

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA**



“AUDITORÍA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN, DE LOS PROCESOS DE SERVICIO AL CLIENTE, EN LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE COMIDA RÁPIDA CON SERVICIO A DOMICILIO, DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR ”

Trabajo de Investigación Presentado por:

SEVILLANO, ANA GUADALUPE

SARAVIA RODRIGUEZ, CAROLINA DEL CARMEN

Para optar al grado de:

LICENCIADO EN CONTADURÍA PÚBLICA

Noviembre 2016

San Salvador, El Salvador, Centro América

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector : Msc Roger Armando Arias Alvarado

Secretaria General : Dra. Ana Leticia Zavaleta de Amaya

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas : Lic. Nixon Rogelio Hernández Vázquez

Secretario de la Facultad de Ciencias Económicas : Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo

Directora de la Escuela de Contaduría Pública : Licenciada María Margarita de Jesús Martínez Mendoza de Hernández

Coordinador general de Procesos de graduación Facultad De Ciencias Económicas : Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez

Coordinador del Seminario : Lic. Daniel Nehemías Reyes López

Docente Director : Licenciado Félix Antonio Chinchilla López

Jurado Examinador : Licenciada María Margarita de Jesús Martínez Mendoza de Hernández
: Licenciado Félix Antonio Chinchilla López
: Lic. Daniel Nehemías Reyes López

NOVIEMBRE DEL 2016

San Salvador, El Salvador, Centro América

AGRADECIMIENTOS

Gracias primeramente a Dios por haberme permitido llegar a esta etapa, a mis padres infinitas gracias por todo el apoyo que me han brindado para culminar este proyecto en mi vida sin ellos jamás lo hubiera logrado, a todas las personas que incondicionalmente me apoyaron y me dieron ánimos en los momentos difíciles de atravesar. A todos gracias infinitas.

Carolina del Carmen Saravia Rodríguez

A Dios, puesto que, a Él le debo todo lo soy y tengo en la vida; y me ha permitido llegar hasta este momento. A mi hermosa hija quien me llena de motivos y fuerzas, a mi esposo por el apoyo y por siempre motivarme a confiar en mis capacidades, a mi madre y hermanos por su amor y paciencia. A mi padre por haber marcado mi vida con su ejemplo de amor y perseverancia. A cada profesional que aportó a mi formación con su dedicación y sabiduría y todos esos amigos que han sido luz en mi vida y que sin dudar me apoyaron.

Ana Guadalupe Sevillano

ÍNDICE

Contenido	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO	I
INTRODUCCIÓN	III
1 CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO, TÉCNICO Y LEGAL.....	1
1.1. ANTECEDENTES	1
1.1.1 Antecedentes de los restaurantes de comida rápida en El Salvador.	1
1.1.2 Características de los negocios de comida rápida se mencionan:.....	2
1.1.3 Ventajas de los negocios de comida rápida:.....	2
1.1.4 Antecedentes de la gestión de calidad y seguridad de la información.....	3
1.1.5 Consecuencias por brindar mal servicio a los clientes.	5
1.1.6 Factores que influyen en el servicio al cliente	7
1.1.7 Entorno del servicio de calidad al cliente.	9
1.1.8 Objetivo del servicio a domicilio.	10
1.1.9 Casos y noticias de mal servicio a clientes en restaurantes de comida rápida.	12
1.2. LA AUDITORÍA Y SU PAPEL DENTRO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD SGC	15
1.2.1 Origen y evolución de la auditoría.	15
1.2.2 Surgimiento de la auditoría de gestión.....	16
1.3. LA AUDITORIA DE GESTIÓN EN LA ACTUALIDAD.	17
1.3.1 Definición de auditoría de gestión de acuerdo a la normativa ISO 9000:2000.	17
1.3.2 Beneficios de realizar una auditoría de gestión.....	18
1.4. NORMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO	20
1.4.1 Antecedentes de las ISO	20
1.4.2 Normas ISO 9001	21
1.4.3 ¿Qué es la Normativa ISO 9001 y cuál es su uso en las empresas?	22
1.4.4 Los beneficios de aplicar normativa ISO	23
1.4.5 Otras ventajas de la norma ISO 9001 de Gestión de Calidad.....	25
1.4.6 Normativa ISO 9001 en la actualidad	25
1.4.7 Principios de la gestión de calidad en ISO 9001:2015.	26
1.4.8 Norma ISO 14000.....	26
1.4.9 Norma ISO 27000 Calidad de los servicios TI.....	28
1.5. APLICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 27000 EN LA GESTIÓN DE RIESGOS.	30
1.5.1 Normas ISO aplicadas a la Seguridad de la Información.	31
1.6. NORMAS ISO 31000 APLICADAS A LA ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS.	31
1.7. OBJETIVOS DE LA AUDITORÍA DE GESTIÓN DE RIESGOS.	32
1.8. PROCEDIMIENTOS DE CONTROL DE RIESGOS.	33
1.9. IMPORTANCIA DE LA AUDITORÍA EN LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS EMPRESAS DE COMIDA RÁPIDA QUE PRESTAN SERVICIO A DOMICILIO.	33
1.10. SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	34
1.10.1 ¿Qué es la seguridad de la información y para qué sirve?.....	34

