Paulina Freire Contador General quien tiene a su cargo cuatro asistentes contables para distintas actividades como son: Pamela Chancusig Asistente contable [Roles, depósitos oficinas], Santiago Aguirre Asistente contable [Registro cobros canales], Juan Álvarez Asistente contable [Conciliación cajas oficina y técnicos], Brandon López Asistente contable [Viáticos, registros en Portal] y Takeshi Suzuki Mensajero. También se encuentra Diego Brito Jefe financiero quien tiene a su cargo a Mónica Montenegro Asistente recaudación, Fernanda Naranjo Auditor aseguramiento documental, Alex Rosero Asistente cartera, Alexandra Arias Asistente facturación y Alex Pérez Bodeguero.	La empresa Speedycom Cía. Ltda. utiliza el Sistema iDempiere para gestionar sus operaciones con funciones de análisis de rendimiento, programación, creación de informes y más. También utiliza la plataforma Apex para tener un mejor acceso a la información de los clientes. Adicionalmente, se utiliza Radius para instalar y conectar el servicio de internet. La administración mantiene una comunicación permanente con todos los funcionarios de la empresa para evitar desviaciones de información.	El Ing. Eduardo Freire viene desempeñando el cargo de Gerente de la empresa Speedycom Cía. Ltda. desde el 2009, gracias a su colaboración la empresa ha venido expandiéndose con el pasar del tiempo, primero brindando servicios de internet a los habitantes de la ciudad de Ambato y actualmente a los habitantes de las provincias de Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi y Pastaza. Su propósito es seguir expandiéndose como empresa, brindando servicios de internet mediante la fibra óptica para satisfacer las necesidades tecnológicas del pueblo ecuatoriano. En cuanto al área comercial, busca desarrollar habilidades y estrategias para operar el modelo de ventas establecido por la empresa y con ello llegar a ser la principal empresa de servicios de telecomunicaciones de la zona centro.	
FACTORES DEL ENTORNO (EXTERNOS)								
PRÓXIMO				REMOTO				
CLIENTES	COMPETIDORES	PROVEEDORES	SOCIALES	ECONÓMICOS	POLÍTICOS	DEMOGRÁFICOS	REGULATORIO	CIENTÍFICO/ TECNOLÓGICO
Los clientes de la empresa Speedycom Cía. Ltda. son los habitantes de las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo y Pastaza. Los principales clientes se encuentran ubicados en la provincia de Tungurahua siendo aproximadamente 14.000 clientes.	Los principales competidores de la empresa Speedycom Cía. Ltda. son los siguientes: Netlife CNT Claro Extreme Tvcable Fibramax iPlanet Clicknet Zenix Telecomunicaciones y otros.	Los proveedores de la empresa Speedycom Cía. Ltda. son los siguientes: - Nedetel S.A. - Portaldata S.A. - Comsadmitelco S.A. - ZC Mayoristas S.A. - Hentel Cía. Ltda.	La empresa Speedycom Cía. Ltda. ofrece sus servicios tanto a la zona centro como a zonas rurales, siempre buscando brindar un servicio de calidad y al alcance de sus clientes. De esta manera como empresa consideran que no hay algún factor social que los pueda afectar.	La empresa Speedycom Cía. Ltda. tiene aproximadamente el 8% de su cartera vencida.	El principal factor político que afecta a la empresa Speedycom Cía. Ltda. es el cambio en las autoridades del gobierno puesto que son ellos los que conceden el permiso para que la institución pueda realizar sus actividades.	La empresa Speedycom Cía. Ltda. considera que no hay factores demográficos que los puedan afectar, puesto que tienen expectativas de ampliar cada vez más su mercado, dirigiéndose tanto a zonas urbanas como rurales para incrementar el número de clientes.	El principal factor regulatorio que afecta a la empresa Speedycom Cía. Ltda. son las distintas reformas a las normativas a las que está sujeta la misma, entre las principales se encuentran el Código tributario y la Ley Orgánica de Telecomunicaciones.	El principal factor científico/tecnológico que puede afectar a la empresa Speedycom Cía. Ltda. es el constante avance tecnológico, puesto que los equipos que la empresa adquiere tienen un tiempo estimado de duración y mientras pasa el tiempo salen al mercado nuevos equipos con versiones más actualizadas de las que ya se adquirieron, de manera que, la empresa se ve obligada a renovar sus equipos, los cuales son generalmente costosos, para satisfacer las necesidades actuales de sus clientes.
VISION ESTRATÉGICA								
<b>MISIÓN</b>	Brindar soluciones integrales de telecomunicaciones con la más alta tecnología con talento humano apasionado por su trabajo enfocado a satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.							
<b>VISIÓN</b>	Ser una compañía de conocimiento y entretenimiento digital en la Zona Centro del Ecuador, gracias a nuestras soluciones innovadoras de productos y servicios, para así lograr ser reconocidos por nuestro servicio de calidad humana y profesional.							
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ser la principal empresa de telecomunicaciones dentro de la zona centro</li> <li>- Brindar una excelente calidad de servicio a los clientes</li> <li>- Seguir expandiendo la red de fibra óptica</li> </ul>							
ELABORADO POR:	SCCA	FECHA:	12/06/2023					
REVISADO POR:	TMCC	FECHA:	15/06/2023					

## Resultados de la evaluación preliminar de la entidad

### Cuestionario preliminar de control interno

<b>SPEEDYCOM CÍA. LTDA.</b> <b>EVALUACIÓN PRELIMINAR DE CONTROL INTERNO</b> <b>PERÍODO 2022</b> <b>Responsable: Freire Eduardo – Gerente</b>				
No.	DESCRIPCIÓN	Respuesta		OBSERVACIONES / MEDIO DE VERIFICACIÓN
		SI	NO	
<b>A</b>	<b>SUBCOMPONENTE: Ambiente de Control</b>			
1	¿La empresa cuenta con un código de ética que permita regular el comportamiento de los empleados del departamento de comercialización?	X		
2	¿Se dispone de un manual de políticas para los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
3	¿La empresa cuenta con un manual que especifique las funciones y procedimientos de los empleados del departamento de comercialización?	X		
4	¿Se dispone de un plan estratégico para el departamento de comercialización?	X		
5	¿Se dispone de un presupuesto para la capacitación del personal?	X		
6	¿La estructura organizacional del departamento de comercialización es suficientemente robusta para atender las necesidades del negocio?	X		
7	¿El personal del departamento de comercialización cuenta con la experiencia y habilidades necesarias para realizar su trabajo?	X		
8	¿Se realizan seguimientos o evaluaciones al cumplimiento de las funciones y procedimientos del personal del departamento de comercialización?	X		
9	¿Se evalúa periódicamente el desempeño del personal del departamento de comercialización con el fin de conocer sus habilidades y competencias?	X		

10	¿La empresa otorga beneficios o incentivos al personal del departamento de comercialización por su buen desempeño y a su vez establece sanciones por incumplimiento?	X		
<b>B SUBCOMPONENTE: Evaluación de Riesgos</b>				
11	¿Se tienen identificados los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
12	¿Se identifican los riesgos que pueden impedir el logro de los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
13	¿Se realiza un análisis de los riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización, en función de la probabilidad de que los mismos se materialicen y el impacto que pudieran dar en dicho escenario?	X		
14	¿En la evaluación de riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización se considera la probabilidad de fraude para la consecución de los objetivos?	X		
15	¿Una vez identificados y evaluados los riesgos, se define un plan de tratamiento que permita tener un menor riesgo residual?	X		
16	¿El personal del departamento de comercialización conoce los riesgos a los que se encuentra expuesto en su cargo?	X		
<b>C COMPONENTE: Actividades de Control</b>				
17	¿Se aplican debidamente las políticas, funciones y procedimientos establecidos para el departamento de comercialización?	X		
18	¿Las políticas y procedimientos establecidos son revisados o corregidos de manera periódica?	X		
19	¿El departamento de comercialización cuenta con algún responsable de evaluar el cumplimiento de las políticas, funciones y procedimientos establecidos?	X		

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.C.2.1  
3/18

20	¿La entidad documenta las políticas y procedimientos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización de acuerdo con las actividades de control establecidas?	X		
21	¿Se dispone de indicadores de desempeño para los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización?		X	Los indicadores se encuentran en desarrollo
22	¿Se mantiene una segregación de funciones adecuada en el departamento de comercialización?	X		
<b>D COMPONENTE: Sistemas de Información y Comunicación</b>				
23	¿Se socializan las políticas, funciones y procedimientos establecidos al personal encargado del departamento de comercialización, así como a los responsables de las diferentes áreas que intervienen en el proceso?	X		
24	¿Se han establecido procedimientos de comunicación e información internos?	X		
<b>E COMPONENTE: Supervisión del sistema de control – Monitoreo</b>				
25	¿La entidad realiza seguimientos periódicos al cumplimiento de metas y objetivos estratégicos?	X		
26	¿La entidad realiza seguimientos periódicos al desempeño de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
27	¿Se definen y cumplen los planes de acción definidos por los encargados de los procesos del departamento de comercialización en respuesta a los hallazgos de las auditorías ya sean estas internas o externas?	X		

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	12/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	15/06/2023

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.C.2.1  
4/18

<b>SPEEDYCOM CÍA. LTDA.</b> <b>EVALUACIÓN PRELIMINAR DE CONTROL INTERNO</b> <b>PERÍODO 2022</b> <b>Responsable:</b> Verónica Astudillo - Supervisor Comercial				
No.	DESCRIPCIÓN	Respuesta		OBSERVACIONES / MEDIO DE VERIFICACIÓN
		SI	NO	
<b>A</b>	<b>SUBCOMPONENTE: Ambiente de Control</b>			
1	¿La empresa cuenta con un código de ética que permita regular el comportamiento de los empleados del departamento de comercialización?	X		
2	¿Se dispone de un manual de políticas para los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
3	¿La empresa cuenta con un manual que especifique las funciones y procedimientos de los empleados del departamento de comercialización?	X		
4	¿Se dispone de un plan estratégico para el departamento de comercialización?	X		
5	¿Se dispone de un presupuesto para la capacitación del personal?	X		
6	¿La estructura organizacional del departamento de comercialización es suficientemente robusta para atender las necesidades del negocio?	X		
7	¿El personal del departamento de comercialización cuenta con la experiencia y habilidades necesarias para realizar su trabajo?	X		
8	¿Se realizan seguimientos o evaluaciones al cumplimiento de las funciones y procedimientos del personal del departamento de comercialización?	X		
9	¿Se evalúa periódicamente el desempeño del personal del departamento de comercialización con el fin de conocer sus habilidades y competencias?	X		
10	¿La empresa otorga beneficios o incentivos al personal del departamento de comercialización por su buen	X		



	desempeño y a su vez establece sanciones por incumplimiento?			
<b>B</b>	<b>SUBCOMPONENTE: Evaluación de Riesgos</b>			
11	¿Se tienen identificados los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
12	¿Se identifican los riesgos que pueden impedir el logro de los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
13	¿Se realiza un análisis de los riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización, en función de la probabilidad de que los mismos se materialicen y el impacto que pudieran dar en dicho escenario?	X		
14	¿En la evaluación de riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización se considera la probabilidad de fraude para la consecución de los objetivos?	X		
15	¿Una vez identificados y evaluados los riesgos, se define un plan de tratamiento que permita tener un menor riesgo residual?	X		
16	¿El personal del departamento de comercialización conoce los riesgos a los que se encuentra expuesto en su cargo?	X		
<b>C</b>	<b>COMPONENTE: Actividades de Control</b>			
17	¿Se aplican debidamente las políticas, funciones y procedimientos establecidos para el departamento de comercialización?	X		
18	¿Las políticas y procedimientos establecidos son revisados o corregidos de manera periódica?	X		
19	¿El departamento de comercialización cuenta con algún responsable de evaluar el cumplimiento de las políticas, funciones y procedimientos establecidos?	X		

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.C.2.1  
6/18

20	¿La entidad documenta las políticas y procedimientos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización de acuerdo con las actividades de control establecidas?	X		
21	¿Se dispone de indicadores de desempeño para los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización?		X	Los indicadores se encuentran en desarrollo
22	¿Se mantiene una segregación de funciones adecuada en el departamento de comercialización?	X		
<b>D COMPONENTE: Sistemas de Información y Comunicación</b>				
23	¿Se socializan las políticas, funciones y procedimientos establecidos al personal encargado del departamento de comercialización, así como a los responsables de las diferentes áreas que intervienen en el proceso?	X		
24	¿Se han establecido procedimientos de comunicación e información internos?	X		
<b>E COMPONENTE: Supervisión del sistema de control - Monitoreo</b>				
25	¿La entidad realiza seguimientos periódicos al cumplimiento de metas y objetivos estratégicos?	X		
26	¿La entidad realiza seguimientos periódicos al desempeño de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
27	¿Se definen y cumplen los planes de acción definidos por los encargados de los procesos del departamento de comercialización en respuesta a los hallazgos de las auditorías ya sean estas internas o externas?	X		

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	12/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	15/06/2023

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.C.2.1  
7/18

<b>SPEEDYCOM CÍA. LTDA.</b> <b>EVALUACIÓN PRELIMINAR DE CONTROL INTERNO</b> <b>PERÍODO 2022</b> <b>Responsable: Gustavo Flores - Coordinador Comercial</b>				
No.	DESCRIPCIÓN	Respuesta		OBSERVACIONES / MEDIO DE VERIFICACIÓN
		SI	NO	
<b>A</b>	<b>SUBCOMPONENTE: Ambiente de Control</b>			
1	¿La empresa cuenta con un código de ética que permita regular el comportamiento de los empleados del departamento de comercialización?		X	
2	¿Se dispone de un manual de políticas para los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
3	¿La empresa cuenta con un manual que especifique las funciones y procedimientos de los empleados del departamento de comercialización?	X		
4	¿Se dispone de un plan estratégico para el departamento de comercialización?	X		
5	¿Se dispone de un presupuesto para la capacitación del personal?	X		
6	¿La estructura organizacional del departamento de comercialización es suficientemente robusta para atender las necesidades del negocio?	X		
7	¿El personal del departamento de comercialización cuenta con la experiencia y habilidades necesarias para realizar su trabajo?	X		
8	¿Se realizan seguimientos o evaluaciones al cumplimiento de las funciones y procedimientos del personal del departamento de comercialización?	X		
9	¿Se evalúa periódicamente el desempeño del personal del departamento de comercialización con el fin de conocer sus habilidades y competencias?	X		
10	¿La empresa otorga beneficios o incentivos al personal del departamento de comercialización por su buen	X		

	desempeño y a su vez establece sanciones por incumplimiento?			
<b>B</b>	<b>SUBCOMPONENTE: Evaluación de Riesgos</b>			
11	¿Se tienen identificados los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
12	¿Se identifican los riesgos que pueden impedir el logro de los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?		X	
13	¿Se realiza un análisis de los riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización, en función de la probabilidad de que los mismos se materialicen y el impacto que pudieran dar en dicho escenario?		X	
14	¿En la evaluación de riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización se considera la probabilidad de fraude para la consecución de los objetivos?		X	
15	¿Una vez identificados y evaluados los riesgos, se define un plan de tratamiento que permita tener un menor riesgo residual?		X	
16	¿El personal del departamento de comercialización conoce los riesgos a los que se encuentra expuesto en su cargo?		X	
<b>C</b>	<b>COMPONENTE: Actividades de Control</b>			
17	¿Se aplican debidamente las políticas, funciones y procedimientos establecidos para el departamento de comercialización?		X	
18	¿Las políticas y procedimientos establecidos son revisados o corregidos de manera periódica?		X	
19	¿El departamento de comercialización cuenta con algún responsable de evaluar el cumplimiento de las políticas, funciones y procedimientos establecidos?	X		

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.C.2.1  
9/18

20	¿La entidad documenta las políticas y procedimientos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización de acuerdo con las actividades de control establecidas?	X		
21	¿Se dispone de indicadores de desempeño para los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización?		X	Los indicadores se encuentran en desarrollo
22	¿Se mantiene una segregación de funciones adecuada en el departamento de comercialización?		X	
<b>D COMPONENTE: Sistemas de Información y Comunicación</b>				
23	¿Se socializan las políticas, funciones y procedimientos establecidos al personal encargado del departamento de comercialización, así como a los responsables de las diferentes áreas que intervienen en el proceso?	X		
24	¿Se han establecido procedimientos de comunicación e información internos?	X		
<b>E COMPONENTE: Supervisión del sistema de control - Monitoreo</b>				
25	¿La entidad realiza seguimientos periódicos al cumplimiento de metas y objetivos estratégicos?	X		
26	¿La entidad realiza seguimientos periódicos al desempeño de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
27	¿Se definen y cumplen los planes de acción definidos por los encargados de los procesos del departamento de comercialización en respuesta a los hallazgos de las auditorías ya sean estas internas o externas?	X		

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	12/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	15/06/2023

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.C.2.1  
10/18

<b>SPEEDYCOM CÍA. LTDA.</b> <b>EVALUACIÓN PRELIMINAR DE CONTROL INTERNO</b> <b>PERÍODO 2022</b> <b>Responsable: Mariana Tintin - Asesor comercial contac center</b>				
No.	DESCRIPCIÓN	Respuesta		OBSERVACIONES / MEDIO DE VERIFICACIÓN
		SI	NO	
<b>A</b>	<b>SUBCOMPONENTE: Ambiente de Control</b>			
1	¿La empresa cuenta con un código de ética que permita regular el comportamiento de los empleados del departamento de comercialización?		X	
2	¿Se dispone de un manual de políticas para los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
3	¿La empresa cuenta con un manual que especifique las funciones y procedimientos de los empleados del departamento de comercialización?	X		
4	¿Se dispone de un plan estratégico para el departamento de comercialización?	X		
5	¿Se dispone de un presupuesto para la capacitación del personal?	X		
6	¿La estructura organizacional del departamento de comercialización es suficientemente robusta para atender las necesidades del negocio?	X		
7	¿El personal del departamento de comercialización cuenta con la experiencia y habilidades necesarias para realizar su trabajo?		X	
8	¿Se realizan seguimientos o evaluaciones al cumplimiento de las funciones y procedimientos del personal del departamento de comercialización?	X		
9	¿Se evalúa periódicamente el desempeño del personal del departamento de comercialización con el fin de conocer sus habilidades y competencias?	X		
10	¿La empresa otorga beneficios o incentivos al personal del departamento de comercialización por su buen		X	

	desempeño y a su vez establece sanciones por incumplimiento?			
<b>B</b>	<b>SUBCOMPONENTE: Evaluación de Riesgos</b>			
11	¿Se tienen identificados los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
12	¿Se identifican los riesgos que pueden impedir el logro de los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
13	¿Se realiza un análisis de los riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización, en función de la probabilidad de que los mismos se materialicen y el impacto que pudieran dar en dicho escenario?	X		
14	¿En la evaluación de riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización se considera la probabilidad de fraude para la consecución de los objetivos?	X		
15	¿Una vez identificados y evaluados los riesgos, se define un plan de tratamiento que permita tener un menor riesgo residual?	X		
16	¿El personal del departamento de comercialización conoce los riesgos a los que se encuentra expuesto en su cargo?	X		
<b>C</b>	<b>COMPONENTE: Actividades de Control</b>			
17	¿Se aplican debidamente las políticas, funciones y procedimientos establecidos para el departamento de comercialización?	X		
18	¿Las políticas y procedimientos establecidos son revisados o corregidos de manera periódica?	X		
19	¿El departamento de comercialización cuenta con algún responsable de evaluar el cumplimiento de las políticas, funciones y procedimientos establecidos?	X		

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.C.2.1  
12/18

20	¿La entidad documenta las políticas y procedimientos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización de acuerdo con las actividades de control establecidas?	X		
21	¿Se dispone de indicadores de desempeño para los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización?		X	Los indicadores se encuentran en desarrollo
22	¿Se mantiene una segregación de funciones adecuada en el departamento de comercialización?	X		
<b>D COMPONENTE: Sistemas de Información y Comunicación</b>				
23	¿Se socializan las políticas, funciones y procedimientos establecidos al personal encargado del departamento de comercialización, así como a los responsables de las diferentes áreas que intervienen en el proceso?	X		
24	¿Se han establecido procedimientos de comunicación e información internos?	X		
<b>E COMPONENTE: Supervisión del sistema de control - Monitoreo</b>				
25	¿La entidad realiza seguimientos periódicos al cumplimiento de metas y objetivos estratégicos?	X		
26	¿La entidad realiza seguimientos periódicos al desempeño de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
27	¿Se definen y cumplen los planes de acción definidos por los encargados de los procesos del departamento de comercialización en respuesta a los hallazgos de las auditorías ya sean estas internas o externas?	X		

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	12/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	15/06/2023



## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.C.2.1  
13/18

<b>SPEEDYCOM CÍA. LTDA.</b> <b>EVALUACIÓN PRELIMINAR DE CONTROL INTERNO</b> <b>PERÍODO 2022</b> <b>Responsable:</b> Valeria Morales - Asesor de Oficina				
No.	DESCRIPCIÓN	Respuesta		OBSERVACIONES / MEDIO DE VERIFICACIÓN
		SI	NO	
<b>A</b>	<b>SUBCOMPONENTE: Ambiente de Control</b>			
1	¿La empresa cuenta con un código de ética que permita regular el comportamiento de los empleados del departamento de comercialización?		X	
2	¿Se dispone de un manual de políticas para los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
3	¿La empresa cuenta con un manual que especifique las funciones y procedimientos de los empleados del departamento de comercialización?	X		
4	¿Se dispone de un plan estratégico para el departamento de comercialización?		X	
5	¿Se dispone de un presupuesto para la capacitación del personal?	X		
6	¿La estructura organizacional del departamento de comercialización es suficientemente robusta para atender las necesidades del negocio?	X		
7	¿El personal del departamento de comercialización cuenta con la experiencia y habilidades necesarias para realizar su trabajo?	X		
8	¿Se realizan seguimientos o evaluaciones al cumplimiento de las funciones y procedimientos del personal del departamento de comercialización?	X		
9	¿Se evalúa periódicamente el desempeño del personal del departamento de comercialización con el fin de conocer sus habilidades y competencias?	X		
10	¿La empresa otorga beneficios o incentivos al personal del departamento de comercialización por su buen		X	

	desempeño y a su vez establece sanciones por incumplimiento?			
<b>B</b>	<b>SUBCOMPONENTE: Evaluación de Riesgos</b>			
11	¿Se tienen identificados los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
12	¿Se identifican los riesgos que pueden impedir el logro de los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?		X	
13	¿Se realiza un análisis de los riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización, en función de la probabilidad de que los mismos se materialicen y el impacto que pudieran dar en dicho escenario?		X	
14	¿En la evaluación de riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización se considera la probabilidad de fraude para la consecución de los objetivos?		X	
15	¿Una vez identificados y evaluados los riesgos, se define un plan de tratamiento que permita tener un menor riesgo residual?		X	
16	¿El personal del departamento de comercialización conoce los riesgos a los que se encuentra expuesto en su cargo?		X	
<b>C</b>	<b>COMPONENTE: Actividades de Control</b>			
17	¿Se aplican debidamente las políticas, funciones y procedimientos establecidos para el departamento de comercialización?		X	
18	¿Las políticas y procedimientos establecidos son revisados o corregidos de manera periódica?		X	
19	¿El departamento de comercialización cuenta con algún responsable de evaluar el cumplimiento de las políticas, funciones y procedimientos establecidos?	X		