1.10.2	Salvaguarda en la manipulación de información confidencial de la base de datos de los clientes de las empresas de comida rápida.....	36
1.11.	LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	37
1.12.	LEY DEL MEDIO AMBIENTE	39
1.13.	PROPUESTA DE CASO PRACTICO	40
1.14.	MARCO TÉCNICO.	42
1.14.1	Normativas técnica de auditoría.....	42
1.14.2	Normativa Técnica de Gestión de Calidad.....	43
1.15.	MARCO LEGAL	43
2	CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN Y DIAGNOSTICO	44
2.1.	TIPO DE ESTUDIO	44
2.2.	UNIDAD DE ANÁLISIS	44
2.3.	UNIVERSO Y MUESTRA	45
2.4.	INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS	45
2.5.	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	46
2.5.1	Recolección de datos	46
2.5.2	Tabulación de Datos	46
2.6.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	46
2.7.	DIAGNÓSTICO DE LA INVESTIGACIÓN	47
2.8.	ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE ENCUESTAS	49
2.9.	TABULACIÓN SIMPLE	50
2.10.	TABULACIÓN CRUZADA	52
3	CAPÍTULO III. MODELO DE AUDITORÍA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN, DE LOS PROCESOS DE SERVICIO AL CLIENTE, EN LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE COMIDA RÁPIDA CON SERVICIO A DOMICILIO, DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR.	66
3.1.	FASE I. CONOCIMIENTO PRELIMINAR	67
3.1.1	Tipo de auditoría.....	68
3.1.2	Objetivo de la auditoría	68
3.1.3	Estrategia	68
3.1.4	Revisión de Leyes y Reglamentos	70
3.1.5	Entendimiento del Proceso del Negocio	71
3.1.6	Reconocimiento Preliminar	72
3.2.	FASE II PLANIFICACIÓN	81
3.2.1	Indicadores de gestión	81
3.2.2	Identificación y valoración de los riesgos (matriz proporcionada por La Sabrosura).....	83
3.2.3	Memorándum de planeación de auditoría	91
3.2.4	Responsabilidad de la firma:.....	92
3.2.5	Informes a presentar.	93
3.2.6	Conocimiento de la empresa.....	94
3.2.7	Antecedentes de la Empresa	94
3.2.8	Políticas administrativas	97

3.2.9	Estructura organizativa	98
3.2.10	Descripción de los productos ofrecidos a los clientes	100
3.2.11	Imagen Corporativa	101
3.2.12	Estudio del control interno.....	102
3.2.13	Procedimiento de control interno	103
3.2.14	Valoraciones de riesgo.....	103
3.2.15	Respuestas al riesgo.....	104
3.2.16	Factores de entorno de riesgos	106
3.2.17	Programación Y organización de la Auditoría	107
3.2.18	Personal involucrado en la auditoria.	108
3.2.19	Cronograma de auditoría	109
3.2.20	Evaluación del control interno	110
3.2.21	Clasificación del riesgo.....	133
3.2.22	Matriz de riesgos	134
3.2.23	Programas de auditoría	136
3.3.	FASE III. EJECUCIÓN	159
3.3.1	Papeles de trabajo	159
3.3.2	Marcas del auditor	159
3.3.3	Elaboración de cédulas narrativas, papeles de trabajo y cedula de hallazgos.....	161
3.3.4	CEDULADE HALLAZGOS	168
3.3.5	Informe de auditoría de gestión	180
4	CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	183
4.1.	CONCLUSIONES	183
4.2.	RECOMENDACIONES	184
	BIBLIOGRAFÍA.....	186

INDICE DE ANEXOS

Contenido	Pág.
Anexo I. Glosario	191
Anexo II. Formato de cuestionario utilizado en la información	193

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente en El Salvador existe un gran número de empresas pertenecientes al sector de comida rápida que además ofrecen servicio a domicilio donde su prioridad es ofrecer al público los mejores productos y servicio y así lograr la expansión de su diversidad de restaurantes.

En este documento se expone la propuesta de un modelo de auditoría de gestión de calidad del servicio al cliente en las empresas de comida rápida que será de gran ayuda para las diversas tomas de decisiones tanto operativo como financiero que permitan aumentar la calidad en el servicio al cliente y en los productos ofrecidos. Es importante destacar que es tipo de auditoría permitirá fortalecer las áreas que se encuentran con debilidades en sus procesos, procedimientos y en todas las áreas con riesgos, además se logrará identificar las dificultades a las que se exponen las organizaciones al no realizar una auditoría de este tipo y las consecuencias que la falta de está ocasiona, se logrará además determinar y evaluar todos aquellos eventos que entorpecen las operaciones normales del negocio.

El objetivo es proponer un modelo de auditoría que permita a los empresarios existentes y los que desean echar a andar un negocio una herramienta para medir la optimización de sus recursos y la calidad de servicio al cliente que dan a sus consumidores para que puedan ser competitivos en el mercado y lograr así obtener

utilidades esperadas y ayudar al crecimiento económico del país por medio de la creación de nuevas fuentes de empleos.

Tales encuestas brindaron las necesidades y aéreas de oportunidades en las que se basó la investigación y como proporcionar una herramienta de utilidad a un profesional de la contaduría pública a elaborar auditorías con enfoque a la gestión de calidad en sus procesos, políticas y procedimientos; tomando como base elemental en el proceso la Normativa ISO 9001.

La apreciación y valoración para este modelo de auditoría por parte de las empresas de comida rápida con servicio a domicilio respecto a la investigación fue muy acertada, ya que manifestaron que será de mucha utilidad medir el grado de satisfacción de sus clientes que son la principal herramienta para el crecimiento y expansión de sus entidades.

INTRODUCCIÓN

En El Salvador, al igual que en otros países, se experimentan importantes cambios en el ámbito financiero y político-económico, que afectan a las empresas del rubro restaurantes. Para enfrentar estos retos, es necesario conservar y obtener clientes por medio de altos estándares de prestación de servicios y producto de calidad, y garantizando la salvaguarda de información confidencial que proporcionen al realizar la transacción de compra.

A lo largo del contenido del trabajo se abordaran temas de importancia referente a las empresas de comida rápida. En el capítulo I se mostrará los antecedentes históricos a nivel nacional e internacional de cómo han evolucionado a través del tiempo las empresas de este rubro. De igual forma se presentaran diferentes conceptos, generalidades y una introducción amplia de lo que es un modelo de auditoría de gestión de calidad del servicio al cliente; así mismo se plantea la base técnica y legal consideradas para el desarrollo de la investigación.

En el capítulo II se presentará la metodología de la investigación y el diagnóstico de las investigación en el cual se determinan las unidades de análisis, el universo y la muestra la cual se determinó mediante una fórmula estadística, se determinara la forma de recolección de la información y se presenta también los análisis de la información recopilada, la cual se presentó de forma cualitativa, recabada mediante el cuestionario.