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.C.2.1  
15/18

20	¿La entidad documenta las políticas y procedimientos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización de acuerdo con las actividades de control establecidas?	X		
21	¿Se dispone de indicadores de desempeño para los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización?		X	Los indicadores se encuentran en desarrollo
22	¿Se mantiene una segregación de funciones adecuada en el departamento de comercialización?		X	
<b>D COMPONENTE: Sistemas de Información y Comunicación</b>				
23	¿Se socializan las políticas, funciones y procedimientos establecidos al personal encargado del departamento de comercialización, así como a los responsables de las diferentes áreas que intervienen en el proceso?	X		
24	¿Se han establecido procedimientos de comunicación e información internos?	X		
<b>E COMPONENTE: Supervisión del sistema de control - Monitoreo</b>				
25	¿La entidad realiza seguimientos periódicos al cumplimiento de metas y objetivos estratégicos?	X		
26	¿La entidad realiza seguimientos periódicos al desempeño de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
27	¿Se definen y cumplen los planes de acción definidos por los encargados de los procesos del departamento de comercialización en respuesta a los hallazgos de las auditorías ya sean estas internas o externas?	X		

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	12/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	15/06/2023

<b>SPEEDYCOM CÍA. LTDA.</b> <b>EVALUACIÓN PRELIMINAR DE CONTROL INTERNO</b> <b>PERÍODO 2022</b> <b>Responsable: Araceli Coronel - Asesor de Campo</b>				
No.	DESCRIPCIÓN	Respuesta		OBSERVACIONES / MEDIO DE VERIFICACIÓN
		SI	NO	
<b>A</b>	<b>SUBCOMPONENTE: Ambiente de Control</b>			
1	¿La empresa cuenta con un código de ética que permita regular el comportamiento de los empleados del departamento de comercialización?	X		
2	¿Se dispone de un manual de políticas para los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
3	¿La empresa cuenta con un manual que especifique las funciones y procedimientos de los empleados del departamento de comercialización?	X		
4	¿Se dispone de un plan estratégico para el departamento de comercialización?	X		
5	¿Se dispone de un presupuesto para la capacitación del personal?	X		
6	¿La estructura organizacional del departamento de comercialización es suficientemente robusta para atender las necesidades del negocio?	X		
7	¿El personal del departamento de comercialización cuenta con la experiencia y habilidades necesarias para realizar su trabajo?	X		
8	¿Se realizan seguimientos o evaluaciones al cumplimiento de las funciones y procedimientos del personal del departamento de comercialización?	X		
9	¿Se evalúa periódicamente el desempeño del personal del departamento de comercialización con el fin de conocer sus habilidades y competencias?	X		
10	¿La empresa otorga beneficios o incentivos al personal del departamento de comercialización por su buen	X		

	desempeño y a su vez establece sanciones por incumplimiento?			
<b>B</b>	<b>SUBCOMPONENTE: Evaluación de Riesgos</b>			
11	¿Se tienen identificados los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
12	¿Se identifican los riesgos que pueden impedir el logro de los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
13	¿Se realiza un análisis de los riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización, en función de la probabilidad de que los mismos se materialicen y el impacto que pudieran dar en dicho escenario?	X		
14	¿En la evaluación de riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización se considera la probabilidad de fraude para la consecución de los objetivos?		X	
15	¿Una vez identificados y evaluados los riesgos, se define un plan de tratamiento que permita tener un menor riesgo residual?		X	
16	¿El personal del departamento de comercialización conoce los riesgos a los que se encuentra expuesto en su cargo?	X		
<b>C</b>	<b>COMPONENTE: Actividades de Control</b>			
17	¿Se aplican debidamente las políticas, funciones y procedimientos establecidos para el departamento de comercialización?	X		
18	¿Las políticas y procedimientos establecidos son revisados o corregidos de manera periódica?	X		
19	¿El departamento de comercialización cuenta con algún responsable de evaluar el cumplimiento de las políticas, funciones y procedimientos establecidos?	X		

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.C.2.1  
18/18

20	¿La entidad documenta las políticas y procedimientos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización de acuerdo con las actividades de control establecidas?	X		
21	¿Se dispone de indicadores de desempeño para los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización?		X	Los indicadores se encuentran en desarrollo
22	¿Se mantiene una segregación de funciones adecuada en el departamento de comercialización?	X		
<b>D COMPONENTE: Sistemas de Información y Comunicación</b>				
23	¿Se socializan las políticas, funciones y procedimientos establecidos al personal encargado del departamento de comercialización, así como a los responsables de las diferentes áreas que intervienen en el proceso?	X		
24	¿Se han establecido procedimientos de comunicación e información internos?	X		
<b>E COMPONENTE: Supervisión del sistema de control - Monitoreo</b>				
25	¿La entidad realiza seguimientos periódicos al cumplimiento de metas y objetivos estratégicos?	X		
26	¿La entidad realiza seguimientos periódicos al desempeño de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	X		
27	¿Se definen y cumplen los planes de acción definidos por los encargados de los procesos del departamento de comercialización en respuesta a los hallazgos de las auditorías ya sean estas internas o externas?	X		

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	12/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	15/06/2023

## Valoración de riesgo

### SPEEDYCOM CÍA. LTDA. EVALUACIÓN ESPECIFICA DEL CONTROL INTERNO PERÍODO 2022

	PREGUNTA EVALUACIÓN CONTROL INTERNO	PONDERACIÓN TOTAL	CALIFICACIÓN TOTAL	OBSERVACIONES
<b>A</b>	<b>SUBCOMPONENTE: Ambiente de Control</b>	<b>60</b>	<b>54</b>	
1	¿La empresa cuenta con un código de ética que permita regular el comportamiento de los empleados del departamento de comercialización?	6	4	
2	¿Se dispone de un manual de políticas para los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	6	6	
3	¿La empresa cuenta con un manual que especifique las funciones y procedimientos de los empleados del departamento de comercialización?	6	6	
4	¿Se dispone de un plan estratégico para el departamento de comercialización?	6	5	
5	¿Se dispone de un presupuesto para la capacitación del personal?	6	6	
6	¿La estructura organizacional del departamento de comercialización es suficientemente robusta para atender las necesidades del negocio?	6	6	
7	¿El personal del departamento de comercialización cuenta con la experiencia y habilidades necesarias para realizar su trabajo?	6	5	
8	¿Se realizan seguimientos o evaluaciones al cumplimiento de las funciones y procedimientos del personal del departamento de comercialización?	6	6	
9	¿Se evalúa periódicamente el desempeño del personal del departamento de comercialización con el fin de conocer sus habilidades y competencias?	6	6	
10	¿La empresa otorga beneficios o incentivos al personal del departamento de comercialización por su buen desempeño y a su vez establece sanciones por incumplimiento?	6	4	

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.C.2.2  
2/3

<b>B</b>	<b>SUBCOMPONENTE: Evaluación de Riesgos</b>	<b>36</b>	<b>24</b>	
11	¿Se tienen identificados los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	6	6	
12	¿Se identifican los riesgos que pueden impedir el logro de los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	6	4	
13	¿Se realiza un análisis de los riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización, en función de la probabilidad de que los mismos se materialicen y el impacto que pudieran dar en dicho escenario?	6	4	
14	¿En la evaluación de riesgos de los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización se considera la probabilidad de fraude para la consecución de los objetivos?	6	3	
15	¿Una vez identificados y evaluados los riesgos, se define un plan de tratamiento que permita tener un menor riesgo residual?	6	3	
16	¿El personal del departamento de comercialización conoce los riesgos a los que se encuentra expuesto en su cargo?	6	4	
<b>C</b>	<b>COMPONENTE: Actividades de control</b>	<b>36</b>	<b>24</b>	
17	¿Se aplican debidamente las políticas, funciones y procedimientos establecidos para el departamento de comercialización?	6	4	
18	¿Las políticas y procedimientos establecidos son revisados o corregidos de manera periódica?	6	4	
19	¿El departamento de comercialización cuenta con algún responsable de evaluar el cumplimiento de las políticas, funciones y procedimientos establecidos?	6	6	
20	¿La entidad documenta las políticas y procedimientos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización de acuerdo con las actividades de control establecidas?	6	6	
21	¿Se dispone de indicadores de desempeño para los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización?	6	0	



## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.C.2.2  
3/3

22	¿Se mantiene una segregación de funciones adecuada en el departamento de comercialización?	6	4	
<b>D</b>	<b>COMPONENTE: Sistemas de Información y Comunicación</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	
23	¿Se socializan las políticas, funciones y procedimientos establecidos al personal encargado del departamento de comercialización, así como a los responsables de las diferentes áreas que intervienen en el proceso?	6	6	
24	¿Se han establecido procedimientos de comunicación e información internos?	6	6	
<b>E</b>	<b>COMPONENTE: Supervisión del sistema de control - Monitoreo</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	
25	¿La entidad realiza seguimientos periódicos al cumplimiento de metas y objetivos estratégicos?	6	6	
26	¿La entidad realiza seguimientos periódicos al desempeño de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización?	6	6	
27	¿Se definen y cumplen los planes de acción definidos por los encargados de los procesos del departamento de comercialización en respuesta a los hallazgos de las auditorías ya sean estas internas o externas?	6	6	
<b>TOTAL</b>		<b>162</b>	<b>132</b>	

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	12/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	15/06/2023

## Enfoque de auditoría

### ENFOQUE DE AUDITORÍA

Una vez analizado el cuestionario de control interno de la empresa Speedycom Cía. Ltda., se pudo determinar que el 19% corresponde al nivel de riesgo de control y el 81% al nivel de confianza, obteniéndose como resultado un nivel de riesgo Bajo, por lo que se debe aplicar pruebas de cumplimiento.

ELABORADO POR:	SCCA	FECHA:	12/06/2023
REVISADO POR:	TMCC	FECHA:	15/06/2023

## Matriz de riesgo preliminar

### SPEEDYCOM CÍA. LTDA. MATRIZ DE RIESGO PRELIMINAR PERÍODO 2022

Componente	Determinación de riesgos			Pruebas de auditoría	
				Cumplimiento	Sustantiva
<b>Ambiente de control</b>	<b>R.I.</b>	<b>10%</b>	<b>BAJO</b>		
	La empresa <b>no</b> cuenta con un código de ética que permita regular el comportamiento de los empleados del departamento de comercialización.			Verificar si la empresa cuenta con un código de ética.	
	La empresa <b>no</b> dispone de un plan estratégico para el departamento de comercialización.			Comprobar si la empresa cuenta con un plan estratégico.	
	El personal del departamento de comercialización <b>no</b> cuenta con la experiencia y habilidades necesarias para realizar su trabajo.			Observar el desempeño del personal en la ejecución de sus funciones.	
<b>Evaluación de riesgos</b>	<b>R.I.</b>	<b>33%</b>	<b>MODERADO</b>		Aplicación de indicadores de gestión
	<b>No</b> se identifican y analizan los riesgos que pueden impedir el logro de los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización. A su vez <b>no</b> se considera la probabilidad de fraude en la evaluación de riesgos, y también una vez identificados y evaluados los riesgos, <b>no</b> se define un plan de tratamiento que permita tener un menor riesgo residual.			Verificar si la empresa identifica fácilmente los riesgos que afectan al sector.	
	El personal del departamento de comercialización <b>no</b> conoce los riesgos a los que se encuentra expuesto en su cargo.				

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

<b>Actividades de control</b>	<b>R.I.</b>	<b>33%</b>	<b>MODERADO</b>	Verificar el manual de políticas, funciones y procedimientos establecido por la entidad.
	<p><b>No</b> se aplican debidamente las políticas, funciones y procedimientos establecidos para el departamento de comercialización, y a su vez <b>no</b> son revisados o corregidos de manera periódica.</p>			
<b>Sistemas de información y comunicación</b>	<p>La empresa <b>no</b> dispone de indicadores de desempeño para los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización.</p>			Verificar si la empresa cuenta con indicadores que permitan medir el logro de los objetivos.
	<b>R.I.</b>	<b>0%</b>	<b>BAJO</b>	
<b>Supervisión y monitoreo</b>	<p>Verificar si la empresa cuenta con indicadores que permitan medir el logro de los objetivos.</p>			
	<b>R.I.</b>	<b>0%</b>	<b>BAJO</b>	

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	12/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	15/06/2023

## Planificación del trabajo

### MEMORANDO DE PLANIFICACIÓN

INFORMACIÓN GENERAL			
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	Speedycom Cía. Ltda.		
<b>REPRESENTANTE LEGAL</b>	Freire Guerrero Vicente Eduardo		
<b>TIPO DE AUDITORÍA</b>	Auditoría de Gestión		
<b>PERÍODO DE LA AUDITORÍA</b>	Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2022		
<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA</b>	12/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA</b>	15/06/2023



#### 1. REQUERIMIENTO DE LA AUDITORÍA

La empresa Speedycom Cía. Ltda. hasta la fecha ha sido sometida a auditorías externas financieras, de manera que, hasta la fecha no tiene antecedentes de Auditoría de gestión que les permita conocer posibles debilidades en los procesos u operaciones llevados a cabo en la entidad, y al no ser objetos de auditoría de gestión tampoco se ha verificado si las herramientas implementadas están siendo efectivas para el logro de metas y objetivos propuestos. Mediante conversaciones verbales con miembros de la entidad se pudo conocer que el departamento de comercialización ha venido presentando debilidades en sus procesos entre ellos el proceso de regularización de contratos. De esta manera se considera importante realizar una auditoría de gestión específicamente al departamento de comercialización, para evaluar el grado de eficiencia y eficacia de los procesos que se ejecuten en dicho departamento, así como también determinar si las herramientas implementadas por la organización son adecuadas para lograr los objetivos propuestos.

#### 2. FECHA DE INTERVENCIÓN

ACTIVIDAD	FECHA ESTIMADA
<b>Inicio de trabajo</b>	12/06/2023
<b>Finalización del trabajo de campo</b>	15/06/2023
<b>Discusión del borrador</b>	21/06/2023
<b>Presentación del informe</b>	26/06/2023
<b>Emisión del informe final</b>	30/06/2023

## 3. EQUIPO MULTIDICIPLINARIO

EQUIPO DE AUDITORÍA			
Nombres	Iniciales	Cargos	Firmas
Toscano Morales Cecilia Catalina	TMCC	Supervisor	
Saavedra Callata Chayna Alexandra	SCCA	Auditor	

## 4. DÍAS PRESUPUESTADOS PARA LA ELABORACIÓN DEL TRABAJO DE AUDITORÍA

La auditoría de gestión al departamento de comercialización de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se efectuará en 30 días laborales distribuidos de la siguiente manera:

FASES	# DE DÍAS
Fase I Planificación	7 días
Fase II Ejecución	20 días
Fase IV Comunicación	3 días
<b>Total días</b>	<b>30 días</b>

## 5. INFORMACIÓN GENERAL DE LA ENTIDAD AUDITADA

### 5.1 Misión

Brindar soluciones integrales de telecomunicaciones con la más alta tecnología con talento humano apasionado por su trabajo enfocado a satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

### 5.2 Visión

Ser una compañía de conocimiento y entretenimiento digital en la Zona Centro del Ecuador, gracias a nuestras soluciones innovadoras de productos y servicios, para así lograr ser reconocidos por nuestro servicio de calidad humana y profesional.

### 5.3 Objetivos

- Ser la principal empresa de telecomunicaciones dentro de la zona centro
- Brindar una excelente calidad de servicio a los clientes
- Seguir expandiendo la red de fibra óptica

## 5.4 Valores

- Actitud de Servicio
- Pasión
- Sinergia y Trabajo en equipo
- Innovación y Proactividad
- Integridad
- ADN Speedy

## 5.5 Principales Actividades

La empresa Speedycom Cía. Ltda. tiene como actividad económica la prestación de servicios de internet y transmisión de datos de alta capacidad y velocidad, utilizando una red de fibra óptica para brindar soluciones integrales de telecomunicaciones con la más alta tecnología a sus clientes. Entre los servicios que brinda la empresa se encuentran los siguientes:

### Planes speedy home básicos zonas especiales

- Acceso Fos 25Mb Speedy Home - Valor mensual \$ 19,00 – Valor instalación \$ 0,00
- Acceso Fos 60Mb Speedy Home – Valor mensual \$ 22,40 – Valor instalación \$ 0,00

### Planes speedy home básicos

- Acceso Fos 100Mb Home – Valor mensual \$ 25,00 – Valor instalación \$ 0,00
- Acceso Fos 150Mb Home – Valor mensual \$ 28,00 – Valor instalación \$ 0,00

### Planes premium

- Acceso Fos 200Mb Home – Valor mensual \$ 30,00 – Valor instalación \$ 0,00
- Acceso Fos 250Mb Home – Valor mensual \$ 33,60 – Valor instalación \$ 0,00
- Acceso Fos 275Mb Home – Valor mensual \$ 35,00 – Valor instalación \$ 0,00
- Acceso Fos 350Mb Home – Valor mensual \$ 42,00 – Valor instalación \$ 0,00

### Planes basic pymes

- Basic Pymes Fos 75 Mb – Valor mensual \$ 39,20 – Valor instalación \$ 56,00
- Basic Pymes Fos 100 Mb – Valor mensual \$ 45,00 – Valor instalación \$ 56,00

### Planes premium pymes

- Premium Pymes Fos 150 Mb – Valor mensual \$ 64,00 – Valor instalación \$ 0,00

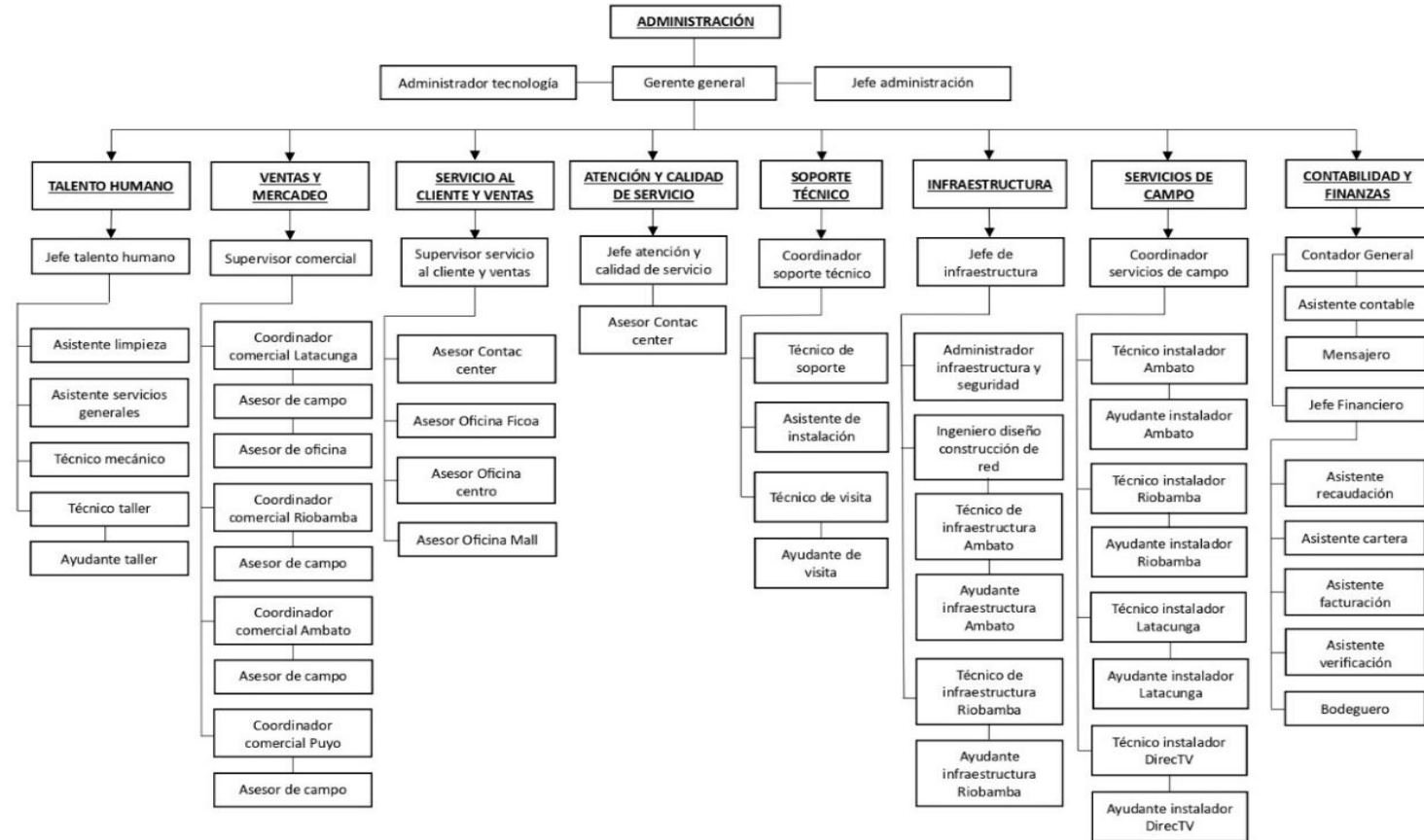
- Premium Pymes Fos 200 Mb – Valor mensual \$ 78,40 – Valor instalación \$ 0,00



## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

### 5.6 Estructura Organizacional

La empresa Speedycom Cía. Ltda. cuenta con el siguiente organigrama estructural:



## 5.7 Base Legal

En cuanto a las disposiciones legales que rigen a la empresa Speedycom Cía. Ltda., se pueden destacar las siguientes:

- Código Tributario
- Código de Trabajo
- Ley Orgánica de Telecomunicaciones
- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno
- Ley de Seguridad Social
- Ley de Compañías
- Reglamento General a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones
- Reglamento de aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno
- Estatuto de constitución de la compañía

## 6. MOTIVO DE AUDITORÍA

La auditoría de gestión al departamento de comercialización de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se realizará en base a los acontecimientos presentados en la entidad expuestos anteriormente, con el fin de evaluar el grado de eficiencia y eficacia de los procesos llevados a cabo en el departamento de comercialización, así como también determinar si las herramientas implementadas por la organización son adecuadas para lograr los objetivos propuestos.

## 7. OBJETIVOS DE LA AUDITORÍA

### 7.1 Objetivo general

Ejecutar la Auditoría de Gestión al departamento de comercialización de la empresa Speedycom Cía. Ltda. para la medición de la eficiencia, y eficacia de los procesos u operaciones.

### 7.2 Objetivos específicos

- Elaborar la planificación de la auditoría de Gestión para la determinación de los niveles de riesgo y enfoque de auditoría.
- Realizar la auditoría de Gestión para la obtención de evidencias suficientes y competentes que sustenten los resultados.

- Comunicar los resultados de la auditoría de Gestión a través del informe para la toma de decisiones de alta gerencia.

### 7.3 Alcance


Se realizará la auditoría de gestión al departamento de comercialización de la empresa Speedycom Cía. Ltda., por el período comprendido entre el 01 de enero al 31 de diciembre del 2022.

## 8. EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO

### 8.1 Resumen de los resultados de la evaluación de control interno







Como parte de la planificación específica de la auditoría de gestión al departamento de comercialización de la empresa Speedycom Cía. Ltda., se estableció y aplico un cuestionario de control interno con 27 preguntas, diseñado de acuerdo a los componentes del método COSO que son: Ambiente de control, Evaluación de riesgos, Actividades de Control, Información y comunicación y Monitoreo. Los resultados obtenidos se muestran a continuación:

#### DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE CONFIANZA Y RIESGO

PONDERACIÓN TOTAL	CALIFICACIÓN TOTAL	NIVEL DE CONFIANZA	NIVEL DE RIESGO	SEMAFORIZACIÓN NIVEL DE CONFIANZA
162	132	81%	19%	

Nivel de Confianza = $\frac{(CT \times 100)}{PT}$	Nivel de Riesgo = $100 - NC$
Nivel de Confianza = $(132 \times 100) / 162$	Nivel de Riesgo = $100 - 81\%$
Nivel de Confianza = <span style="background-color: #c8e6c9; padding: 2px 10px;">81%</span>	Nivel de Riesgo = <span style="background-color: #c8e6c9; padding: 2px 10px;">19%</span>

TABLA DE PONDERACIÓN NIVEL DE CONFIANZA Y NIVEL DE RIESGO

NIVEL DE CONFIANZA		
BAJO	MODERADO	ALTO
 5% - 50%	 51% - 75%	 76% - 95%
 95% - 50%	 49% - 25%	 24% - 5%

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

ALTO	MODERADO	BAJO
NIVEL DE RIESGO		

Nivel de Confianza =

Alto

Nivel de Riesgo =

Bajo

### ENFOQUE DE AUDITORÍA

Una vez analizado el cuestionario de control interno de la empresa Speedycom Cía. Ltda., se pudo determinar que el 19% corresponde al nivel de riesgo de control y el 81% corresponde al nivel de confianza, obteniéndose como resultado un nivel de riesgo Bajo, por lo que se debe aplicar pruebas de cumplimiento.

ELABORADO POR:	SCCA	FECHA:	12/06/2023
REVISADO POR:	TMCC	FECHA:	15/06/2023

## 8.2 Calificación de los factores de riesgo de auditoría

### RESUMEN GENERAL

COMPONENTES	NIVEL DE CONFIANZA	NIVEL DE RIESGO	CALIFICACIÓN DEL RIESGOS
SUBCOMPONENTE: Ambiente de Control	90%	10%	<b>BAJO</b>
SUBCOMPONENTE: Evaluación de Riesgos	67%	33%	<b>MODERADO</b>
COMPONENTE: Actividades de Control	67%	33%	<b>MODERADO</b>
COMPONENTE: Sistemas de Información y Comunicación	100%	0%	<b>BAJO</b>
COMPONENTE: Supervisión y Monitoreo	100%	0%	<b>BAJO</b>
<b>TOTAL</b>	<b>81%</b>	<b>19%</b>	<b>BAJO</b>

## 8.3 Grado de confianza y controles claves

Componente	Determinación de riesgos			Pruebas de auditoría	
				Cumplimiento	Sustantiva
Ambiente de control	R.I.	10%	<b>BAJO</b>		
	La empresa <b>no</b> cuenta con un código de ética que permita regular el comportamiento de los empleados del departamento de comercialización.			Verificar si la empresa cuenta con un código de ética.	Aplicación de indicadores de gestión
	La empresa <b>no</b> dispone de un plan estratégico para el departamento de comercialización.			Comprobar si la empresa cuenta con un plan estratégico.	

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.C.3.1  
9/10

				<p>El personal del departamento de comercialización <b>no</b> cuenta con la experiencia y habilidades necesarias para realizar su trabajo.</p>	<p>Observar el desempeño del personal en la ejecución de sus funciones.</p>		
<b>Evaluación de riesgos</b>	<b>R.I.</b>	<b>33%</b>	<b>MODERADO</b>	<p><b>No</b> se identifican y analizan los riesgos que pueden impedir el logro de los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización. A su vez <b>no</b> se considera la probabilidad de fraude en la evaluación de riesgos, y también una vez identificados y evaluados los riesgos, <b>no</b> se define un plan de tratamiento que permita tener un menor riesgo residual.</p>	<p>Verificar si la empresa identifica fácilmente los riesgos que afectan al sector.</p>		
						<p>El personal del departamento de comercialización <b>no</b> conoce los riesgos a los que se encuentra expuesto en su cargo.</p>	
<b>Actividades de control</b>	<b>R.I.</b>	<b>33%</b>	<b>MODERADO</b>	<p><b>No</b> se aplican debidamente las políticas, funciones y procedimientos establecidos para el departamento de comercialización, y a su vez <b>no</b> son revisados o corregidos de manera periódica.</p>	<p>Verificar el manual de políticas, funciones y procedimientos establecido por la entidad.</p>		
						<p>La empresa <b>no</b> dispone de indicadores de desempeño para los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización.</p>	<p>Verificar si la empresa cuenta con indicadores que permitan medir el logro de los objetivos.</p>
<b>Sistemas de información y comunicación</b>	<b>R.I.</b>	<b>0%</b>	<b>BAJO</b>				
<b>Supervisión y monitoreo</b>	<b>R.I.</b>	<b>0%</b>	<b>BAJO</b>				

ELABORADO POR:	SCCA	FECHA:	12/06/2023
REVISADO POR:	TMCC	FECHA:	15/06/2023

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

---

### 9. TRABAJO POR REALIZAR EN LA FASE DE AUDITORÍA

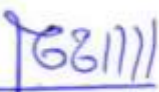
En la siguiente fase se procederá a aplicar el programa de auditoría establecido en la Fase de planificación con el fin de analizar la información a auditarse. Además, se procederá a elaborar los papeles de trabajo que permitirán obtener evidencia suficiente y adecuada para sustentar las inconsistencias detectadas, mismas que se verán reflejadas en la hoja de hallazgos, la cual permitirá sustentar el informe de auditoría.

### 10. OTROS ASPECTOS

Es importante dar a conocer los siguientes aspectos que se presentaron durante el desarrollo del presente proyecto:

- El archivo permanente fue creado y organizado en esta auditoría.
- El plan de trabajo fue elaborado en base al estudio preliminar que se realizó a la entidad a través de la Fase de planificación.

### 11. FIRMAS DE RESPONSABILIDAD



---

Dra. Cecilia Toscano  
**Supervisora**



---

Chayna Saavedra  
**Auditora**



**FASE II**  
**EJECUCIÓN**



## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES


### 3.1.2 Ejecución

## EJECUCIÓN DE LA AUDITORÍA

INFORMACIÓN DE LA ENTIDAD	
<b>NOMBRE DE LA ENTIDAD:</b>	Speedycom Cía. Ltda.
<b>REPRESENTANTE LEGAL:</b>	Freire Guerrero Vicente Eduardo
<b>RUC:</b>	1891719279001
<b>DIRECCIÓN MATRIZ:</b>	Calle Frutillas 01-119 y Limas, parroquia Ficoa, cantón Ambato
<b>PÁGINA WEB:</b>	<a href="https://speedy.com.ec/">https://speedy.com.ec/</a>
<b>TELEFONOS</b>	(03) 3 700 000 – 099 450 5050

INFORMACIÓN DE LA AUDITORÍA	
<b>TIPO DE EXAMEN:</b>	Auditoría de Gestión
<b>PERÍODO:</b>	2022

COMPONENTES DEL ARCHIVO		
<b>EJECUCIÓN</b>	<b>A.G.1</b>	Programa de trabajo
	<b>A.G.2</b>	Resultados de la evaluación de control interno
	<b>A.G.3</b>	Fichas técnicas de indicadores – Indicador Genérico
	<b>A.G.4</b>	Papeles de trabajo elaborados por el auditor – Indicador Genérico
	<b>A.G.5</b>	Hoja de hallazgos

EQUIPO DE AUDITORÍA			
Nombres	Iniciales	Cargo	Firmas
Toscano Morales Cecilia Catalina	TMCC	Supervisora	
Saavedra Callata Chayna Alexandra	SCCA	Auditora	

CONTENIDO	
<b>A.G.1</b>	<b>Programa de trabajo</b>
<b>A.G.2</b>	<b>Resultados de la evaluación de control interno</b>
<b>A.G.3</b>	<b>Fichas técnicas de indicadores – Indicador Genérico</b>
<b>A.G.3.1</b>	Indicador 1
<b>A.G.3.2</b>	Indicador 2
<b>A.G.3.3</b>	Indicador 3
<b>A.G.3.4</b>	Indicador 4
<b>A.G.3.5</b>	Indicador 5

## **SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES**

---

<b>A.G.3.6</b>	Indicador 6
<b>A.G.3.7</b>	Indicador 7
<b>A.G.3.8</b>	Indicador 8
<b>A.G.3.9</b>	Indicador 9
<b>A.G.3.10</b>	Indicador 10
<b>A.G.3.11</b>	Indicador 11
<b>A.G.3.12</b>	Indicador 12
<b>A.G.3.13</b>	Indicador 13
<b>A.G.3.14</b>	Indicador 14
<b>A.G.4</b>	<b>Papeles de trabajo elaborados por el auditor – Indicador Genérico</b>
<b>A.G.4.1</b>	Fuente de información indicador 1
<b>A.G.4.2</b>	Fuente de información indicador 2
<b>A.G.4.3</b>	Fuente de información indicador 3
<b>A.G.4.4</b>	Fuente de información indicador 4
<b>A.G.4.5</b>	Fuente de información indicador 5
<b>A.G.4.6</b>	Fuente de información indicador 6
<b>A.G.4.7</b>	Fuente de información indicador 7
<b>A.G.4.8</b>	Fuente de información indicador 8
<b>A.G.4.9</b>	Fuente de información indicador 9
<b>A.G.4.10</b>	Fuente de información indicador 10
<b>A.G.4.11</b>	Fuente de información indicador 11
<b>A.G.4.12</b>	Fuente de información indicador 12
<b>A.G.4.13</b>	Fuente de información indicador 13
<b>A.G.4.14</b>	Fuente de información indicador 14
<b>A.G.5</b>	<b>Hoja de hallazgos</b>

## PROGRAMA DE AUDITORÍA DE GESTIÓN

<b>OBJETIVOS:</b>			
<b>1. - Evaluar e interpretar los indicadores</b>			
<b>PROCEDIMIENTOS:</b>			
<b>PROCEDIMIENTOS</b>	<b>REFERENCIA P/T</b>	<b>PREPARADO POR</b>	<b>FECHA</b>
1	Elabore fichas técnicas necesarias de indicadores genéricos que permitan evaluar la eficiencia, eficacia y calidad de la empresa en los componentes seleccionados	SCCA	19/06/2023
2	Recopile la documentación recibida de la entidad o de terceros que justifique la información obtenida para la aplicación de indicadores de gestión	SCCA	19/06/2023
3	Formule en papales de trabajo los comentarios, conclusiones y recomendaciones para mejorar la eficiencia, eficacia y calidad de las operaciones involucradas, (formato de hoja de hallazgos)	SCCA	19/06/2023

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	12/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	15/06/2023

## Resultados de la evaluación de control interno

### RESUMEN GENERAL

COMPONENTES	NIVEL DE CONFIANZA	NIVEL DE RIESGO	CALIFICACIÓN DEL RIESGOS
SUBCOMPONENTE: Ambiente de Control	90%	10%	<b>BAJO</b>
SUBCOMPONENTE: Evaluación de Riesgos	67%	33%	<b>MODERADO</b>
COMPONENTE: Actividades de Control	67%	33%	<b>MODERADO</b>
COMPONENTE: Sistemas de Información y Comunicación	100%	0%	<b>BAJO</b>
COMPONENTE: Supervisión y Monitoreo	100%	0%	<b>BAJO</b>
<b>TOTAL</b>	<b>81%</b>	<b>19%</b>	<b>BAJO</b>

Componente	Determinación de riesgos		
<b>Ambiente de control</b>	<b>R.I.</b>	<b>10%</b>	<b>BAJO</b>
	La empresa <b>no</b> cuenta con un código de ética que permita regular el comportamiento de los empleados del departamento de comercialización.		
	La empresa <b>no</b> dispone de un plan estratégico para el departamento de comercialización.		
	El personal del departamento de comercialización <b>no</b> cuenta con la experiencia y habilidades necesarias para realizar su trabajo.		
<b>Evaluación de riesgos</b>	<b>R.I.</b>	<b>33%</b>	<b>MODERADO</b>
	<b>No</b> se identifican y analizan los riesgos que pueden impedir el logro de los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización. A su vez <b>no</b> se considera la probabilidad de fraude en la evaluación de riesgos, y también una vez identificados y evaluados los riesgos, <b>no</b> se define un plan de tratamiento que permita tener un menor riesgo residual.		
	El personal del departamento de comercialización <b>no</b> conoce los riesgos a los que se encuentra expuesto en su cargo.		
<b>Actividades de control</b>	<b>R.I.</b>	<b>33%</b>	<b>MODERADO</b>
	<b>No</b> se aplican debidamente las políticas, funciones y procedimientos establecidos para el departamento de comercialización, y a su vez <b>no</b> son revisados o corregidos de manera periódica.		
	La empresa <b>no</b> dispone de indicadores de desempeño para los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización.		
<b>Sistemas de información y comunicación</b>	<b>R.I.</b>	<b>0%</b>	<b>BAJO</b>
<b>Supervisión y monitoreo</b>	<b>R.I.</b>	<b>0%</b>	<b>BAJO</b>

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.G.2  
2/2

<b>Б</b>	La empresa no cuenta con un código de ética. Auditoría propone <b>HH1</b>
<b>Д</b>	La empresa no dispone de un plan estratégico. Auditoría propone <b>HH2</b>
<b>Ю</b>	El personal del departamento de comercialización no cuenta con la experiencia y habilidades necesarias para realizar su trabajo. Auditoría propone <b>HH3</b>
<b>ИЖ</b>	No se identifican y analizan los riesgos, no se considera la probabilidad de fraude en la evaluación de riesgos, y no se define un plan de tratamiento que permita tener un menor riesgo residual. Auditoría propone <b>HH4</b>
<b>Ψ</b>	El personal del departamento de comercialización no conoce los riesgos a los que se encuentra expuesto en su cargo. Auditoría propone <b>HH5</b>
<b>џ</b>	No se aplican debidamente las políticas, funciones y procedimientos establecidos, y a su vez no son revisados o corregidos de manera periódica. Auditoría propone <b>HH6</b>
<b>џ</b>	La empresa no dispone de indicadores de desempeño. Auditoría propone <b>HH7</b>

# SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

SPEEDYCOM CÍA. LTDA.  
FICHA TÉCNICA DE INDICADORES  
INDICADOR GENÉRICO  
AÑO 2022

NÚMERO:	1
NOMBRE	Conocimiento de la misión y visión de la entidad
CLASE:	Cuantitativo – Eficacia
OBJETIVO:	Determinar el número de trabajadores que conocen la misión y visión de la entidad

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	La entidad no socialice periódicamente la misión y visión a todos sus colaboradores
UNIDAD DE MEDIDA	%
FRECUENCIA	ANUAL
ESTÁNDAR	100%
RANGO	+ 2%

FÓRMULA DEL INDICADOR	$\text{CMVE} = \frac{\text{NÚMERO DE TRABAJADORES QUE CONOCEN LA MISIÓN Y VISIÓN}}{\text{NÚMERO TOTAL DE TRABAJADORES}} * 100\%$ <p><b>A.G.4.1</b>      6 / 12      50,00%</p>
-----------------------	--

FUENTES DE INFORMACIÓN	Encuesta a los trabajadores del departamento de comercialización de la empresa Speedycom Cía. Ltda.
------------------------	---

RESULTADOS	INDICE=	/	* 100%
	INDICE=	50,00%	/ 100,00%
	INDICE=	50,00%	
	BRECHA=	INDICE	- 100,00%
	BRECHA=	50,00%	- 100,00%
	BRECHA=	50,00%	2



COMENTARIO DEL AUDITOR:	En la empresa Speedycom Cía. Ltda. solo 6 de los 12 servidores del departamento de comercialización. tienen conocimiento de la misión y visión de la entidad. Ante lo expuesto, se generó una brecha desfavorable del 50% debido a que los mecanismos establecidos por la entidad para la divulgación de la misión y visión no dieron los resultados esperados.
-------------------------	---

2	Brecha desfavorable en el indicador conocimiento de la misión y visión de la entidad. Auditoría propone <b>HH8</b>
---	--

ELABORADO POR:	SCCA	FECHA:	19/06/2023
REVISADO POR:	TMCC	FECHA:	30/06/2023







# SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.G.3.4  
1/1

SPEEDYCOM CÍA. LTDA.  
FICHA TÉCNICA DE INDICADORES  
INDICADOR GENÉRICO  
AÑO 2022

<b>NÚMERO:</b>	4
<b>NOMBRE</b>	Trabajadores capacitados
<b>CLASE:</b>	Cuantitativo – Eficacia
<b>OBJETIVO:</b>	Determinar el número de trabajadores capacitados en el año 2022

<b>FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO</b>	A cierta cantidad de trabajadores no les interese las capacitaciones realizadas	
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	%	
<b>FRECUENCIA</b>	ANUAL	
<b>ESTÁNDAR</b>	100%	
<b>RANGO</b>	+ 2%	

<b>FÓRMULA DEL INDICADOR</b>	$TC = \frac{\text{NÚMERO DE TRABAJADORES CAPACITADOS}}{\text{NÚMERO TOTAL DE TRABAJADORES}} * 100\%$ <p>A.G.4.4</p>
------------------------------	---

<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	Entrevista al supervisor comercial de la empresa Speedycom Cía. Ltda.
-------------------------------	---

<b>RESULTADOS</b>	<b>INDICE=</b>	/	* 100%
	<b>INDICE=</b>	100,00%	/ 100,00%
	<b>INDICE=</b>	100,00%	
	<b>BRECHA=</b>	INDICE	- 100,00%
	<b>BRECHA=</b>	100,00%	- 100,00%
	<b>BRECHA=</b>	0,00%	



<b>COMENTARIO DEL AUDITOR:</b>	La empresa Speedycom Cía. Ltda. para el año 2022, logro capacitar a todo su personal del departamento de comercialización. Ante lo expuesto, se generó una brecha favorable puesto que como departamento lograron capacitar a todos sus colaboradores.
--------------------------------	--

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**  
**FICHA TÉCNICA DE INDICADORES**  
**INDICADOR GENÉRICO**  
**AÑO 2022**

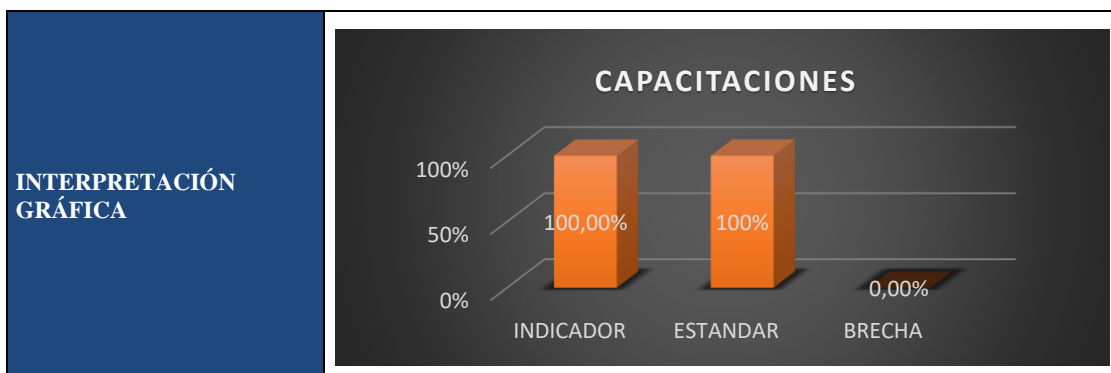
<b>NÚMERO:</b>	5
<b>NOMBRE</b>	Capacitaciones ejecutadas
<b>CLASE:</b>	Cuantitativo – Eficacia
<b>OBJETIVO:</b>	Determinar el número de capacitaciones ejecutadas en el año 2022

<b>FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO</b>	La empresa no disponga de suficiente presupuesto para capacitaciones, lo que conllevaría a que no se puedan realizar las capacitaciones proyectadas	
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	%	
<b>FRECUENCIA</b>	ANUAL	
<b>ESTÁNDAR</b>	100%	
<b>RANGO</b>	'+ 2%	

<b>FÓRMULA DEL INDICADOR</b>	<b>CE=</b> <b>A.G.4.5</b>	NÚMERO DE CAPACITACIONES EJECUTADAS	/	NÚMERO DE CAPACITACIONES PLANIFICADAS	* 100%
		4	/	4	
		100,00%			

<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	Entrevista al supervisor comercial de la empresa Speedycom Cía. Ltda.
-------------------------------	---

<b>RESULTADOS</b>	<b>INDICE=</b>	/	* 100%
	<b>INDICE=</b>	100,00%	/ 100,00%
	<b>INDICE=</b>	100,00%	
	<b>BRECHA=</b>	INDICE	- 100,00%
	<b>BRECHA=</b>	100,00%	- 100,00%
	<b>BRECHA=</b>	0,00%	