En el tercer capítulo se plantea una propuesta de modelo de auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al

cliente, para las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio, del municipio de San Salvador, con dicho modelo se pretende dar solución a aquellas problemáticas que entorpecen la calidad del buen servicio al cliente y por ende el logro de los objetivos de las empresas de comida rápida. La propuesta se basará en un caso práctico en el cual se ha desarrollado en tres etapas.

Como cuarto capítulo se han definido diferentes conclusiones y recomendaciones que han sido valoradas como resultados de investigación desarrollada la cual ha permitido que se realicen diferentes apreciaciones de las empresas en estudio.

Finalmente se muestran todas las referencias de fuentes bibliográficas utilizadas durante el desarrollo de la investigación y anexos que han sido necesarios para la obtención de la información, como es el cuestionario de la encuesta realizada y el detalle del universo en estudio.

1 CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO, TÉCNICO Y LEGAL

1.1. Antecedentes

1.1.1 Antecedentes de los restaurantes de comida rápida en El Salvador.

Cuando se habla de la comida rápida se refiere a un establecimiento donde primero se paga el consumo antes de que se sirva sin embargo, las modalidades de servicio y de alimento de la comida rápida se pueden dividir en varias categorías las cuales son para llevar, comer en el mismo restaurante o a domicilio.

Existen varios aspectos en los estilos de vida de la sociedad que han influido en los nuevos hábitos y que favorecen el desarrollo del negocio de estas entidades; por ejemplo, la gran cantidad de mujeres que trabajan y la preferencia de comer fuera está íntimamente ligada a la disponibilidad económica y, por lo tanto, al incrementarse esta, aumentan las ventas en los restaurantes de comida rápida.

Este sector ya no es solo un fenómeno norteamericano y se extiende por todo el planeta a gran escala, sumando un total de más de 88.000 establecimientos repartidos por todo el mundo.

El inicio de los negocios de comida rápida en El Salvador se dio a partir de la década de los 70's atrayendo nuevos inversionistas al país, surgen como primeros restaurantes de este tipo *Toto's* Pizza y Hamburguesas *Hardee's* a finales de los 70; y *MisterDonut's* aparece en la década de los 80's. A partir de la década de los 90's y junto con la globalización se traen al país la representación de franquicias reconocidas a nivel mundial como *Wendys* en 1992, *Pizza Hut*, *Burguer King*, *Domino's* Pizza en 1994. En el año 1998 se cuenta con la integración al mercado nacional de *Mc Donald* y la más reciente *Kentucky*.(Planeta, Club Planeta, 2016)

“El tema de las franquicias vino a revolucionar el concepto del servicio al cliente en la comida rápida, ya que estas exigen altos estándares de calidad a la contraparte nacional, en el servicio al cliente y en la calidad del producto”.(Blogspot, 2011)

1.1.2 Características de los negocios de comida rápida se mencionan:

- Servicio con rapidez
- Los establecimientos son de fácil acceso.
- Precios accesibles al consumidor.
- Estrictos estándares de calidad en los procesos de preparación de los alimentos

1.1.3 Ventajas de los negocios de comida rápida:

- ofrecen platillos a un costo bajo.
- Se cuenta con servicio, comer en restaurante, para llevar y ordenar a domicilio.

- Los alimentos se preparan según las necesidades de los clientes.

1.1.4 Antecedentes de la gestión de calidad y seguridad de la información.

Importancia de la calidad del servicio al cliente en los restaurantes de comida rápida

La calidad “Representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicio. (Gallego, 2006)

Calidad en el servicio: (Pizzo, 2013) es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

Para los restaurantes de comida rápida es muy importante la atención que brinda a sus clientes desde que este llega a ordenar su pedido hasta que recibe y consume el producto, el contar con consumidores satisfechos y fieles es uno de los retos más

importantes que tienen estos establecimientos, ya que esto les permite contar con consumidores potenciales que harán crecer sus negocios y percibir mayores utilidades.

La calidad en el servicio no es un tema nuevo dentro de las empresas de comida rápida, ya que siempre los clientes han exigido el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto, seguido de la confiabilidad, calidad, tiempos razonables de entrega, precios accesibles, y constante innovación por parte de las entidades, por lo cual cada una de estas organizaciones se han visto en la tarea de buscar diversas alternativas para atender dichas exigencias.