<b>COMENTARIO DEL AUDITOR:</b>	La empresa Speedycom Cía. Ltda. para el año 2022, logro realizar el total de capacitaciones proyectadas. Ante lo expuesto, se generó una brecha favorable puesto que como departamento lograron ejecutar todas las capacitaciones planificadas.
--------------------------------	---

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**  
**FICHA TÉCNICA DE INDICADORES**  
**INDICADOR GENÉRICO**  
**AÑO 2022**

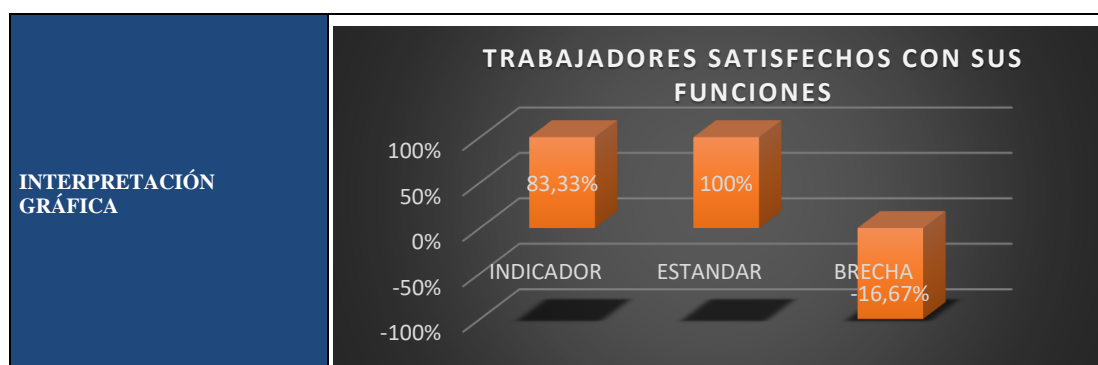
<b>NÚMERO:</b>	6
<b>NOMBRE</b>	Trabajadores satisfechos con las funciones asignadas
<b>CLASE:</b>	Cuantitativo – Calidad
<b>OBJETIVO:</b>	Determinar el número de trabajadores satisfechos con sus funciones asignadas

<b>FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO</b>	El personal de la organización no distingue desde donde parten sus funciones y responsabilidades y donde comienzan las de sus compañeros de grupo, área o proceso.
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	%
<b>FRECUENCIA</b>	ANUAL
<b>ESTÁNDAR</b>	100%
<b>RANGO</b>	+ 2%

<b>FÓRMULA DEL INDICADOR</b>	$\text{TSF} = \frac{\text{NÚMERO DE TRABAJADORES SATISFECHOS CON SUS FUNCIONES}}{\text{NÚMERO TOTAL DE TRABAJADORES}} \times 100\%$ <p style="color: red; margin-left: 20px;"><b>A.G.4.6</b></p> <p style="text-align: center; margin-left: 20px;">10 / 12 = 83,33%</p>
------------------------------	---

<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	Encuesta a los trabajadores del departamento de comercialización de la empresa Speedycom Cía. Ltda.
-------------------------------	---

<b>RESULTADOS</b>	<p><b>INDICE=</b> 83,33% / 100,00% * 100%</p> <p><b>INDICE=</b> 83,33%</p> <hr/> <p><b>BRECHA=</b> INDICE - 100,00%</p> <p><b>BRECHA=</b> 83,33% - 100,00%</p> <p><b>BRECHA=</b> 16,67% €</p>
-------------------	---



<b>COMENTARIO DEL AUDITOR:</b>	La empresa Speedycom Cía. Ltda. para el año 2022 logro obtener el 83,33% en la satisfacción de las funciones asignadas a los servidores del departamento de comercialización. Ante lo expuesto se determinó una brecha desfavorable del 16,67% debido a que no todo el personal está satisfecho con las funciones asignadas para su cargo.
--------------------------------	--

€	Brecha desfavorable en el indicador trabajadores satisfechos con las funciones asignadas. Auditoría propone <b>HH10</b>
---	---

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023

# SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.G.3.7

1/1

SPEEDYCOM CÍA. LTDA.  
FICHA TÉCNICA DE INDICADORES  
INDICADOR GENÉRICO  
AÑO 2022

<b>NÚMERO:</b>	7
<b>NOMBRE</b>	Trabajadores satisfechos con su cargo
<b>CLASE:</b>	Cuantitativo – Calidad
<b>OBJETIVO:</b>	Determinar el número de trabajadores satisfechos con su cargo

<b>FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO</b>	El personal de la organización no cuente con las suficientes habilidades y conocimientos para desempeñar su cargo
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	%
<b>FRECUENCIA</b>	ANUAL
<b>ESTÁNDAR</b>	100%
<b>RANGO</b>	+ 2%

<b>FÓRMULA DEL INDICADOR</b>	$\text{TSC} = \frac{\text{NÚMERO DE TRABAJADORES SATISFECHOS CON SU CARGO}}{\text{NÚMERO TOTAL DE TRABAJADORES}} * 100\%$ <p><b>A.G.4.7</b></p> $= \frac{11}{12} * 100\% = 91,67\%$
------------------------------	---

<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	Encuesta a los trabajadores del departamento de comercialización de la empresa Speedycom Cía. Ltda.
-------------------------------	---

<b>RESULTADOS</b>	<b>INDICE=</b>	/	* 100%
	<b>INDICE=</b>	91,67%	/ 100,00%
	<b>INDICE=</b>	91,67%	
	<b>BRECHA=</b>	INDICE	- 100,00%
	<b>BRECHA=</b>	83,33%	- 100,00%
	<b>BRECHA=</b>	8,33%	⚠



<b>COMENTARIO DEL AUDITOR:</b>	La empresa Speedycom Cía. Ltda. para el año 2022 logro obtener 91,67% en la satisfacción de los cargos asignados a los servidores del departamento de comercialización. Ante lo expuesto se determinó una brecha desfavorable del 8,33% debido a que no todo el personal está satisfecho con su cargo.
--------------------------------	--

⚠	Brecha desfavorable en el indicador trabajadores satisfechos con su cargo. Auditoría propone <b>HH11</b>
---	--

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.  
FICHA TÉCNICA DE INDICADORES  
INDICADOR GENÉRICO  
AÑO 2022**

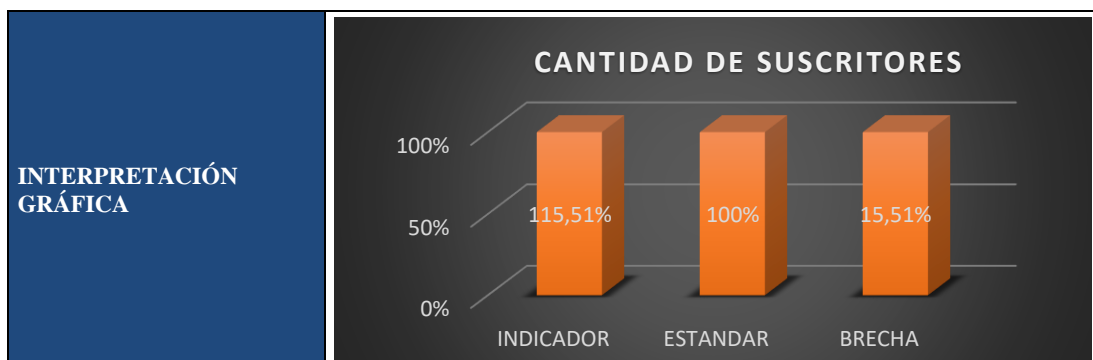
<b>NÚMERO:</b>	8
<b>NOMBRE:</b>	Tasa de variación de la prospección de clientes respecto al año anterior
<b>CLASE:</b>	Cuantitativo – Eficacia
<b>OBJETIVO:</b>	Determinar la variación de clientes nuevos con respecto al año anterior

<b>FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO</b>	El incremento de competidores hace que la empresa participe menos en el mercado
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	%
<b>FRECUENCIA</b>	ANUAL
<b>ESTÁNDAR</b>	100%
<b>RANGO</b>	+ 2%

<b>FÓRMULA DEL INDICADOR</b>	<b>TVC=</b>	CANTIDAD DE SUSCRIPTORES	/	CANTIDAD DE SUSCRIPTORES	
	<b>A.G.4.8</b>	AÑO 2022		AÑO 2021	* 100%
		17.227	/	14.914	
		115,51%			

<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	Entrevista a la Contadora de la empresa Speedycom Cía. Ltda.
-------------------------------	--

<b>RESULTADOS</b>	<b>INDICE=</b>	/	* 100%
	<b>INDICE=</b>	115,51%	/ 100,00%
	<b>INDICE=</b>	115,51,00%	
	<b>BRECHA= INDICE</b>	-	100,00%
	<b>BRECHA=</b>	115,51%	- 100,00%
	<b>BRECHA=</b>	15,51%	



<b>COMENTARIO DEL AUDITOR:</b>	La empresa Speedycom Cía. Ltda. para el año 2022, logro incrementar en un 15,51% la cantidad de clientes respecto al año anterior. Ante lo expuesto, se generó una brecha favorable debido a que la entidad se mantiene en constante crecimiento.
--------------------------------	---

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**  
**FICHA TÉCNICA DE INDICADORES**  
**INDICADOR GENÉRICO**  
**AÑO 2022**

<b>NÚMERO:</b>	9
<b>NOMBRE</b>	Cumplimiento del pronóstico de clientes
<b>CLASE:</b>	Cuantitativo – Eficacia
<b>OBJETIVO:</b>	Determinar la cantidad de clientes nuevos

<b>FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO</b>	La empresa no realiza un adecuado control sobre el cumplimiento de las metas proyectadas	
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	%	
<b>FRECUENCIA</b>	ANUAL	
<b>ESTÁNDAR</b>	100%	
<b>RANGO</b>	+ 2%	

<b>FÓRMULA DEL INDICADOR</b>	<b>CPC=</b> <span style="color: red;"><b>A.G.4.9</b></span>	CANTIDAD DE CLIENTES NUEVOS AÑO 2022	/	CANTIDAD DE CLIENTES NUEVOS PRONOSTICADO AÑO 2022	* 100%
		8.953	/	10.000	
		89,53%			

<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	Entrevista al supervisor comercial de la empresa Speedycom Cía. Ltda.
-------------------------------	---

<b>RESULTADOS</b>	<b>INDICE=</b> / * 100% <b>INDICE=</b> 89,53% / 100,00% <b>INDICE=</b> 89,53%
	<b>BRECHA=</b> INDICE - 100,00% <b>BRECHA=</b> 89,53% - 100,00% <b>BRECHA=</b> -10,47% <span style="color: red;">☹</span>



<b>COMENTARIO DEL AUDITOR:</b>	La empresa Speedycom Cía. Ltda. para el año 2022 logro tener 8.953 clientes nuevos, representando el cumplimiento del 89,53% de su meta planteada, siendo está llegar a tener 10.000 clientes que constituían el 100%. Por lo expuesto se determinó una brecha desfavorable del 10,47% debido a que no se obtuvo en su totalidad la proyección estimada.
--------------------------------	--

<span style="color: red;">☹</span>	Brecha desfavorable en el indicador de cumplimiento del pronóstico de clientes. Auditoría propone <span style="color: red;">HH12</span>
------------------------------------	---

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023

# SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

**A.G.3.10**  
1/1

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**  
**FICHA TÉCNICA DE INDICADORES**  
**INDICADOR GENÉRICO**  
**AÑO 2022**

<b>NÚMERO:</b>	10
<b>NOMBRE</b>	Calidad del servicio
<b>CLASE:</b>	Cuantitativo – Calidad
<b>OBJETIVO:</b>	Determinar la experiencia de los clientes con el servicio

<b>FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO</b>	El servicio que brinda la empresa no cubra las expectativas de los clientes frente la competencia
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	%
<b>FRECUENCIA</b>	ANUAL
<b>ESTÁNDAR</b>	100%
<b>RANGO</b>	'+ 2%

<b>FÓRMULA DEL INDICADOR</b>	$\text{CS} = \frac{\text{NÚMERO DE CLIENTES ENCUESTADOS SATISFECHOS}}{\text{NÚMERO TOTAL DE CLIENTES ENCUESTADOS}} * 100\%$ <p><b>A.G.4.10</b>      7 / 10      70,00%</p>
------------------------------	--

<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	Encuesta de calidad
-------------------------------	---------------------

<b>RESULTADOS</b>	<b>INDICE=</b>	/	* 100%
	<b>INDICE=</b>	70,00% / 100,00%	
	<b>INDICE=</b>	70,00%	
	<b>BRECHA= INDICE</b>	- 100,00%	
	<b>BRECHA=</b>	70,00% - 100,00%	
	<b>BRECHA=</b>	-30,00%	⚠



<b>COMENTARIO DEL AUDITOR:</b>	En la empresa Speedycom Cía. Ltda. solo 7 de los 10 clientes encuestados están satisfechos con el servicio, dando un total del 70% en satisfacción al cliente. Ante lo expuesto, se generó una brecha desfavorable del 30% debido a que no se realiza un seguimiento continuo al proceso de Postventa. Mediante este resultado se puede estimar que del total de clientes que tiene la empresa, aproximadamente el 70% está satisfecho con el servicio, mientras que el 30% no lo está.
--------------------------------	---

⚠	Brecha desfavorable en el indicador de calidad de servicio. Auditoría propone <b>HH13</b>
---	---

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023

**SPEDYCOM CÍA. LTDA.**  
**FICHA TÉCNICA DE INDICADORES**  
**INDICADOR GENÉRICO**  
**AÑO 2022**

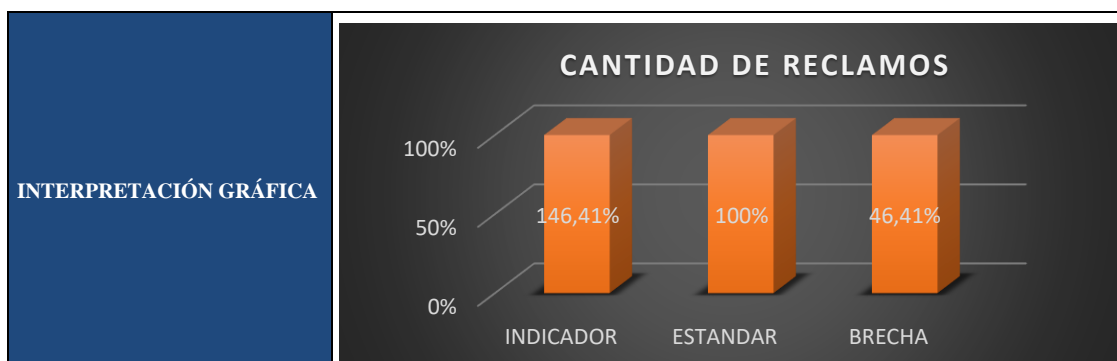
<b>NÚMERO:</b>	11
<b>NOMBRE</b>	Tasa de variación de reclamos
<b>CLASE:</b>	Cuantitativo – Calidad
<b>OBJETIVO:</b>	Determinar la variación de reclamos con respecto al año anterior

<b>FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO</b>	La entidad no realice seguimientos continuos al proceso de postventa para medir la satisfacción de sus clientes con el servicio
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	%
<b>FRECUENCIA</b>	ANUAL
<b>ESTÁNDAR</b>	100%
<b>RANGO</b>	'+ 2%

<b>FÓRMULA DEL INDICADOR</b>	<b>TVR=</b> CANTIDAD DE RECLAMOS AÑO 2022 / CANTIDAD DE RECLAMOS AÑO 2021 <b>A.G.4.11</b>
	29.448 / 20.114 * 100%
	146,41%

<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	Entrevista al Coordinador Soporte Técnico de la empresa Speedycom Cía. Ltda.
-------------------------------	--

<b>RESULTADOS</b>	<b>INDICE=</b> / * 100% <b>INDICE=</b> 146,41% / 100,00% <b>INDICE=</b> 146,41%
	<b>BRECHA=</b> INDICE - 100,00% <b>BRECHA=</b> 146,41% - 100,00% <b>BRECHA=</b> -46,41% <b>fb</b>



<b>COMENTARIO DEL AUDITOR:</b>	La empresa Speedycom Cía. Ltda. para el año 2022 obtuvo un incremento del 46,41% en reclamos con respecto al año anterior. Ante lo expuesto, se generó una brecha desfavorable debido a que no se realiza un seguimiento continuo al proceso de Postventa.
--------------------------------	--

<b>fb</b>	Brecha desfavorable en el indicador de tasa de variación de reclamos. Auditoría propone <b>HH14</b>
-----------	---

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023





# SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

A.G.3.13  
1/1

SPEEDYCOM CÍA. LTDA.  
FICHA TÉCNICA DE INDICADORES  
INDICADOR GENÉRICO  
AÑO 2022

<b>NÚMERO:</b>	13
<b>NOMBRE</b>	Desarrollo de nuevas tecnologías
<b>CLASE:</b>	Cuantitativo – Eficiencia
<b>OBJETIVO:</b>	Determinar la mejora del servicio con respecto al año anterior

<b>FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO</b>	La entidad invierte en la implementación de nueva tecnología para su red de Fibra Óptica
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	%
<b>FRECUENCIA</b>	ANUAL
<b>ESTÁNDAR</b>	100%
<b>RANGO</b>	'+ 2%

<b>FÓRMULA DEL INDICADOR</b>	$\text{DNT} = \frac{\text{TECNOLOGÍAS AÑO 2022 (Gb)}}{\text{TECNOLOGÍAS AÑO 2021 (Gb)}} \times 100,00\%$ <p><b>A.G.4.13</b></p>
------------------------------	---

<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	Entrevista al administrador de infraestructura y seguridad de redes
-------------------------------	---

<b>RESULTADOS</b>	<b>INDICE=</b>	/	* 100%
	<b>INDICE=</b>	1000,00%	/ 100,00%
	<b>INDICE=</b>	1000,00%	
	<b>BRECHA=</b>	INDICE	- 100,00%
	<b>BRECHA=</b>	1000,00%	- 100,00%
	<b>BRECHA=</b>	900,00%	



<b>COMENTARIO DEL AUDITOR:</b>	La empresa Speedycom Cía. Ltda. para el año 2022 obtuvo un incremento del 900% en desarrollo tecnológico, en comparación con el año anterior. Por lo expuesto se determinó una brecha favorable, puesto que la empresa incremento su capacidad de gigas de tráfico por cada puerto, pasando de tener 1 puerto de 10gb a tener 1 puerto de 100gb permitiendo de esta manera, tener conexiones de red más eficientes.
--------------------------------	---

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**  
**FICHA TÉCNICA DE INDICADORES**  
**INDICADOR GENÉRICO**  
**AÑO 2022**

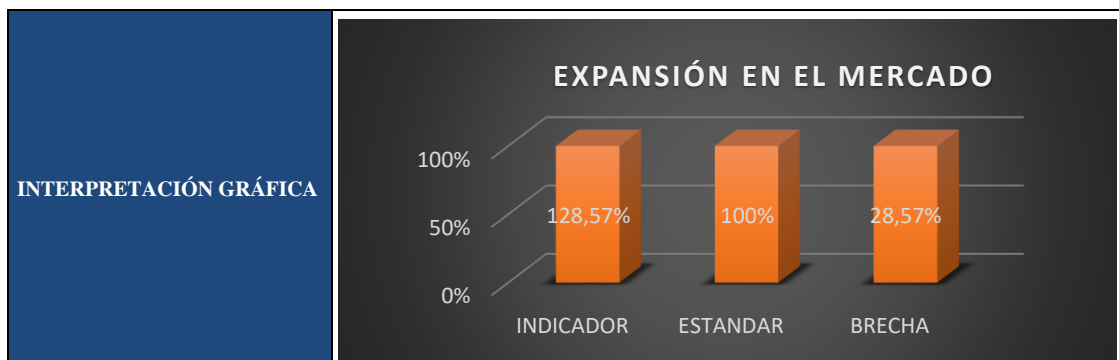
<b>NÚMERO:</b>	14
<b>NOMBRE</b>	Expansión en el mercado
<b>CLASE:</b>	Cuantitativo – Eficacia
<b>OBJETIVO:</b>	Determinar la mejora del servicio con respecto al año anterior

<b>FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO</b>	La entidad tiene interés en extender sus servicios a zonas rurales que carecen de accesibilidad a una red de telecomunicación.
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	%
<b>FRECUENCIA</b>	ANUAL
<b>ESTÁNDAR</b>	100%
<b>RANGO</b>	'+ 2%

<b>FÓRMULA DEL INDICADOR</b>	<b>DNT=</b> CANTIDAD DE SITIOS / CANTIDAD DE SITIOS AÑO 2021 <b>A.G.4.14</b> AÑO 2022 <div style="text-align: right; margin-right: 20px;">             18 / 14 * 100%              128,57%           </div>
------------------------------	---

<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	Entrevista al ingeniero de infraestructura
-------------------------------	--

<b>RESULTADOS</b>	<b>INDICE=</b> / * 100%
	<b>INDICE=</b> 128,57% / 100,00%
	<b>INDICE=</b> 128,57%
	<b>BRECHA=</b> INDICE - 100,00%
	<b>BRECHA=</b> 128,57% - 100,00%
	<b>BRECHA=</b> 28,57%



<b>COMENTARIO DEL AUDITOR:</b>	La empresa Speedycom Cía. Ltda. para el año 2022 obtuvo un incremento del 28,57% en expansión en el mercado, en comparación con el año anterior. Por lo expuesto se determinó una brecha favorable, puesto que la empresa extendió sus servicios a otras zonas del país, lo que conlleva a que la empresa tenga mayor participación en el mercado y, por lo tanto, incremente sus ventas.
--------------------------------	---

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**

**PAPEL DE TRABAJO**

**INDICADOR GENÉRICO**

**AÑO 2022**

## CONOCIMIENTO DE LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA ENTIDAD

**Fecha de aplicación:** 19 de junio del 2023

**1. ¿Conoce usted la misión y visión de la empresa Speedycom Cía. Ltda.?**

Nro.	Cargo	Respuesta	
		Si	No
1	Supervisor Comercial	X	
2	Coordinador Comercial Ambato	X	
3	Asesor de Oficina Ambato		X
4	Asesor de Oficina Puyo		X
5	Asesor de Oficina Riobamba	X	
6	Asesor de Oficina Latacunga	X	
7	Asesor de Campo Ambato		X
8	Asesor Comercial Tena		X
9	Asesor Comercial Arosemena		X
10	Asesor Comercial Contac Center Ambato - Ficoa		X
11	Asesor Comercial Contac Center Ambato - Ficoa	X	
12	Asesor Comercial Contac Center Ambato - Centro	X	
<b>TOTAL</b>		<b>6</b>	<b>6</b>

A.G.3.1

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**

**PAPEL DE TRABAJO**

**INDICADOR GENÉRICO**

**AÑO 2022**

## CONOCIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE LA ENTIDAD

**Fecha de aplicación:** 19 de junio del 2023

**1. ¿Conoce usted los objetivos de la empresa Speedycom Cía. Ltda.?**

Nro.	Cargo	Respuesta	
		Si	No
1	Supervisor Comercial	X	
2	Coordinador Comercial Ambato	X	
3	Asesor de Oficina Ambato		X
4	Asesor de Oficina Puyo		X
5	Asesor de Oficina Riobamba	X	
6	Asesor de Oficina Latacunga	X	
7	Asesor de Campo Ambato	X	
8	Asesor Comercial Tena	X	
9	Asesor Comercial Arosemena	X	
10	Asesor Comercial Contac Center Ambato - Ficoa		X
11	Asesor Comercial Contac Center Ambato - Ficoa		X
12	Asesor Comercial Contac Center Ambato - Centro	X	
<b>TOTAL</b>		<b>8</b>	<b>4</b>

A.G.3.2

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**

**PAPEL DE TRABAJO**

**INDICADOR GENÉRICO**

**AÑO 2022**

## CANALES DE COMUNICACIÓN

**Entrevistado:** Verónica Astudillo

**Cargo:** Supervisor Comercial

**Fecha de aplicación:** 19 de junio del 2023

**1. ¿Qué canales de comunicación utilizaron como departamento de comercialización durante el año 2022?**

Dentro del departamento de comercialización se utilizaron dos canales de comunicación, el primero a través del correo electrónico y el segundo mediante vía WhatsApp.

A.G.3.3

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>SCCA</b>	<b>FECHA:</b>	<b>19/06/2023</b>
<b>REVISADO POR:</b>	<b>TMCC</b>	<b>FECHA:</b>	<b>30/06/2023</b>

# SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

SPEEDYCOM CÍA. LTDA.

PAPEL DE TRABAJO

INDICADOR GENÉRICO

AÑO 2022

## TRABAJADORES CAPACITADOS

Entrevistado: Verónica Astudillo

Cargo: Supervisor Comercial

Fecha de aplicación: 19 de junio del 2023

1. ¿A cuántos trabajadores del departamento de comercialización capacitaron durante el año 2022?

Durante el año 2022 se capacitó a todo el personal del departamento de comercialización, siendo un total de 17 trabajadores.

CAPACITACIÓN		FACILITADOR:		FIRMA:	
TEMA:		ASISTENTES:		FECHA:	
DURACIÓN:		FECHA:		HORA:	
Sensibilización ( ) Taller ( ) Conferencia ( ) Capacitación ( )		Sensibilización ( ) Taller ( ) Conferencia ( ) Capacitación ( )		Sensibilización ( ) Taller ( ) Conferencia ( ) Capacitación ( )	
NOMBRES	CARGO	FIRMA			
Juan Carlos Salas	Asesor Comercial	[Firma]			
Daryana Quirica	Asesor Comercial	[Firma]			
Jose Zambrano	Asesor Comercial	[Firma]			
David Quintero	Asesor Comercial	[Firma]			
Israel Lozano Parra	Asesor Comercial	[Firma]			
Sharon Ortega Rodriguez	Asesor Comercial	[Firma]			
Said Miguel Montes Leon	Asesor Comercial	[Firma]			
Zaida Patricia Salinas	Asesor Comercial	[Firma]			
Sami Karina Viteri A.	Asesor Comercial	[Firma]			
Christina Agui	Asesor Comercial	[Firma]			
Denaly Aldana Vega	Coordinador	[Firma]			
Armando Guzman	Asesor Comercial	[Firma]			
Marta Elena Lopez	Asesor Comercial	[Firma]			
Xavier Ulla	Asesor Comercial	[Firma]			
Yolanda Tamayo	Coordinador	[Firma]			
Tatiana Lopez	Asesor Comercial	[Firma]			
Priscilla Brera	Atención al Cliente	[Firma]			

A.G.3.4

ELABORADO POR:	SCCA	FECHA:	19/06/2023
REVISADO POR:	TMCC	FECHA:	30/06/2023



# SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

SPEEDYCOM CÍA. LTDA.

PAPEL DE TRABAJO  
INDICADOR GENÉRICO

AÑO 2022

## CAPACITACIONES

Entrevistado: Verónica Astudillo

Cargo: Supervisor Comercial

Fecha de aplicación: 19 de junio del 2023

### 1. ¿Cuántas capacitaciones del departamento de comercialización se realizaron durante el año 2022?

Durante el año 2022 se realizaron un total de 4 capacitaciones, las mismas se ejecutaron de forma trimestral.

SPEEDYCOM CÍA. LTDA.			
CAPACITACIÓN			
FACILITADOR:	Verónica Astudillo	FIRMA:	[Firma]
ASISTENTES:	Comercialización y Reto		
TEMA:	Comercialización y Reto		
DURACIÓN:	FECHA: 19/06/2023	HORA:	13:30am
Sensibilización ( ) Taller ( ) Conferatorio ( ) Capacitación ( )			
NOMBRES	CARGO	FIRMA	
Juan Carlos Salda	Asesor Comercial	[Firma]	
Dayana Quevedo	Asesor Comercial	[Firma]	
Jose Espinoza	Asesor Comercial	[Firma]	
David Sandoval	Asesor Comercial	[Firma]	
Israel Lozano Torres	Asesor Comercial	[Firma]	
Ronald Riquelme	Asesor Comercial	[Firma]	
Sald Aguilar	Asesor Comercial	[Firma]	
Zaida Patricia Salda	Asesor Comercial	[Firma]	
Somi Marina Vela A	Asesor Comercial	[Firma]	
Grithy Agui	Asesor Comercial	[Firma]	
David Velasco	Asesor Comercial	[Firma]	
Amalia Cuevas	Asesor Comercial	[Firma]	
Michelle Lopez	Asesor Comercial	[Firma]	
Sonia Urea	Asesor Comercial	[Firma]	
Aracely Torres	Asesor Comercial	[Firma]	
Tatiana Lopez	Asesor Comercial	[Firma]	
Aracely Benero	Atención al Cliente	[Firma]	

SPEEDYCOM CÍA. LTDA.			
CAPACITACIÓN			
FACILITADOR:	Verónica Astudillo	FIRMA:	[Firma]
ASISTENTES:	18		
TEMA:	Ventas		
DURACIÓN:	FECHA: 19/06/2023	HORA:	13:30am
Sensibilización ( ) Taller ( ) Conferatorio ( ) Capacitación ( )			
NOMBRES	CARGO	FIRMA	
Juan Carlos Salda	Asesor Comercial	[Firma]	
Dayana Quevedo	Asesor Comercial	[Firma]	
Jose Espinoza	Asesor Comercial	[Firma]	
David Sandoval	Asesor Comercial	[Firma]	
Israel Lozano Torres	Asesor Comercial	[Firma]	
Ronald Riquelme	Asesor Comercial	[Firma]	
Sald Aguilar	Asesor Comercial	[Firma]	
Zaida Patricia Salda	Asesor Comercial	[Firma]	
Somi Marina Vela A	Asesor Comercial	[Firma]	
Grithy Agui	Asesor Comercial	[Firma]	
David Velasco	Asesor Comercial	[Firma]	
Amalia Cuevas	Asesor Comercial	[Firma]	
Michelle Lopez	Asesor Comercial	[Firma]	
Sonia Urea	Asesor Comercial	[Firma]	
Aracely Torres	Asesor Comercial	[Firma]	
Tatiana Lopez	Asesor Comercial	[Firma]	
Aracely Benero	Atención al Cliente	[Firma]	

SPEEDYCOM CÍA. LTDA.			
CAPACITACIÓN			
FACILITADOR:	Verónica Astudillo	FIRMA:	[Firma]
ASISTENTES:	18		
TEMA:	Plan de Ventas		
DURACIÓN:	FECHA: 19/06/2023	HORA:	13:30am
Sensibilización ( ) Taller ( ) Conferatorio ( ) Capacitación ( )			
NOMBRES	CARGO	FIRMA	
Juan Carlos Salda	Asesor Comercial	[Firma]	
Dayana Quevedo	Asesor Comercial	[Firma]	
Jose Espinoza	Asesor Comercial	[Firma]	
David Sandoval	Asesor Comercial	[Firma]	
Israel Lozano Torres	Asesor Comercial	[Firma]	
Ronald Riquelme	Asesor Comercial	[Firma]	
Sald Aguilar	Asesor Comercial	[Firma]	
Zaida Patricia Salda	Asesor Comercial	[Firma]	
Somi Marina Vela A	Asesor Comercial	[Firma]	
Grithy Agui	Asesor Comercial	[Firma]	
David Velasco	Asesor Comercial	[Firma]	
Amalia Cuevas	Asesor Comercial	[Firma]	
Michelle Lopez	Asesor Comercial	[Firma]	
Sonia Urea	Asesor Comercial	[Firma]	
Aracely Torres	Asesor Comercial	[Firma]	
Tatiana Lopez	Asesor Comercial	[Firma]	
Aracely Benero	Atención al Cliente	[Firma]	

SPEEDYCOM CÍA. LTDA.			
CAPACITACIÓN			
FACILITADOR:	Verónica Astudillo	FIRMA:	[Firma]
ASISTENTES:	Comercialización		
TEMA:	Plan de Ventas		
DURACIÓN:	FECHA: 19/06/2023	HORA:	13:30am
Sensibilización ( ) Taller ( ) Conferatorio ( ) Capacitación ( )			
NOMBRES	CARGO	FIRMA	
Juan Carlos Salda	Asesor Comercial	[Firma]	
Dayana Quevedo	Asesor Comercial	[Firma]	
Jose Espinoza	Asesor Comercial	[Firma]	
David Sandoval	Asesor Comercial	[Firma]	
Israel Lozano Torres	Asesor Comercial	[Firma]	
Ronald Riquelme	Asesor Comercial	[Firma]	
Sald Aguilar	Asesor Comercial	[Firma]	
Zaida Patricia Salda	Asesor Comercial	[Firma]	
Somi Marina Vela A	Asesor Comercial	[Firma]	
Grithy Agui	Asesor Comercial	[Firma]	
David Velasco	Asesor Comercial	[Firma]	
Amalia Cuevas	Asesor Comercial	[Firma]	
Michelle Lopez	Asesor Comercial	[Firma]	
Sonia Urea	Asesor Comercial	[Firma]	
Aracely Torres	Asesor Comercial	[Firma]	
Tatiana Lopez	Asesor Comercial	[Firma]	
Aracely Benero	Atención al Cliente	[Firma]	

A.G.3.5

ELABORADO POR:	SCCA	FECHA:	19/06/2023
REVISADO POR:	TMCC	FECHA:	30/06/2023



**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**

**PAPEL DE TRABAJO**

**INDICADOR GENÉRICO**

**AÑO 2022**

## SATISFACCIÓN DE LAS FUNCIONES ASIGNADAS

**Fecha de aplicación:** 19 de junio del 2023

**1. ¿Usted se encuentra satisfecho con las funciones asignadas para su cargo dentro de la empresa Speedycom Cía. Ltda.?**

Nro.	Cargo	Respuesta	
		Si	No
1	Supervisor Comercial	X	
2	Coordinador Comercial Ambato	X	
3	Asesor de Oficina Ambato	X	
4	Asesor de Oficina Puyo	X	
5	Asesor de Oficina Riobamba	X	
6	Asesor de Oficina Latacunga	X	
7	Asesor de Campo Ambato	X	
8	Asesor Comercial Tena	X	
9	Asesor Comercial Arosemena	X	
10	Asesor Comercial Contac Center Ambato - Ficoa		X
11	Asesor Comercial Contac Center Ambato - Ficoa		X
12	Asesor Comercial Contac Center Ambato - Centro	X	
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>	<b>2</b>

A.G.3.6

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**

**PAPEL DE TRABAJO**

**INDICADOR GENÉRICO**

**AÑO 2022**

**SATISFACCIÓN DEL CARGO ASIGNADO**

**Fecha de aplicación:** 19 de junio del 2023

**1. ¿Usted se encuentra satisfecho con el cargo asignado dentro de la empresa Speedycom Cía. Ltda.?**

Nro.	Cargo	Respuesta	
		Si	No
1	Supervisor Comercial	X	
2	Coordinador Comercial Ambato	X	
3	Asesor de Oficina Ambato	X	
4	Asesor de Oficina Puyo	X	
5	Asesor de Oficina Riobamba	X	
6	Asesor de Oficina Latacunga	X	
7	Asesor de Campo Ambato	X	
8	Asesor Comercial Tena	X	
9	Asesor Comercial Arosemena	X	
10	Asesor Comercial Contac Center Ambato - Ficoa		X
11	Asesor Comercial Contac Center Ambato - Ficoa	X	
12	Asesor Comercial Contac Center Ambato - Centro	X	
<b>TOTAL</b>		<b>11</b>	<b>1</b>

A.G.3.7

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**  
**PAPEL DE TRABAJO**  
**INDICADOR GENÉRICO**  
**AÑO 2022**

**VARIACIÓN DE CLIENTES**

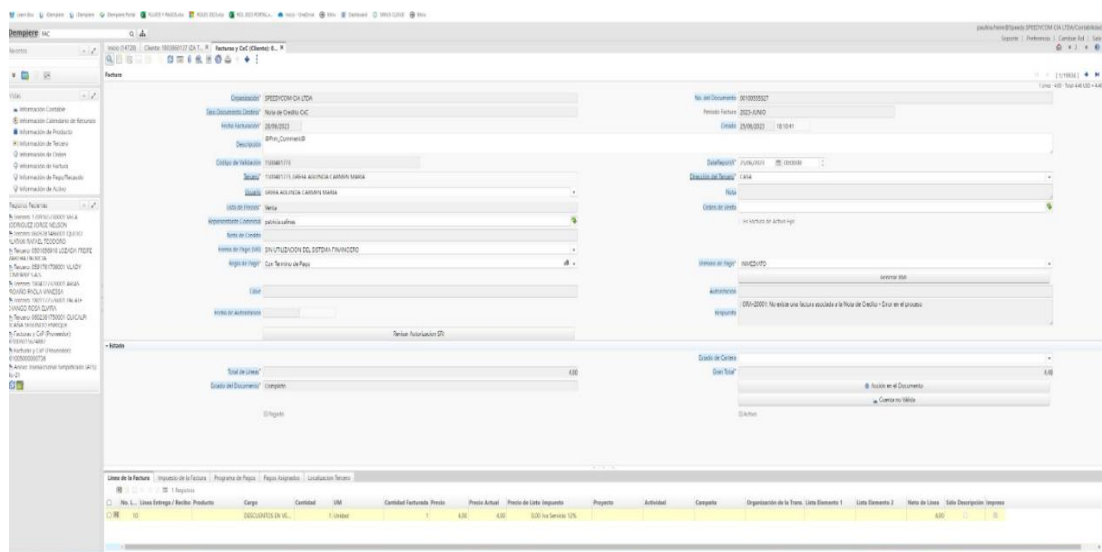
**Entrevistado:** Paulina Freire

**Cargo:** Contadora

**Fecha de aplicación:** 19 de junio del 2023

**1. ¿Cuál fue la cantidad de clientes del año 2021 y 2022?**

La empresa Speedycom Cía. Ltda. tuvo 14.914 clientes en el año 2021 y 17.227 clientes en el año 2022.



**A.G.3.8**

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>SCCA</b>	<b>FECHA:</b>	<b>19/06/2023</b>
<b>REVISADO POR:</b>	<b>TMCC</b>	<b>FECHA:</b>	<b>30/06/2023</b>

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**

**PAPEL DE TRABAJO**

**INDICADOR GENÉRICO**

**AÑO 2022**

## PRONÓSTICO DE CLIENTES

**Entrevistado:** Verónica Astudillo

**Cargo:** Supervisor Comercial

**Fecha de aplicación:** 19 de junio del 2023

**1. ¿Cuál fue la meta que se propuso a cumplir la empresa en el año 2022, respecto a clientes nuevos? y ¿Cuál fue su resultado?**

La empresa Speedycom Cía. Ltda. se propuso como meta tener 10.000 clientes nuevos para el año 2022, logrando obtener como resultado 8.953 clientes que se incorporaron a la empresa.

Etiquetas de fila	Cuenta de Tipo De Plan
AMBATO	3256
ARCHIDONA	106
BAÑOS DE AGUA SANTA	431
CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA	101
CEVALLOS	65
GUANO	92
LATACUNGA	812
MERA	294
MOCHA	27
PASTAZA	176
PATATE	18
PUJILÍ	65
PUYO	551
QUERO	24
QUITO	458
RIOBAMBA	1696
SALCEDO	66
SAN PEDRO DE PELILEO	123
SANTA CLARA	25
SANTIAGO DE PÍLLARO	59
SAQUISILÍ	1
TENA	457
TISALEO	50
Total general	8953

} A.G.3.9

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**

**PAPEL DE TRABAJO**

**INDICADOR GENÉRICO**

**AÑO 2022**

**SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

**Fecha de aplicación:** 19 de junio del 2023

Se aplico la siguiente encuesta de calidad a 10 clientes de la empresa Speedycom Cía. Ltda. para conocer su nivel de satisfacción con respecto al servicio brindado por la entidad, obteniendo como resultado que el 70% de los clientes están satisfechos con el servicio, mientras que el 30% no se encuentra totalmente satisfecho con el servicio, manifestando que el internet es intermitente. A continuación, se muestra la encuesta aplicada y los resultados obtenidos:

**Encuesta de calidad**

**1. ¿Cómo calificaría su experiencia con el servicio de internet?**

Satisfactoria / Insatisfactoria

**2. ¿El servicio supero sus expectativas?**

Si / No

**3. ¿Conociendo su experiencia con Speedy recomendaría el servicio a algún amigo o familiar?**

Si / No

**Resultados**

Nro.	PREGUNTA 1		PREGUNTA 2		PREGUNTA 3	
	SATISFACTORIA	INSATISFACTORIA	SI	NO	SI	NO
1	X		X		X	
2	X		X		X	
3		X		X		X
4	X		X		X	
5	X		X		X	
6		X		X		X
7	X		X		X	
8		X		X		X
9	X		X		X	
10	X		X		X	

**A.G.3.10**

TOTAL	7	3	7	3	7	3
-------	---	---	---	---	---	---

Si se realiza una proyección con el total de clientes que tiene la empresa actualmente, se puede estimar que la entidad tendría aproximadamente 13.955 clientes satisfechos con el servicio y 5.981 clientes insatisfechos, siendo esta última cifra considerable, por lo que la entidad debe tomar medidas al respecto para no perder a sus clientes. En la siguiente gráfica se puede apreciar el resultado estimado:



ELABORADO POR:	SCCA	FECHA:	19/06/2023
REVISADO POR:	TMCC	FECHA:	30/06/2023

## SPEEDYCOM CÍA. LTDA. PAPEL DE TRABAJO INDICADOR GENÉRICO AÑO 2022

### VARIACIÓN DE RECLAMOS

**Entrevistado:** Diego Gordon

**Cargo:** Coordinador Soporte Técnico

**Fecha de aplicación:** 19 de junio del 2023

### 1. ¿Cuál fue la cantidad de reclamos que tuvieron en el año 2021 y 2022?

La empresa Speedycom Cía. Ltda. tuvo 20.114 reclamos de soporte técnico en el año 2021 y 29.448 en el año 2022.

Orden	Tipo Documento Destino	No. del Documento	Fecha Orden	Tercero	Usuario	Total de Líneas	Gran Total	Estado del Documento	Desactivaciones/Tipología	Estado del Proceso	TiposSop
1	Soporte Técnico	ST-144997	28/01/2021	1804003620_LÓPEZ R...	RODRIGUEZ PAULINA	0.00	0.00	Completo		Completo	-SIN SEI
2	Soporte Técnico	ST-142691	31/12/2021	1804144770_HERRERA...	HERRERA BAYAS JOSE ...	0.00	0.00	Completo		Completo	-SIN SEI
3	Soporte Técnico	ST-142690	31/12/2021	1600341596_DIAZ LAR...	ROCIO DIAZ	0.00	0.00	Completo		Completo	-SIN SEI
4	Soporte Técnico	ST-142689	31/12/2021	0502188030_QUISPE N...	QUISPE NUÑEZ HOLG...	0.00	0.00	Completo		Completo	-SIN SEI
5	Soporte Técnico	ST-142688	31/12/2021	0500729124_GUAMAN...	GUAMANI DEFAZ GAL...	0.00	0.00	Completo		Completo	-SIN SEI
6	Soporte Técnico	ST-142687	31/12/2021	1804011342_ANDRAD...	ANDRADE PROAÑO DL...	0.00	0.00	Completo		Completo	-PROBLI
7	Soporte Técnico	ST-142686	31/12/2021	1705033742_VILLA SE...	VITER FERNANDO	0.00	0.00	Completo		Completo	-SIN SEI
8	Soporte Técnico	ST-142685	31/12/2021	1803163946_CORDOV...	GALARZA PABLO	0.00	0.00	Completo		Completo	-NAVEG
9	Soporte Técnico	ST-142684	31/12/2021	0201639180_CHIMBO...	PUNINA VINICIO	0.00	0.00	Completo		Completo	-SIN SEI
10	Soporte Técnico	ST-142683	31/12/2021	1805677117_HARO HA...	HARO CRISTIAN	0.00	0.00	Completo		Completo	-SIN SEI
11	Soporte Técnico	ST-142682	31/12/2021	1803527868_ESCOBAR...	JHANNETH CARDENAS	0.00	0.00	Completo		Completo	-SIN SEI

Orden	Tipo Documento Destino	No. del Documento	Fecha Orden	Tercero	Usuario	Total de Líneas	Gran Total	Estado del Documento	Desactivaciones/Tipología	Estado del Proceso	TiposSop
1	Soporte Técnico	ST-173132	07/11/2022	1803174877_ALDAS VE...	ALDAS VELOZ SILVANA...	0.00	0.00	Completo		Completo	-NAVEG
2	Soporte Técnico	ST-172892	30/12/2022	0502492515_MALDON...	MALDONADO MANG...	0.00	0.00	Completo		Completo	-CLIENT
3	Soporte Técnico	ST-172891	30/12/2022	0902377621_LEMA HE...	LEMA HECTOR ALONSO	0.00	0.00	Completo		Completo	-CLIENT
4	Soporte Técnico	ST-172890	30/12/2022	0501647259_BASANTE...	BASANTES BASANTES ...	0.00	0.00	Completo		Completo	-CLIENT
5	Soporte Técnico	ST-172889	30/12/2022	1802911600_LOPEZ AR...	NORBERTO LOPEZ	0.00	0.00	Completo		Completo	-CLIENT
6	Soporte Técnico	ST-172888	30/12/2022	1800528430_RUIZ LEÓ...	RUIZ LEÓN MARTHA C...	0.00	0.00	Completo		Completo	-NAVEG
7	Soporte Técnico	ST-172887	30/12/2022	1802592475_LOPEZ G...	DIANA AMANTA	0.00	0.00	Completo		Completo	-NAVEG
8	Soporte Técnico	ST-172886	30/12/2022	1850431808_CHUCURI...	CHUCURI COPA EDISO...	0.00	0.00	Completo		Completo	-CLIENT
9	Soporte Técnico	ST-172885	30/12/2022	1801464916_DUEÑAS ...	DUEÑAS TRUJILLO CA...	0.00	0.00	Completo		Completo	-CLIENT
10	Soporte Técnico	ST-172884	30/12/2022	1802014587_ALEMAN ...	ALEMAN ALBAN EDGA...	0.00	0.00	Completo		Completo	-NAVEG
11	Soporte Técnico	ST-172883	30/12/2022	0591714090001_INNO...	INNOVACION ANDINA...	0.00	0.00	Completo		Completo	-NAVEG

**A.G.3.11**

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>SCCA</b>	<b>FECHA:</b>	<b>19/06/2023</b>
<b>REVISADO POR:</b>	<b>TMCC</b>	<b>FECHA:</b>	<b>30/06/2023</b>

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**  
**PAPEL DE TRABAJO**  
**INDICADOR GENÉRICO**  
**AÑO 2022**

**VARIACIÓN DE VENTAS**

**Entrevistado:** Paulina Freire

**Cargo:** Contadora

**Fecha de aplicación:** 19 de junio del 2023

**1. ¿Cuál fue el valor de las ventas del año 2021 y 2022?**

La empresa Speedycom Cía. Ltda. tuvo ingresos de 2.793.181,71 en el año 2021 y 3.538.324,36 en el año 2022.