Una buena atención puede llegar a ser un elemento de promoción para las ventas con tanto éxito como los descuentos, la publicidad o la venta personal. Por lo que las compañías han optado por establecer procesos mejor estandarizados en el servicio desde la imagen de sus empleados hasta la interacción que deben tener con ellos ya que son sensibles al servicio que reciben de sus suministradores, por lo que el vendedor debe estar preparado para evitar que sus acciones perjudiquen la relación que la empresa mantienen con el cliente.(UFG, 2010)(Anónimo, 2010)

Las personas que mantienen contacto con los consumidores pueden llegar a proyectar actitudes que afectan a éste, el representante de ventas al llamarle por teléfono, la recepcionista al atenderle, el servicio técnico al llamar para instalar un

nuevo equipo o servicio en la dependencias, y el personal de las ventas que finalmente, logra el pedido. Consciente o inconsciente, el comprador siempre está evaluando la forma como la empresa trata a los otros clientes y cómo esperaría que le trataran a él. Por ello es importante que las personas que presten servicio directo a los consumidores se sientan bien consigo mismas para transmitir confianza, respeto y educación.

1.1.5 Consecuencias por brindar mal servicio a los clientes.

La pérdida de un cliente es una de las preocupaciones más importantes para las empresas de comida rápida, un consumidor insatisfecho con el servicio o producto que recibe puede llegar a ser un peligro para estas empresas ya que todos los malos comentarios o sugerencias que realice perjudicara la imagen y fidelidad de otros clientes que son parte esencia de la entidad. Esto afecta gravemente el crecimiento y expansión de las organizaciones porque cierra la oportunidad de atraer clientes potenciales por falta de buenas referencias.

Sin embargo, muchas empresas que no poseen políticas, procedimientos y procesos efectivos de calidad en la atención al cliente puede encontrarse con gastos adicionales a los presupuestados por no satisfacer los estándares de calidad adecuados y establecidos según sus normas. Otros grave problema al que se enfrentan es el hecho de dejar de percibir ingresos por haber incumplido los niveles de calidad adecuados sea

porque no se satisfacía la necesidad del cliente con el producto, tiempo de entrega o servicio prestado.

1.1.5.1 Comunicación con los clientes

La comunicación que se debe tener con los clientes es lo más importantes para saber sus preferencias y necesidades por ello la comunicación debe incluir:

- ✓ Información relativa a los productos y servicios que se ofrecen al consumidor, tomando en cuenta la satisfacción del cliente.
- ✓ Escuchar a los clientes en cuanto a sus recomendaciones y sugerencias.
- ✓ Mantener la cordialidad en todo momento proporcionando todo el respeto y amabilidad que el cliente espera recibir.

1.1.5.2 Ventajas al lograr satisfacción en el servicio al cliente

- ✓ Lealtad a los productos y servicio de la empresa.
- ✓ Incremento de las utilidades, mediante el aumento de las ventas.
- ✓ Adopción de nuevos clientes
- ✓ Disminución en los gastos de publicidad
- ✓ Disminución de reclamos por clientes insatisfechos
- ✓ Mayor reputación de la empresa.
- ✓ Mayor competitividad en el mercado
- ✓ Empleados más satisfechos con su trabajo

La calidad en la atención al cliente es primordial para el crecimiento y desarrollo de las empresas de comida rápida lo cual debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa y así desarrollar su propia estrategia de calidad de servicios al cliente teniendo en cuenta el sector en el que opera.

1.1.6 Factores que influyen en el servicio al cliente

Una empresa o negocio brinda un buen servicio al cliente cuando ha trabajado en los siguientes factores:

Amabilidad: Hace referencia al trato amable, cortés y servicial. Se da, cuando los trabajadores saludan al cliente respetuosamente, hacen saber que están para servirlo, hacen sentirlo que están interesados en satisfacer sus necesidades antes que en venderle.