INGRESOS	
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	
VENTAS LOCALES DE BIENES	Total ingresos
Gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA	8001 0.00
Gravadas con tarifa 0% de iva o exentas de IVA	8003 0.00
PRESTACIONES LOCALES DE SERVICIOS	Total ingresos
Gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA	8005 2793181.71
Gravadas con tarifa 0% de iva o exentas de IVA	8007 0.00

**SPEEDYCOM CIA. LTDA.**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**  
**DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2022**

<b>INGRESOS</b>	
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	
<b>VENTAS NETAS</b>	3.538.324,36
<b>VENTAS BIENES y SERVICIOS</b>	3.538.324,36
<b>VENTAS SERVICIOS</b>	
<b>DESCUENTOS Y DEVOLUCIONES EN VENTAS</b>	
<b>OTROS INGRESOS OPERACIONALES</b>	0,00
<b>INTERESES GANADOS</b>	
<b>UTILIDAD EN VENTA DE ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>OTROS INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	0,00
<b>OTROS INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>3.538.324,36</b>

A.G.3.12

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023



**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**

**PAPEL DE TRABAJO**

**INDICADOR GENÉRICO**

**AÑO 2022**

**DESARROLLO TECNOLÓGICO**

**Entrevistado:** Santiago López

**Cargo:** Administrador Infraestructura y Seguridad de redes

**Fecha de aplicación:** 19 de junio del 2023

**1. ¿Cuál fue el desarrollo tecnológico que tuvieron del año 2021 al 2022?**

La empresa Speedycom Cía. Ltda. en el año 2021 brindaba sus servicios a través de una red con 30gb de tráfico haciendo uso de 3 puertos, cada uno con capacidad de 10gb, para el año 2022 se buscaba tener conexiones de red más eficientes por lo que se realizó un cambio en la red haciendo uso de tan solo 1 puerto con capacidad de 100gb, siendo este el cambio tecnológico que mayor impacto tuvo durante ese período.

XGigabitEthernet0/0/1	up	up	0.31%	5.22%	2292	0
XGigabitEthernet0/0/2	up	up	0.12%	1.88%	4	0
XGigabitEthernet0/0/3	up	up	1.34%	22.14%	0	0
XGigabitEthernet0/0/4	up	up	3.27%	37.80%	0	0
XGigabitEthernet0/0/5	up	up	1.94%	25.42%	8	0
XGigabitEthernet0/0/6	up	up	2.16%	33.74%	352	0
XGigabitEthernet0/0/7	up	up	1.96%	33.77%	0	0
XGigabitEthernet0/0/8	down	down	0%	0%	0	0
XGigabitEthernet0/0/9	down	down	0%	0%	0	0
XGigabitEthernet0/0/10	down	down	0%	0%	0	0
XGigabitEthernet0/0/11	down	down	0%	0%	0	0
XGigabitEthernet0/0/12	down	down	0%	0%	0	0
XGigabitEthernet0/0/13	down	down	0%	0%	0	0
XGigabitEthernet0/0/14	down	down	0%	0%	0	0
XGigabitEthernet0/0/15	down	down	0%	0%	0	0
XGigabitEthernet0/0/16	down	down	0%	0%	0	0
XGigabitEthernet0/0/17	up	up	0.06%	0.21%	277	0
XGigabitEthernet0/0/18	down	down	0%	0%	0	0
XGigabitEthernet0/0/19	down	down	0%	0%	0	0
XGigabitEthernet0/0/20	down	down	0%	0%	0	0
XGigabitEthernet0/0/21	down	down	0%	0%	0	0
XGigabitEthernet0/0/22	down	down	0%	0%	0	0
XGigabitEthernet0/0/23	down	down	0%	0%	0	0
XGigabitEthernet0/0/24	down	down	0%	0%	0	0
100GE0/0/1	up	up	13.95%	0.95%	402	0
100GE0/0/2	up	up	0%	0%	0	0
100GE0/0/3	down	down	0%	0%	0	0
100GE0/0/4	down	down	0%	0%	0	0
100GE0/0/5	down	down	0%	0%	0	0
100GE0/0/6	down	down	0%	0%	0	0

**A.G.3.13**

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>SCCA</b>	<b>FECHA:</b>	<b>19/06/2023</b>
<b>REVISADO POR:</b>	<b>TMCC</b>	<b>FECHA:</b>	<b>30/06/2023</b>

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**  
**PAPEL DE TRABAJO**  
**INDICADOR GENÉRICO**  
**AÑO 2022**

**EXPANSIÓN DEL SERVICIO**

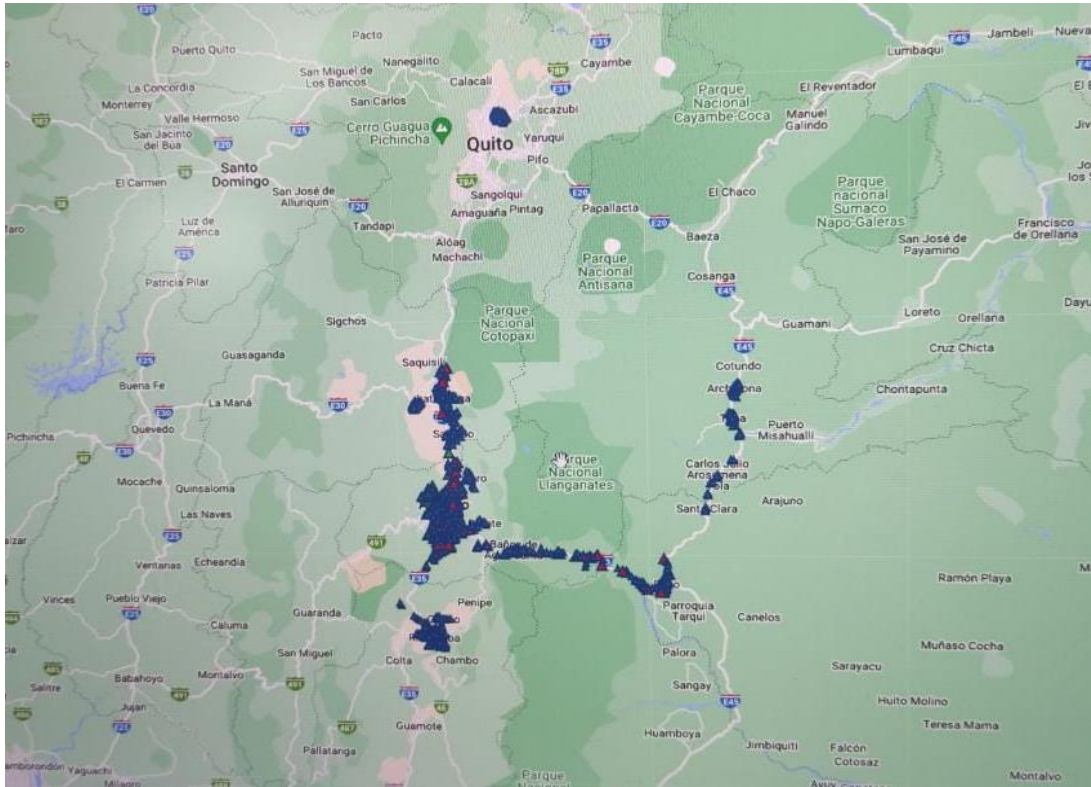
**Entrevistado:** Luis Inca

**Cargo:** Ingeniero de Infraestructura

**Fecha de aplicación:** 19 de junio del 2023

**1. ¿Cuál fue la expansión en el mercado que tuvo la empresa desde el año 2021 al 2022?**

La empresa Speedycom Cía. Ltda. en el año 2021 brindaba sus servicios a 14 ciudades que son: Pelileo, Ambato, Patate, Píllaro, Baños, Mocha, Cevallos, Quero, Salcedo, Latacunga, Riobamba, Rio verde, Rio negro y Quito. En el año 2022 se expandió a 4 ciudades más entre las que se encuentran: Puyo, Pujilí, Santa Clara y Arosemena Tola.



A.G.3.14

<b>ELABORADO POR:</b>	SCCA	<b>FECHA:</b>	19/06/2023
<b>REVISADO POR:</b>	TMCC	<b>FECHA:</b>	30/06/2023

HOJA DE HALLAZGOS				
PERÍODO 2022				
No	REF P/T	ATRIBUTOS DEL HALLAZGO		RECOMENDACIONES
<b>1</b>	<b>A.G.2</b>	<b>CONDICIÓN</b>	La empresa no cuenta con un código de ética que permita regular el comportamiento de los empleados del departamento de comercialización.	<b>Gerente:</b> Comunicar regularmente los valores éticos y las normas de comportamiento a los empleados y definirlos en estándares de conducta.
		<b>CRITERIO</b>	Principios de control interno COSO - Principio 1 COSO III: Integridad y Valores Éticos. - El control dentro de una organización debe basarse en la integridad y el compromiso ético de las directivas y accionistas, quienes determinan la importancia del control interno y los estándares de conducta esperados dentro de la organización. La Junta Directiva y la Administración en todos los niveles de la entidad deben demostrar a través de sus instrucciones, acciones, y comportamientos la importancia de la integridad y los valores éticos para apoyar el funcionamiento del Sistema de Control Interno. <b>Control inobservado:</b> Definir estándares de conducta esperados dentro de la organización.	
		<b>CAUSA</b>	La entidad no ha considerado necesario definir estándares de conducta para evaluar la actuación del personal.	
		<b>EFFECTO</b>	Dificultad en la consecución de los objetivos de la entidad al no haber estándares de conducta que guíen a la organización en	

			comportamientos, actividades y decisiones.	
<b>2</b>	<b>A.G.2</b>	<b>CONDICIÓN</b>	La empresa no dispone de un plan estratégico para el departamento de comercialización.	<p><b>Gerente:</b> Elaborar una planificación a corto, mediano y largo plazo con el establecimiento de estrategias, metas e indicadores para el cumplimiento de los objetivos institucionales, así como de su misión y visión empresarial.</p>
		<b>CRITERIO</b>	Informe COSO III: El establecimiento de la estrategia de la organización es el proceso en que la administración articula un plan de alto nivel para lograr uno o más objetivos en relación a la misión de la organización. Usualmente la estrategia es presentada en forma de objetivos generales, iniciativas y tácticas. La planificación del negocio articula las metas específicas o planes de trabajo sobre como la administración contribuye al logro de los objetivos de la estrategia general. Explica porque esos objetivos son alcanzables y proporciona un proceso favorable para la implementación y ejecución de la estrategia corporativa a través de la organización dentro del horizonte de planificación específica. <b>Control inobservado:</b> Elaborar una planificación a corto, mediano y largo plazo.	
		<b>CAUSA</b>	La administración no ha considerado la implementación de una planificación a corto, mediano y largo plazo que permita determinar metas e indicadores para la evaluación de su gestión.	

		<b>EFEECTO</b>	La empresa no puede realizar evaluaciones periódicas para verificar si el desarrollo de sus actividades está permitiendo el cumplimiento de las metas y objetivos de la institución.	
3	A.G.2	<b>CONDICIÓN</b>	El personal del departamento de comercialización no cuenta con la experiencia y habilidades necesarias para realizar su trabajo.	<p><b>Gerente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer perfiles adecuados para las incorporaciones del nuevo personal.</li> <li>- Efectuar entrenamientos y capacitaciones adecuadas para el correcto desempeño de los empleados y cumplimiento de sus responsabilidades.</li> </ul> <p><b>Jefe de Talento Humano:</b></p> <p>Evaluar el nivel de competencia del personal, así como sus conocimientos y habilidades previo a su contratación y posteriormente realizar un proceso de capacitación y enseñanza en forma práctica, teórica y metódica, sobre su cargo, los valores corporativos de la entidad y el plan estratégico.</p> <p><b>Control inobservado:</b></p> <p>Seleccionar personal competente, con formación adecuada de acuerdo al cargo que ocupe y responsabilidades que tenga.</p>
		<b>CRITERIO</b>	Principios de control interno COSO - Principio 2 COSO III: Ejerce responsabilidad de supervisión - Independencia y Competencia profesional: Es importante contar con personal competente, que tenga una formación adecuada, de acuerdo al cargo que ocupa y responsabilidades que tenga. El área de Recursos humanos debe especificar el nivel de competencia requerido para las distintas tareas, así como la aptitud (Conocimientos y habilidades de cada persona), la cual infiere en el criterio profesional al momento de diseñar, implementar y desarrollar el control interno y evaluar su efectividad. Una vez se realiza la contratación el profesional debe iniciar un proceso de capacitación y enseñanza en forma práctica, teórica y metódica, sobre su cargo, los valores corporativos de la entidad y el plan estratégico.	

		<b>CAUSA</b>	No existe un procedimiento adecuado para la contratación del personal.	entidad y el plan estratégico.
		<b>EFFECTO</b>	Se genera un gasto extra para la empresa y una inversión de tiempo y esfuerzo debido a que hay que formar y entrenar al personal.	
<b>4</b>	<b>A.G.2</b>	<b>CONDICIÓN</b>	No se identifican y analizan los riesgos que pueden impedir el logro de los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización. A su vez no se considera la probabilidad de fraude en la evaluación de riesgos, y también una vez identificados y evaluados los riesgos, no se define un plan de tratamiento que permita tener un menor riesgo residual.	<b>Gerente:</b> - Definir los objetivos con suficiente claridad para identificar y analizar los riesgos que tengan impacto potencial en los mismos. - Considerar la probabilidad de fraude al evaluar los riesgos y en la planificación para la consecución de los objetivos. - Establecer controles que permitan minimizar los riesgos que dificulten la consecución de los objetivos.
		<b>CRITERIO</b>	Principios de control interno COSO - Principio 7 COSO III: Identifica y analiza los riesgos: La organización debe identificar los riesgos para la consecución de sus objetivos y analizar los riesgos para determinar cómo se deben gestionar los mismos. - Principio 8 COSO III: Evalúa el riesgo de fraude: La administración debe considerar los posibles actos de corrupción ya sean del personal de la entidad o de los proveedores de servicios externos, que afectan directamente el cumplimiento de los objetivos. - Principio 9 COSO III: Identifica y analiza cambios importantes: La organización identifica y evalúa cambios que podrían impactar significativamente el sistema de control interno. Este proceso se desarrolla	



			<p>paralelamente a la evaluación de riesgos y requiere que se establezcan controles para identificar y comunicar los cambios que puedan afectar los objetivos de la entidad.</p> <p><b>Controles inobservados:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar y analizar los riesgos relacionados a los objetivos.</li> <li>- Considerar la probabilidad de fraude al evaluar los riesgos.</li> <li>- Establecer controles que permitan tener un menor riesgo residual.</li> </ul>	
		<b>CAUSA</b>	La entidad no ha desarrollado actividades de control que permitan mitigar los riesgos con impacto potencial en los objetivos.	
		<b>EFECTO</b>	Al no identificar, analizar y evaluar los riesgos estos no se pueden mitigar, lo cual generara pérdidas por gastos no programados y que se podían haber prevenido oportunamente.	
<b>5</b>	<b>A.G.2</b>	<b>CONDICIÓN</b>	El personal del departamento de comercialización no conoce los riesgos a los que se encuentra expuesto en su cargo.	<p><b>Jefe de talento humano:</b> Socializar y aplicar el reglamento interno de higiene y seguridad social.</p>
		<b>CRITERIO</b>	Principios de control interno COSO - Principio 9 COSO III: Identifica y analiza cambios importantes: En el diseño organizacional deben establecerse las políticas y procedimientos que ayuden a que las normas de la organización se ejecuten con una seguridad razonable para enfrentar de forma eficaz los riesgos. En todos los niveles de la organización existen responsabilidades en las actividades de control, debido a esto es necesario que todo el	

			<p>personal dentro de la organización conozca cuales son las tareas de control que debe ejecutar. Para esto se debe explicitar cuales son las funciones de control que le corresponde a cada individuo. Cada control que se realice debe estar de acuerdo con el riesgo que previene, teniendo en cuenta que demasiados controles son tan peligrosos como lo es tomar riesgos excesivos.</p> <p><b>Control inobservado:</b>                  - Socializar y aplicar el reglamento interno de higiene y seguridad social de acuerdo a lo establecido en el código de trabajo.</p>
		<b>CAUSA</b>	La organización no considero necesario socializar y aplicar el reglamento de higiene y seguridad a todo el personal.
		<b>EFEECTO</b>	Se puede generar una pérdida por gastos no programados debido a que el personal no conoce los riesgos a los que se encuentran sometidos en su cargo e incluso podrían ser sancionados por organismos de control.
<b>6</b>	<b>A.G.2</b>	<b>CONDICIÓN</b>	<p>No se aplican debidamente las políticas, funciones y procedimientos establecidos para el departamento de comercialización, y a su vez no son revisados o corregidos de manera periódica.</p> <p><b>Gerente:</b>                  - Socializar y evaluar periódicamente las políticas y procedimientos establecidos para</p>



		<p align="center"><b>CRITERIO</b></p> <p>Principios de control interno COSO - Principio 12 COSO III: - Se implementa a través de políticas y procedimientos: Las políticas reflejan las afirmaciones de la administración sobre lo que debe hacerse para llevar a cabo los controles. Estas afirmaciones deben ser documentadas y expresados tanto explícitamente como implícitamente, a través de comunicaciones, acciones y decisiones. Los procedimientos son las acciones para implementar las políticas establecidas. - Reevaluación periódica. - Las políticas y procedimientos deben ser evaluados constantemente para determinar su relevancia y efectividad, debido a los cambios en las personas, procesos y tecnología que pueden reducir la efectividad o hacer algunas actividades redundantes.</p> <p><b>Control inobservado:</b> Socializar y evaluar de manera periódica las políticas y procedimientos establecidos.</p>	<p>cada departamento.</p> <p>- Implementar un adecuado esquema de segregación de funciones para mejorar el control interno y minimizar así los riesgos de fraude.</p>
	<p align="center"><b>CAUSA</b></p>	<p>La entidad a pesar de tener manuales de políticas, funciones y procedimientos no tiene como práctica la socialización y evaluación periódica, por lo que, los funcionarios del departamento de comercialización por desconocimiento o por olvido dejan de aplicar.</p>	

		<b>EFEECTO</b>	Reducción de la efectividad en la ejecución de las actividades del personal, al no tener claro cuáles son las políticas y procedimientos que deben seguir y a su vez, no distinguir desde donde parten sus funciones y responsabilidades y donde comienzan las de sus compañeros de grupo, área o proceso.	
7	A.G.2	<b>CONDICIÓN</b>	La empresa no dispone de indicadores de desempeño para los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización.	<p><b>Gerente:</b> Establecer y revisar indicadores de desempeño para medir el cumplimiento de los objetivos, programas y proyectos de la organización y evaluar el desempeño y su evolución en el tiempo.</p>
		<b>CRITERIO</b>	<p>Principios de control interno COSO - Principio 5 COSO III: Hace cumplir con la responsabilidad: La administración y la Junta directiva deben establecer medidas de desempeño, incentivos y otras compensaciones apropiadas a las responsabilidades en todos los niveles de la entidad, considerando el cumplimiento de los objetivos tanto a corto como largo plazo. Para esto se deben establecer medidas de desempeño cualitativas y cuantitativas para recompensar el éxito y la disciplina en los comportamientos cuando sea necesario en línea con el rango de los objetivos. Las medidas de desempeño, incentivos y compensaciones apoyan un sistema efectivo de control interno siempre y cuando estén adaptados a los objetivos de la entidad.</p> <p><b>Control inobservado:</b> Establecer indicadores de desempeño que apoyen a un</p>	

			sistema de control interno efectivo y que estén adaptados a los objetivos de la entidad.	
		<b>CAUSA</b>	La entidad no hace un seguimiento continuo del cumplimiento de los objetivos tanto a corto como a largo plazo.	
		<b>EFEECTO</b>	Al no existir un control del cumplimiento de metas las proyecciones de mejora son responden a la necesidad y requerimientos institucionales. Si no hay control, no hay mejora.	
<b>8</b>	<b>A.G.3.1</b>	<b>CONDICIÓN</b>	En la empresa Speedycom Cía. Ltda. solo el 50% de los servidores del departamento de comercialización tienen conocimiento de la misión y visión de la entidad.	<b>Gerente:</b> Establecer nuevos mecanismos para la divulgación de la misión y visión que permitan a los colaboradores de la entidad sociabilizar la misión y visión institucional.
		<b>CRITERIO</b>	De acuerdo a la perspectiva de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se esperaba que el total de sus colaboradores tengan conocimiento de la misión y visión de la entidad, sin embargo, no se cumplió con la perspectiva de la entidad.	
		<b>CAUSA</b>	Los mecanismos establecidos por la entidad para la divulgación de la misión y visión no dieron los resultados esperados.	
		<b>EFEECTO</b>	Se determino una brecha desfavorable del 50,00%, generando que los colaboradores se interesen más en su realización personal que en el crecimiento de la entidad.	
<b>9</b>	<b>A.G.3.2</b>	<b>CONDICIÓN</b>	En la empresa Speedycom Cía. Ltda. solo el 66,67% de los servidores del departamento de comercialización tienen	<b>Gerente:</b> Establecer nuevos mecanismos para la divulgación de

			conocimiento de los objetivos de la entidad.	los objetivos que permitan a los colaboradores de la entidad sociabilizar sus objetivos institucionales.
		<b>CRITERIO</b>	De acuerdo a la perspectiva de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se esperaba que el total de sus colaboradores tengan conocimiento de los objetivos de la entidad, sin embargo, no se cumplió con la perspectiva de la entidad.	
		<b>CAUSA</b>	Los mecanismos establecidos por la entidad para la divulgación de los objetivos no dieron los resultados esperados.	
		<b>EFEECTO</b>	Se determino una brecha desfavorable del 33,33%, generando que los colaboradores carezcan de compromiso laboral ante la entidad.	
<b>10</b>	<b>A.G.3.6</b>	<b>CONDICIÓN</b>	La empresa Speedycom Cía. Ltda. logro obtener el 83,33% en la satisfacción de las funciones asignadas a los servidores del departamento de comercialización.	<b>Gerente:</b> Establecer nuevos mecanismos para el seguimiento continuo de los servidores de la entidad en función a sus actividades desempeñadas.
		<b>CRITERIO</b>	De acuerdo a la perspectiva de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se esperaba que el total de sus colaboradores estén satisfechos con sus funciones asignadas, sin embargo, no se cumplió con la perspectiva de la entidad.	
		<b>CAUSA</b>	En la entidad no todo el personal está satisfecho con las funciones asignadas para su cargo.	
		<b>EFEECTO</b>	Se determino una brecha desfavorable del 16,67%, generando que la productividad de los servidores se vea afectada por su desempeño en el trabajo.	
<b>11</b>	<b>A.G.3.7</b>	<b>CONDICIÓN</b>	La empresa Speedycom Cía. Ltda. logro obtener el 91,67% en la satisfacción de los cargos asignados a los	<b>Jefe de talento humano:</b> Establecer nuevos

			servidores del departamento de comercialización.	mecanismos para el seguimiento continuo de los servidores de la entidad en función a su cargo desempeñado.
		<b>CRITERIO</b>	De acuerdo a la perspectiva de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se esperaba que el total de sus colaboradores estén satisfechos con su cargo, sin embargo, no se cumplió con la perspectiva de la entidad.	
		<b>CAUSA</b>	En la entidad no todo el personal está satisfecho con su cargo.	
		<b>EFFECTO</b>	Se determino una brecha desfavorable del 8,33%, generando que la productividad de los servidores se vea afectada por su desempeño en el trabajo.	
<b>12</b>	<b>A.G.3.9</b>	<b>CONDICIÓN</b>	La empresa logro cumplir con el 89,53% de su meta planteada sobre clientes nuevos.	<b>Gerente:</b> Establecer nuevas estrategias de mercado para impulsar el cumplimiento de las metas y objetivos planteados por la entidad, buscando nuevos nichos de mercado que no son cubiertos por otros competidores.
		<b>CRITERIO</b>	La empresa Speedycom Cía. Ltda. programo alcanzar una meta de 10.000 clientes nuevos para el período 2022, sin embargo, la entidad no logro cumplir en su totalidad la meta planteada.	
		<b>CAUSA</b>	La entidad manifiesta que la aparición de nuevos competidores infirió en que no se lograra obtener la cantidad de clientes estimada.	
		<b>EFFECTO</b>	Se determino una brecha desfavorable del 10,47%, generando que la entidad no logre cumplir eficazmente su meta planteada.	
<b>13</b>	<b>A.G.3.10</b>	<b>CONDICIÓN</b>	La empresa logro cumplir con el 70,00% en satisfacción al cliente respecto al servicio.	<b>Gerente:</b> - Establecer nuevos mecanismos para el seguimiento continuo del proceso de Postventa.
		<b>CRITERIO</b>	De acuerdo a la perspectiva de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se esperaba que el total de sus clientes estén	

			satisfechos con el servicio, sin embargo, no se cumplió con la perspectiva de la entidad.	- Realizar un seguimiento continuo y periódico para evitar la insatisfacción de los clientes
		<b>CAUSA</b>	La entidad no realiza un seguimiento continuo al proceso de Postventa.	
		<b>EFFECTO</b>	Se determino una brecha desfavorable del 30,00%, generando que la entidad probablemente pierda a sus clientes.	
<b>14</b>	<b>A.G.3.11</b>	<b>CONDICIÓN</b>	La empresa Speedycom Cía. Ltda. para el año 2022 obtuvo un incremento del 46,41% en reclamos con respecto al año anterior.	
		<b>CRITERIO</b>	De acuerdo a la perspectiva de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se esperaba que la cantidad de quejas con respecto al año anterior disminuyera, sin embargo, no se cumplió con la perspectiva de la entidad.	
		<b>CAUSA</b>	La entidad no realiza un seguimiento continuo al proceso de Postventa.	
		<b>EFFECTO</b>	Se determino una brecha desfavorable, generando que la entidad probablemente pierda a sus clientes.	

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>SCCA</b>	<b>FECHA:</b>	<b>19/06/2023</b>
<b>REVISADO POR:</b>	<b>TMCC</b>	<b>FECHA:</b>	<b>30/06/2023</b>

**FASE III**  
**COMUNICACIÓN**  
**DE RESULTADOS**

**3.1.3 Comunicación de resultados**

**3.1.3.1 Informe de auditoría de gestión**

**SPEEDYCOM CÍA. LTDA.**

**INFORME GENERAL  
AUDITORIA DE GESTIÓN**

**POR EL PERÍODO COMPRENDIDO ENTRE  
EL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL  
2022**



## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

---

### Siglas y/o abreviaturas utilizadas

<b>Siglas y/o abreviaturas</b>	<b>Significado</b>
COSO	Committee of Sponsoring Organizations of the Tradeway Commission
CT	Código de trabajo

# SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

---

## ÍNDICE

<b>CARTA DE PRESENTACIÓN.....</b>	<b>141</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>142</b>
<b>INFORMACIÓN INTRODUCTORIA.....</b>	<b>142</b>
1. Motivo del examen.....	142
2. Objetivos del examen.....	142
3. Alcance del examen.....	142
4. Base legal.....	142
5. Estructura Orgánica.....	143
6. Objetivos de la entidad.....	143
7. Servidores relacionados.....	143
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>145</b>
<b>RESULTADOS DEL EXAMEN.....</b>	<b>145</b>
Ambiente de control.....	145
Evaluación de riesgos.....	147
Actividades de control.....	150
Conocimiento de la misión y visión.....	151
Conocimiento de los objetivos institucionales.....	152
Satisfacción de las funciones asignadas.....	153
Satisfacción de los cargos asignados.....	153
Proyección de clientes nuevos.....	154
Satisfacción del cliente.....	154
Quejas y reclamos.....	155

# SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

---

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Ambato, 30 de junio del 2022

Ing. Freire Guerrero Vicente Eduardo  
Representante Legal de la empresa Speedycom Cía. Ltda.

De mi consideración:

Hemos efectuado la auditoria de gestión a la empresa Speedycom Cía. Ltda., por el periodo comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre de 2022. El examen se efectuó de acuerdo con las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas. Estas normas requieren que el examen sea planificado y ejecutado para obtener certeza razonable de que la información y la documentación examinadas no contienen exposiciones erróneas de carácter significativo, igualmente que las operaciones a las cuales corresponden se hayan ejecutado de conformidad con las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, políticas y demás normas aplicables.

Debido a la naturaleza de la acción de control efectuada, los resultados se encuentran expresados en los comentarios, conclusiones y recomendaciones que constan en el presente informe. Atentamente

Atentamente,



---

Saavedra Callata Chayna Alexandra

SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

# SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

---

## CAPÍTULO I

### INFORMACIÓN INTRODUCTORIA

#### 1. Motivo del examen

La auditoría de gestión al departamento de comercialización de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se realizará en base a los acontecimientos presentados en la entidad expuestos anteriormente, con el fin de evaluar el grado de eficiencia y eficacia de los procesos llevados a cabo en el departamento de comercialización, así como también determinar si las herramientas implementadas por la organización son adecuadas para lograr los objetivos propuestos.

#### 2. Objetivos del examen

##### 2.1 Objetivo General

Ejecutar la Auditoría de Gestión al departamento de comercialización de la empresa Speedycom Cía. Ltda. para la medición de la eficiencia, y eficacia de los procesos u operaciones.

##### 2.2 Objetivos Específicos

- Elaborar la planificación de la auditoría de Gestión para la determinación de los niveles de riesgo y enfoque de auditoría.
- Realizar la auditoría de Gestión para la obtención de evidencias suficientes y competentes que sustenten los resultados.
- Comunicar los resultados de la auditoría de Gestión a través del informe para la toma de decisiones de alta gerencia.

#### 3. Alcance del examen

Se realizará la auditoría de gestión al departamento de comercialización de la empresa Speedycom Cía. Ltda., por el período comprendido entre el 01 de enero al 31 de diciembre del 2022.

#### 4. Base legal

La empresa está sujeta a las siguientes disposiciones legales:

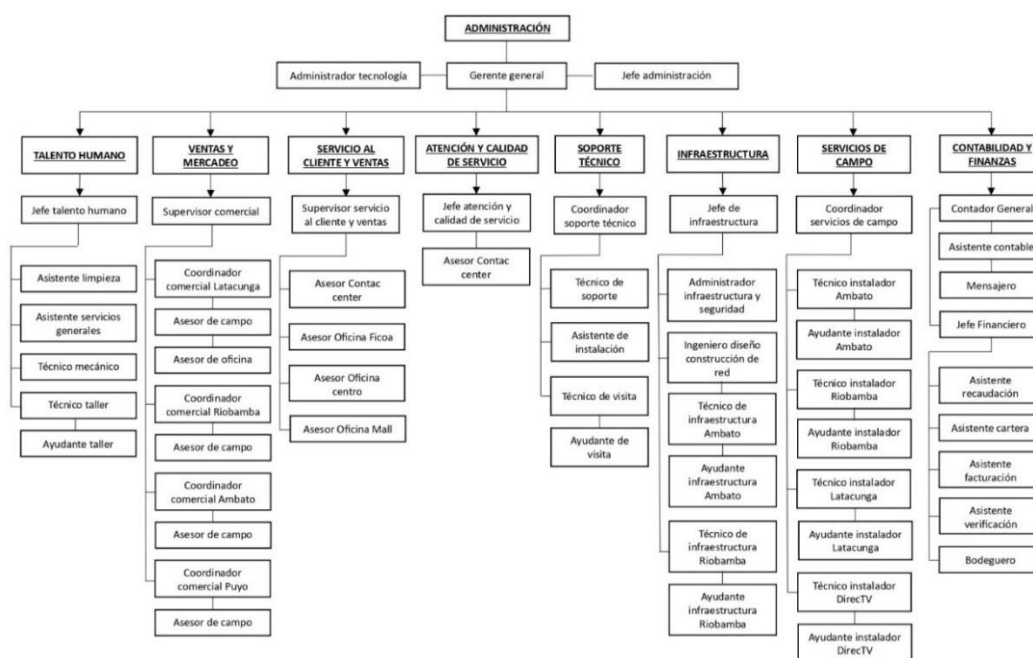
- Código Tributario

# SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

- Código de Trabajo
- Ley Orgánica de Telecomunicaciones
- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno
- Ley de Seguridad Social
- Ley de Compañías
- Reglamento General a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones
- Reglamento de aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno
- Estatuto de constitución de la compañía

## 5. Estructura Orgánica

La empresa Speedycom Cía. Ltda. cuenta con el siguiente organigrama estructural:



## 6. Objetivos de la entidad

- Ser la principal empresa de telecomunicaciones dentro de la zona centro
- Brindar una excelente calidad de servicio a los clientes
- Seguir expandiendo la red de fibra óptica

## 7. Servidores relacionados

Nro.	NOMBRE	CARGO	DEPARTAMENTO
1	Eduardo Freire	Gerente general	Administrativo

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

2	Eduardo Loaiza	Administrador tecnología de información	Administrativo
3	Daniel Garcés	Jefe administración y control procesos	Administrativo
4	Víctor Castro	Jefe Talento Humano	Talento Humano
5	Luis Pozo	Asistente de servicios generales	Talento Humano
6	Daniel Chacón	Técnico Mecánico	Talento Humano
7	Geovanny Pulsara	Técnico Taller	Talento Humano
8	Verónica Astudillo	Supervisor Comercial	Ventas y Mercadeo
9	Cristian Zurita	Líder Comercial Cotopaxi	Ventas y Mercadeo
10	Carlos Cava	Coordinador Comercial Chimborazo	Ventas y Mercadeo
11	Gustavo Flores	Coordinador Comercial Ambato	Ventas y Mercadeo
12	Jhonatan Tamayo	Coordinador Comercial Pastaza	Ventas y Mercadeo
13	Valeria Morales	Asesor de Oficina	Ventas y Mercadeo
14	Araceli coronel	Asesor de Campo	Ventas y Mercadeo
15	Andrea Zambrano	Jefe Mercadeo	Ventas y Mercadeo
16	Andrés Naranjo	Asistente Trade	Ventas y Mercadeo
17	Fernanda Minda	Jefe Atención y Calidad de Servicio	Atención y Calidad de Servicio
18	Diego Gordón	Coordinador Soporte Técnico	Soporte técnico
19	Jhonatan Morejón	Jefe Infraestructura	Infraestructura
20	Santiago López	Administrador Infraestructura y Seguridad Redes	Infraestructura
21	Alberto Ruiz	Analista infraestructura y seguridad redes	Infraestructura
22	Luis Inca	Ingeniero diseño construcción de red	Infraestructura
23	Maricela Castro	Coordinador Servicios de Campo	Infraestructura
24	Katty Bonilla	Asistente verificación y contratación	Infraestructura
25	Paulina Freire	Contador General	Contabilidad y Finanzas
26	Pamela Chancusig	Asistente contable [Roles, depósitos oficinas]	Contabilidad y Finanzas
27	Santiago Aguirre	Asistente contable [Registro cobros canales]	Contabilidad y Finanzas
28	Juan Álvarez	Asistente contable [Conciliación cajas oficina y técnicos]	Contabilidad y Finanzas
29	Brandon López	Asistente contable [Viáticos, registros en Portal]	Contabilidad y Finanzas
30	Takeshi Suzuki	Mensajero	Contabilidad y Finanzas
31	Diego Brito	Jefe Financiero	Contabilidad y Finanzas

## SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES

---

32	Mónica Montenegro	Asistente recaudación	Contabilidad y Finanzas
33	Fernanda Naranjo	Auditor aseguramiento documental	Contabilidad y Finanzas
34	Alex Rosero	Asistente cartera	Contabilidad y Finanzas
35	Alexandra Arias	Asistente facturación	Contabilidad y Finanzas
36	Alex Pérez	Bodeguero	Contabilidad y Finanzas

### CAPÍTULO II

#### RESULTADOS DEL EXAMEN

**Ambiente de control:**

**Estándares de conducta dentro de la organización:** Código de ética

**Comentario:**

La empresa no cuenta con un código de ética que permita regular el comportamiento de los empleados del departamento de comercialización.

**Conclusión:**

En conclusión, la empresa Speedycom está incumpliendo con los principios de control interno COSO - Principio 1 COSO III: Integridad y Valores Éticos. - El control dentro de una organización debe basarse en la integridad y el compromiso ético de las directivas y accionistas, quienes determinan la importancia del control interno y los estándares de conducta esperados dentro de la organización. La Junta Directiva y la Administración en todos los niveles de la entidad deben demostrar a través de sus instrucciones, acciones, y comportamientos la importancia de la integridad y los valores éticos para apoyar el funcionamiento del Sistema de Control Interno. Esto debido a que la entidad no ha considerado necesario definir estándares de conducta para evaluar la actuación del personal, dando como resultado que exista dificultad en la consecución de los objetivos de la entidad al no haber estándares de conducta que guíen a la organización en comportamientos, actividades y decisiones.

## **SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES**

---

### **Recomendación:**

#### **Al Gerente:**

1. Comunicar regularmente los valores éticos y las normas de comportamiento a los empleados y definirlos en estándares de conducta.

### **Planificación a corto, mediano y largo plazo: Plan estratégico**

#### **Comentario:**

La empresa no dispone de un plan estratégico para el departamento de comercialización.

#### **Conclusión:**

En conclusión, la empresa Speedycom está incumpliendo con el informe COSO III: El establecimiento de la estrategia de la organización es el proceso en que la administración articula un plan de alto nivel para lograr uno o más objetivos en relación a la misión de la organización. Usualmente la estrategia es presentada en forma de objetivos generales, iniciativas y tácticas. La planificación del negocio articula las metas específicas o planes de trabajo sobre como la administración contribuye al logro de los objetivos de la estrategia general. Explica porque esos objetivos son alcanzables y proporciona un proceso favorable para la implementación y ejecución de la estrategia corporativa a través de la organización dentro del horizonte de planificación específica. Esto debido a que la entidad no ha considerado la implementación de una planificación a corto, mediano y largo plazo que permita determinar metas e indicadores para la evaluación de su gestión. Dando como resultado que la empresa no pueda realizar evaluaciones periódicas para verificar si el desarrollo de sus actividades está permitiendo el cumplimiento de las metas y objetivos de la institución.

### **Recomendación:**

#### **Al Gerente:**

1. Elaborar una planificación a corto, mediano y largo plazo con el establecimiento de estrategias, metas e indicadores para el cumplimiento de los objetivos institucionales, así como de su misión y visión empresarial.



## **SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES**

---

**Personal competente, con formación adecuada de acuerdo al cargo que ocupe y responsabilidades que tenga:** Personal con experiencia y habilidades para su cargo

**Comentario:**

El personal del departamento de comercialización no cuenta con la experiencia y habilidades necesarias para realizar su trabajo.

**Conclusión:**

En conclusión, la empresa está incumpliendo con los principios de control interno COSO - Principio 2 COSO III: Ejerce responsabilidad de supervisión - Independencia y Competencia profesional: Es importante contar con personal competente, que tenga una formación adecuada, de acuerdo al cargo que ocupa y responsabilidades que tenga. El área de Recursos humanos debe especificar el nivel de competencia requerido para las distintas tareas, así como la aptitud (Conocimientos y habilidades de cada persona), la cual infiere en el criterio profesional al momento de diseñar, implementar y desarrollar el control interno y evaluar su efectividad. Una vez se realiza la contratación el profesional debe iniciar un proceso de capacitación y enseñanza en forma práctica, teórica y metódica, sobre su cargo, los valores corporativos de la entidad y el plan estratégico. Esto debido a que no existe un procedimiento adecuado para la contratación del personal, dando como resultado que se genere un gasto extra para la empresa y una inversión de tiempo y esfuerzo debido a que hay que formar y entrenar al personal.

**Recomendaciones:**

**Al Gerente:**

1. Establecer perfiles adecuados para las incorporaciones del nuevo personal.
2. Efectuar entrenamientos y capacitaciones adecuadas para el correcto desempeño de los empleados y cumplimiento de sus responsabilidades.

**Al Jefe de talento humano:**

1. Evaluar el nivel de competencia del personal, así como sus conocimientos y habilidades previo a su contratación y posteriormente realizar un proceso de capacitación y enseñanza en forma práctica, teórica y metódica, sobre el cargo a ejercer, los valores corporativos de la entidad y el plan estratégico.

## **SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES**

---

### **Evaluación de riesgos:**

**Identificar, analizar y evaluar los riesgos:** Controles para minimizar riesgos

### **Comentario:**

No se identifican y analizan los riesgos que pueden impedir el logro de los objetivos de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de comercialización. A su vez no se considera la probabilidad de fraude en la evaluación de riesgos, y también una vez identificados y evaluados los riesgos, no se define un plan de tratamiento que permita tener un menor riesgo residual.

### **Conclusión:**

En conclusión, la empresa está incumpliendo con los principios de control interno COSO - Principio 7 COSO III: Identifica y analiza los riesgos: La organización debe identificar los riesgos para la consecución de sus objetivos y analizar los riesgos para determinar cómo se deben gestionar los mismos. - Principio 8 COSO III: Evalúa el riesgo de fraude: La administración debe considerar los posibles actos de corrupción ya sean del personal de la entidad o de los proveedores de servicios externos, que afectan directamente el cumplimiento de los objetivos. - Principio 9 COSO III: Identifica y analiza cambios importantes: La organización identifica y evalúa cambios que podrían impactar significativamente el sistema de control interno. Este proceso se desarrolla paralelamente a la evaluación de riesgos y requiere que se establezcan controles para identificar y comunicar los cambios que puedan afectar los objetivos de la entidad. Esto debido a que la entidad no ha desarrollado actividades de control que permitan mitigar los riesgos con impacto potencial en los objetivos, dando como resultado que la entidad no pueda mitigar los riesgos porque no logra identificar, analizar y evaluar los mismos, lo cual generara pérdidas por gastos no programados y que se podrían haber prevenido oportunamente.

### **Recomendaciones:**

#### **Al Gerente:**

1. Definir los objetivos con suficiente claridad para identificar y analizar los riesgos que tengan impacto potencial en los mismos.

## **SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES**

---

2. Considerar la probabilidad de fraude al evaluar los riesgos para la consecución de los objetivos.
3. Establecer controles que permitan minimizar los riesgos que dificulten la consecución de los objetivos.

**Conocimiento por el personal de los riesgos a los que se encuentra expuesto en su cargo:** Socialización y aplicación del Reglamento interno de higiene y seguridad social

**Comentario:**

El personal del departamento de comercialización no conoce los riesgos a los que se encuentra expuesto en su cargo.

**Conclusión:**

En conclusión, la entidad está incumpliendo con los principios de control interno COSO - Principio 9 COSO III: Identifica y analiza cambios importantes: En el diseño organizacional deben establecerse las políticas y procedimientos que ayuden a que las normas de la organización se ejecuten con una seguridad razonable para enfrentar de forma eficaz los riesgos. En todos los niveles de la organización existen responsabilidades en las actividades de control, debido a esto es necesario que todo el personal dentro de la organización conozca cuales son las tareas de control que debe ejecutar. Para esto se debe explicitar cuales son las funciones de control que le corresponde a cada individuo. Cada control que se realice debe estar de acuerdo con el riesgo que previene, teniendo en cuenta que demasiados controles son tan peligrosos como lo es tomar riesgos excesivos. Esto debido a que la entidad no considero necesario socializar y aplicar el reglamento de higiene y seguridad a todo el personal, dando como resultado que se pueda generar una pérdida por gastos no programados debido a que el personal no conoce los riesgos a los que se encuentran sometidos en su cargo.

**Recomendación:**

**Al Jefe de talento humano:**

1. Socializar y aplicar el reglamento interno de higiene y seguridad social.

## **SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES**

---

### **Actividades de control:**

**Políticas, funciones y procedimientos:** Socialización de políticas, funciones y procedimientos

### **Comentario:**

No se aplican debidamente las políticas, funciones y procedimientos establecidos para el departamento de comercialización, y a su vez no son revisados o corregidos de manera periódica.

### **Conclusión:**

En conclusión, la entidad está incumpliendo con los Principios de control interno COSO - Principio 12 COSO III: - Se implementa a través de políticas y procedimientos: Las políticas reflejan las afirmaciones de la administración sobre lo que debe hacerse para llevar a cabo los controles. Estas afirmaciones deben ser documentadas y expresados tanto explícitamente como implícitamente, a través de comunicaciones, acciones y decisiones. Los procedimientos son las acciones para implementar las políticas establecidas. - Reevaluación periódica. - Las políticas y procedimientos deben ser evaluados constantemente para determinar su relevancia y efectividad, debido a los cambios en las personas, procesos y tecnología que pueden reducir la efectividad o hacer algunas actividades redundantes. Esto debido a que la entidad a pesar de tener manuales de políticas, funciones y procedimientos no tiene como práctica la socialización y evaluación periódica, por lo que, los funcionarios del departamento de comercialización por desconocimiento o por olvido dejan de aplicar, dando como resultado la reducción de la efectividad en la ejecución de las actividades del personal, al no tener claro cuáles son las políticas y procedimientos que deben seguir y a su vez, no distinguir desde donde parten sus funciones y responsabilidades y donde comienzan las de sus compañeros de grupo, área o proceso.

### **Recomendaciones:**

#### **Al Gerente:**

1. Socializar y evaluar periódicamente las políticas y procedimientos establecidos para cada departamento.

## **SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES**

---

2. Implementar un adecuado esquema de segregación de funciones para mejorar el control interno y minimizar así los riesgos de fraude.

**Medidas de desempeño:** Indicadores de desempeño

**Comentario:**

La empresa no dispone de indicadores de desempeño para los procesos que se ejecutan en el departamento de comercialización.

**Conclusión:**

En conclusión, la entidad está incumpliendo con los principios de control interno COSO - Principio 5 COSO III: Hace cumplir con la responsabilidad: La administración y la Junta directiva deben establecer medidas de desempeño, incentivos y otras compensaciones apropiadas a las responsabilidades en todos los niveles de la entidad, considerando el cumplimiento de los objetivos tanto a corto como largo plazo. Para esto se deben establecer medidas de desempeño cualitativas y cuantitativas para recompensar el éxito y la disciplina en los comportamientos cuando sea necesario en línea con el rango de los objetivos. Las medidas de desempeño, incentivos y compensaciones apoyan un sistema efectivo de control interno siempre y cuando estén adaptados a los objetivos de la entidad. Esto debido a que la entidad no hace un seguimiento continuo del cumplimiento de los objetivos tanto a corto como a largo plazo, dando como resultado que las proyecciones de mejora no respondan a la necesidad y requerimientos de la institución. Si no hay control, no hay mejora.

**Recomendación:**

**Al Gerente:**

1. Establecer y revisar indicadores de desempeño para medir el cumplimiento de los objetivos, programas y proyectos de la organización y evaluar el desempeño y su evolución en el tiempo.

**Conocimiento de la misión y visión**

**Comentario:**

En la empresa Speedycom Cía. Ltda. solo el 50% de los servidores del departamento de comercialización tienen conocimiento de la misión y visión de la entidad.

## **SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES**

---

### **Conclusión:**

En conclusión, de acuerdo a la perspectiva de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se esperaba que el total de sus colaboradores tengan conocimiento de la misión y visión de la entidad, sin embargo, no se cumplió con la perspectiva de la entidad debido a que los mecanismos establecidos para la divulgación de la misión y visión no dieron los resultados esperados, produciendo una brecha desfavorable del 50,00%, que genera que los colaboradores se interesen más en su realización personal que en el crecimiento de la entidad.

### **Recomendación:**

#### **Al Gerente:**

1. Establecer nuevos mecanismos para la divulgación de la misión y visión que permitan a los colaboradores de la entidad sociabilizar la misión y visión institucional.

### **Conocimiento de los objetivos institucionales**

#### **Comentario:**

En la empresa Speedycom Cía. Ltda. solo el 66,67% de los servidores del departamento de comercialización tienen conocimiento de los objetivos de la entidad.

### **Conclusión:**

En conclusión, de acuerdo a la perspectiva de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se esperaba que el total de sus colaboradores tengan conocimiento de los objetivos de la entidad, sin embargo, no se cumplió con la perspectiva de la entidad debido a que los mecanismos establecidos para la divulgación de los objetivos no dieron los resultados esperados, produciendo una brecha desfavorable del 33,33%, que genera que los colaboradores carezcan de compromiso laboral ante la entidad.

### **Recomendación:**

#### **Al Gerente:**

1. Establecer nuevos mecanismos para la divulgación de los objetivos que permitan a los colaboradores de la entidad sociabilizar los objetivos institucionales.

## **SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES**

---

### **Satisfacción de las funciones asignadas**

#### **Comentario:**

La empresa Speedycom Cía. Ltda. logro obtener el 83,33% en la satisfacción de las funciones asignadas a los servidores del departamento de comercialización.

#### **Conclusión:**

En conclusión, de acuerdo a la perspectiva de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se esperaba que el total de sus colaboradores estén satisfechos con sus funciones asignadas, sin embargo, no se cumplió con la perspectiva de la entidad debido a que no todo el personal está satisfecho con las funciones asignadas para su cargo, produciendo una brecha desfavorable del 16,67%, que genera que la productividad de los servidores se vea afectada por su desempeño en el trabajo.

#### **Recomendación:**

##### **Al Gerente:**

1. Establecer nuevos mecanismos para el seguimiento continuo de los servidores de la entidad en función a sus actividades desempeñadas.

### **Satisfacción de los cargos asignados**

#### **Comentario:**

La empresa Speedycom Cía. Ltda. logro obtener el 91,67% en la satisfacción de los cargos asignados a los servidores del departamento de comercialización.

#### **Conclusión:**

En conclusión, de acuerdo a la perspectiva de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se esperaba que el total de sus colaboradores estén satisfechos con su cargo, sin embargo, no se cumplió con la perspectiva de la entidad debido a que no todo el personal está satisfecho con su cargo, produciendo una brecha desfavorable del 8,33%, que genera que la productividad de los servidores se vea afectada por su desempeño en el trabajo.

## **SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES**

---

### **Recomendación:**

#### **Al Jefe de talento humano:**

1. Establecer nuevos mecanismos para el seguimiento continuo de los servidores de la entidad en función a su cargo desempeñado.

### **Proyección de clientes nuevos**

#### **Comentario:**

La empresa logro cumplir con el 89,53% de su meta planteada sobre clientes nuevos.

#### **Conclusión:**

En conclusión, la empresa Speedycom Cía. Ltda. programo alcanzar una meta de 10.000 clientes nuevos para el período 2022, sin embargo, la entidad no logro cumplir en su totalidad la meta planteada debido a la aparición de nuevos competidores, produciendo una brecha desfavorable del 10,47%, que genera que la entidad no logre cumplir eficazmente su meta planteada.

### **Recomendación:**

#### **Al Gerente:**

1. Establecer nuevas estrategias de mercado para impulsar el cumplimiento de las metas y objetivos planteados por la entidad, buscando nuevos nichos de mercado que no son cubiertos por otros competidores.

### **Satisfacción del cliente**

#### **Comentario:**

La empresa logro cumplir con el 70,00% en satisfacción al cliente respecto al servicio.

#### **Conclusión:**

En conclusión, de acuerdo a la perspectiva de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se esperaba que el total de sus clientes estén satisfechos con el servicio, sin embargo, no se cumplió con la perspectiva de la entidad debido a que no se realiza un seguimiento continuo al proceso de Postventa., produciendo una brecha desfavorable del 30,00%, que genera que probablemente la entidad pierda a sus clientes.



## **SCCA AUDITORES INDEPENDIENTES**

---

### **Recomendaciones:**

#### **Al Gerente:**

1. Establecer nuevos mecanismos para el seguimiento continuo del proceso de Postventa.
2. Realizar un seguimiento continuo y periódico para evitar la insatisfacción de los clientes.

### **Quejas y reclamos**

#### **Comentario:**

La empresa Speedycom Cía. Ltda. para el año 2022 obtuvo un incremento del 46,41% en reclamos con respecto al año anterior.

#### **Conclusión:**

En conclusión, de acuerdo a la perspectiva de la empresa Speedycom Cía. Ltda. se esperaba que la cantidad de quejas con respecto al año anterior disminuyera, sin embargo, no se cumplió con la perspectiva de la entidad debido a que no se realiza un seguimiento continuo al proceso de Postventa., produciendo una brecha desfavorable que genera que probablemente la entidad pierda a sus clientes.

### **Recomendaciones:**

#### **Al Gerente:**

1. Establecer nuevos mecanismos para el seguimiento continuo del proceso de Postventa.
2. Realizar un seguimiento continuo y periódico para evitar la insatisfacción de los clientes.

## **CAPÍTULO IV**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1 Conclusiones**

Después de haber desarrollado el presente proyecto integrador en función a los objetivos planteados, se puede concluir lo siguiente:

- Al realizar el estudio preliminar de la entidad a través de la evaluación de control interno, se pudo determinar un nivel de riesgo bajo. Sin embargo, se detectaron ciertas falencias que afectan al sistema de control interno, entre ellas se resalta que la entidad no contempla en su planificación un documento formal en el cual plasmar las metas y objetivos que esta pretende lograr en función a su misión y visión. Adicionalmente la entidad no tiene establecido indicadores de desempeño que les permita a todos los niveles de la entidad, medir el cumplimiento de metas y objetivos tanto a corto como a largo plazo. Todo ello ayuda a que exista un sistema de control interno razonable y por lo tanto promueve el desarrollo organizacional.
- Por otra parte, para medir el nivel de eficiencia, eficacia y calidad de los procesos llevados a cabo en la entidad, se aplicaron indicadores de gestión en los cuales se pudo determinar que la mayoría de los servidores del departamento de comercialización no conocen los detalles estratégicos de la organización, generando que no exista un compromiso laboral por parte del personal ante la entidad. Además, no todos los servidores están satisfechos con su cargo y sus funciones, lo que conlleva a que la productividad de la entidad se vea afectada por un bajo nivel de desempeño. A sí mismo, se midió el nivel de satisfacción de los clientes, donde se pudo identificar que la entidad no realiza seguimientos continuos y periódicos a sus clientes para evitar la insatisfacción de los mismos.

- Finalmente, como producto de la ejecución de la auditoría se obtuvieron los hallazgos de las deficiencias detectadas, y en base a los hallazgos más significativos de cada uno de los componentes evaluados, se elaboró el informe de auditoría de gestión con las respectivas conclusiones y recomendaciones, que ayudarán a los directivos de la entidad a tomar decisiones que permitirán fortalecer el control interno para el cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales.

#### **4.2 Recomendaciones**

- Se recomienda a la empresa Speedycom Cía. Ltda., implementar las recomendaciones emitidas como resultado de la auditoría de gestión, de manera adecuada y oportuna; designando responsables y estableciendo un periodo de tiempo para su culminación o monitoreo, de tal manera que se puedan obtener resultados efectivos en poco tiempo.
- De igual manera, se sugiere a la entidad, fortalecer su sistema administrativo de planificación, mediante la elaboración de un plan estratégico que permita establecer objetivos, metas, estrategias e indicadores para medir el cumplimiento de los objetivos tanto a corto como a largo plazo.
- Asimismo, se recomienda que la entidad realice seguimientos continuos y periódicos a sus colaboradores para medir sus niveles de satisfacción laboral, y con ello la entidad no se vea afectada por el desempeño de sus colaboradores en el trabajo; y también a sus clientes para medir su nivel de satisfacción con el servicio, de tal manera que se pueda implementar las medidas necesarias para asegurar que los mismos no obtén por abandonar el servicio.
- Finalmente, se sugiere continuar con evaluaciones periódicas para evaluar el desempeño de la organización en términos de eficiencia y eficacia, con el fin de medir el logro de los objetivos propuestos, identificando oportunidades de desarrollo y mejora continua.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Actualícese. (17 de Junio de 2022). *Tipos de riesgos de auditoría: inherentes, de control y de detección*. Actualícese: <https://actualicese.com/tipos-de-riesgo-de-auditoria-inherentes-de-control-y-de-deteccion/>
- Arias, I. P. (2018). Auditoría un enfoque de gestión. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-6. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/auditoria-gestion.html>
- Armas García, R. (2008). *Auditoría de Gestión conceptos y métodos*. La Habana, Cuba: Félix Varela. <https://docplayer.es/71930185-Auditoria-de-gestion.html>
- ASD. (6 de Marzo de 2019). *NIA 530 Muestreo de auditoría*. Asdaudit: <https://www.asdaudit.com/nia-530-muestreo-auditoria/>
- Astudillo, V. (15 de Mayo de 2023). Antecedentes de la empresa. (C. Saavedra, Entrevistador)
- Auditool. (23 de Mayo de 2012). *Papeles de trabajo en auditoría*. Auditool: <https://www.auditool.org/blog/auditoria-externa/papeles-de-trabajo-en-auditoria>
- Auditool. (4 de Julio de 2016). *La evidencia de Auditoría*. Auditool: <https://www.auditool.org/blog/auditoria-externa/la-evidencia-de-auditoria>
- Auditool. (4 de Octubre de 2018). *Autoevaluación del sistema de control interno de un proceso de mercadeo y publicidad*. Auditool: <https://www.auditool.org/herramientas/autoevaluacion-control-interno/6209-autoevaluacion-del-sistema-de-control-interno-de-un-proceso-de-mercadeo-y-publicidad>
- Bell Batista, Y. (2011). Guía metodológica para las auditorías de gestión para las empresas de servicios. *Contribuciones a la economía*, 1-24. <https://www.eumed.net/ce/2011a/ybb.htm>
- Benjamín Franklin, E. (2007). *Auditoría Administrativa Gestión estratégica del cambio* (Segunda ed.). México: Pearson Educación. [https://www.researchgate.net/profile/Enrique-Franklin/publication/325551815\\_Libro\\_de\\_Auditoria\\_Administrativa\\_2\\_edicion\\_-Enrique\\_Benjamin\\_Franklin/links/5b15600eaca272d43b7d47a9/Libro-de-Auditoria-Administrativa-2-edicion-Enrique-Benjamin-Franklin.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Enrique-Franklin/publication/325551815_Libro_de_Auditoria_Administrativa_2_edicion_-Enrique_Benjamin_Franklin/links/5b15600eaca272d43b7d47a9/Libro-de-Auditoria-Administrativa-2-edicion-Enrique-Benjamin-Franklin.pdf)

- Bernal Rendón, E. M., Contreras Pinto, C. B., Echeverría Nuñez, G. V., & Sifuentes Vega, M. F. (2018). *Plan estratégico para la empresa Network Perú S.A. 2018-2020*. Universidad San Ignacio de Loyola. Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/3c2ad880-d29d-44aa-a0af-2c4df0e14b58/content>
- Blogspot. (30 de Marzo de 2017). *Pruebas de cumplimiento vs pruebas sustantivas*. Blogspot: <http://auditoriaambientalcarito22.blogspot.com/2017/03/pruebas-de-cumplimento-vs-pruebas.html>
- Bravo Avalos, M. B., Bravo Avalos, S. P., & López Salazar, J. L. (Mayo de 2018). Importancia de la auditoría de gestión en las organizaciones. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-15. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/05/auditoria-gestion-organizaciones.html>
- Bueno Campos, E. (2007). Estrategia y dirección estratégica. *Dialnet*, 15-54.
- Carrera Guallas, M. S. (2022). *“Auditoría de gestión al GAD parroquial de Quinchicoto del cantón Tisaleo”*. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/36223/1/T5569i.pdf>
- Castrejon, L. E. (1 de Septiembre de 2003). *Técnicas de auditoría*. Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/tecnicas-de-auditoria/>
- Castro, V. (20 de Abril de 2023). Antecedentes de la empresa. (C. Saavedra, Entrevistador) Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Castro, V. (20 de Abril de 2023). Detalles de operación. (C. Saavedra, Entrevistador) Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Castro, V. (20 de Abril de 2023). Detalles estratégicos. (C. Saavedra, Entrevistador) Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Castro, V. (20 de Abril de 2023). Detalles Legales. (C. Saavedra, Entrevistador) Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Cruz Lezama, O. (Noviembre de 2007). *Indicadores de Gestión*. Ucipfg: <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MLGA/MLGA-03/semana2/indicadores-de-gestion.pdf>

- Da Silva, D. (27 de Junio de 2022). *4 indicadores de calidad en una empresa triunfante*. Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/indicadores-calidad-empresa/>
- Díaz Muñoz, G. A., & Salazar Duque, D. A. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Scielo*, 19-36. [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2588-09692021000100019](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2588-09692021000100019)
- Egúsquiza, C. A. (2002). *Importancia, contenido y trascendencia de los papeles de trabajo de auditoría*. Sisbib: [https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/quipukamayoc/2002/segundo/importancia\\_.htm#:~:text=El%20archivo%20corriente%20viene%20a,v a%20trasladando%20el%20ARCHIVO%20PERMANENTE.](https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/quipukamayoc/2002/segundo/importancia_.htm#:~:text=El%20archivo%20corriente%20viene%20a,v a%20trasladando%20el%20ARCHIVO%20PERMANENTE.)
- Estupiñán Gaitán, R. (2016). *Control interno y fraudes: análisis de informe COSO I y II*. Bogotá, Colombia:: Ecoe Ediciones. <http://fullseguridad.net/wp-content/uploads/2016/10/Control-Interno-y-Fraudes-Con-Base-en-Los-Ciclos-Transaccionales.pdf>
- Franco Mera, W. M., Echeverría Vasquez, H. G., & Gamboa Poveda, J. E. (2016). Las investigaciones sobre Auditoría Administrativa. *Revista Publicando*, III(7), 537-543. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5833462>
- González González, A., & González Rodríguez, R. A. (2008). Diseño de un sistema de gestión de la calidad con un enfoque de ingeniería de la calidad. *Redalyc*, XXIX(3), 1-6. <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433567004.pdf>
- Hernández Palma, H. G., Barrios Parejo, I., & Martínez Sierra, D. (2018). Gestión de la calidad elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Dialnet*, 16(28), 169-185. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6676025>
- IAASB. (2016). *Manual de pronunciamientos internacionales de control de calidad, auditoría, revisión, otros encargos de aseguramiento y servicios relacionados* (Vol. I). IFAC. [https://www.iaasb.org/\\_flysystem/azure-private/publications/files/ESP\\_IAASB\\_HB2016-2017\\_Vol\\_I\\_0.pdf](https://www.iaasb.org/_flysystem/azure-private/publications/files/ESP_IAASB_HB2016-2017_Vol_I_0.pdf)
- ISO 14001. (29 de Octubre de 2015). *Escuela europea de excelencia*. ¿Qué es auditoría ambiental ISO 14001?: <https://www.escuelaeuropeaexcelencia.com/2015/10/que-es-auditoria-ambiental-iso->



- Santamaría Quishpe, G., Cárdenas Cárdenas, M. M., & Vega Rivera, P. (2016). La Auditoría de Gestión, una Herramienta Necesaria para la Economía. *UTCiencia, III(2)*.  
<http://investigacion.utc.edu.ec/revistasutc/index.php/utciencia/article/view/46>
- Sotomayor, R. (5 de Septiembre de 2015). *Evaluación del control interno y sus componentes en la auditoría de estados financieros*. Contaduría pública: <https://contaduriapublica.org.mx/2015/09/01/evaluacion-del-control-interno-y-sus-componentes-en-la-auditoria-de-estados-financieros/>
- Speedy. (2023). *Quienes Somos*. Speedy Internet: <https://speedy.com.ec/nosotros/>
- Vallejo Vallejo, C. N. (2015). *Auditoría de gestión aplicada a la empresa Florícola Damagrofarm S.A.* Universidad Central del Ecuador.  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9052/1/T-UCE-0003-CA191-2015.pdf>
- Velásquez, F. (31 de Marzo de 2015). *Técnicas de auditoría*. Contraloría: [https://doc.contraloria.gob.pe/documentos/\(GU-SCPACU-02\)00\\_Guia\\_Tecnicas\\_Auditoria.pdf](https://doc.contraloria.gob.pe/documentos/(GU-SCPACU-02)00_Guia_Tecnicas_Auditoria.pdf)
- Villacreses Pallo, K. Y. (2022). “*Auditoría de gestión a la empresa “Cintas” período 2020*”. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.  
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/36171>
- Zambrano Rodríguez, G., Álvarez Pincay, D., & Yoza Rodríguez, N. (2021). La importancia de la auditoría de gestión y los procesos administrativos y técnicos, realidades y expectativas. *UNESUM-Ciencias, V(3)*, 127-140.  
[https://doi.org/file:///C:/Users/DJ/Downloads/568-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1774-1-10-20210919%20\(2\).pdf](https://doi.org/file:///C:/Users/DJ/Downloads/568-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1774-1-10-20210919%20(2).pdf)
- Zendesk. (14 de Febrero de 2023). *6 indicadores de gestión administrativa para líderes*. Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/indicadores-gestion/#:~:text=%C2%A1Adelante!-,%C2%BFQu%C3%A9%20son%20los%20indicadores%20de%20gesti%C3%B3n%20preventivas%20seg%C3%BAn%20el%20caso.>