Atención personalizada: atención directa o personal que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares del cliente, se da cuando un mismo trabajador atiende a un cliente durante todo el proceso de venta, y le brinda al cliente un producto diseñado especialmente de acuerdo a sus necesidades, gustos y preferencias particulares.

Rapidez en la atención: es la facilidad y agilidad con la que se le toman los pedidos al cliente, se le entrega su producto, o se le atienden sus consultas o reclamos. Se da, cuando se cuenta con procesos simples y eficientes, además se cuenta con un número suficiente de personal y que además es eficiente en cada área destinada.

Ambiente agradable: es el tipo de entorno interno acogedor en donde el cliente se siente satisfecho. se da, cuando los trabajadores le dan al cliente un trato amable y amigable.

Comodidad: hace referencia cuando el establecimiento cuenta con espacios lo suficientemente amplios para que el cliente se sienta cómodo dichos locales deben contar con sillas o sillones cómodos, mesas amplias, estacionamiento vehicular suficiente para todos los clientes que los visiten. de seguras

Seguridad: Es cuando se cuenta con suficiente personal de seguridad en el local y que, por lo tanto, se le da al cliente al momento de visitar los establecimiento de comida rápida y se tienen claramente marcadas las zonas, señalizadas las vías de escape, y se cuenta con botiquines médicos en caso de cualquier emergencia.

Higiene: es la referencia a la limpieza al momento de preparar los alimentos o el aseo que hay en el local y en la presentación de los trabajadores.

1.1.7 Entorno del servicio de calidad al cliente.

Cuando un cliente encuentra el producto que buscaba, y además recibe un buen servicio al cliente, queda satisfecho y esa satisfacción hace que sea un cliente fiel, y que muy probablemente recomiende a la empresa con otros consumidores. Pero por otro lado, si un cliente, ha encontrado o no el producto que buscaba, recibe una mala atención, no solo dejará de visitar el negocio, sino que muy probablemente también dará muy mala referencia y contará la experiencia negativa que tuvo. Y más aún el hecho de que la competencia cada vez es mayor y los productos ofertados en el mercado se equiparan cada vez más en calidad y en precio, es posible afirmar que hoy en día es fundamental brindar un buen servicio al cliente si se quiere mantener competitivos dentro del mercado.

El buen servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos del negocio en donde haya alguna interacción con el cliente, desde el saludo del personal de seguridad que está en la puerta del local, hasta la llamada contestada por los agentes de call center que reciben los pedidos a domicilio. Para lo cual es necesario capacitar y motivar permanentemente al personal para que brinde un buen servicio, no solo a aquellos trabajadores que tengan contacto frecuente con el cliente, sino a todos los que en algún momento puedan llegar a tenerlo, desde el encargado de la limpieza hasta el gerente general. Asimismo, el buen servicio al cliente no solo debe darse durante el proceso de venta, sino también una vez que esta se haya concretado.(CALIDAD A. E., 2000)

Las ventajas del servicio a domicilio brindado por los restaurantes de comida rápida son muchas y por lo tanto este servicio debe ser planificado cuidadosamente para que sea una estrategia que produzca los frutos deseados y no signifique solamente un costo para el negocio.

1.1.8 Objetivo del servicio a domicilio.

Se debe tener en cuenta que el objetivo principal es incrementar las ventas lo suficiente para que se cubran los costos de implementación y desarrollo del servicio a domicilio con lo cual se pretende obtener mayores utilidades.

Una de las claves del éxito de las entregas a domicilio es la rapidez y eficacia en las entregas. Los clientes valorarán el servicio sobre todo si es un servicio que le ahorre tiempo y distancia para obtener el producto deseado. Un proceso clave para ello es indicar vía telefónica a los consumidores con la mayor claridad posible en cuanto tiempo se cumplirá con su pedido para no crear falsas expectativas y disgustar al cliente.

En la planeación de entregas se deben tomar en cuenta todos los factores, la logística de todo envío será afectado por distintos factores como son: el tráfico, la distancia de las tiendas al destino, el personal de domicilio, la fragilidad del producto, la vulnerabilidad de la zona, el clima, y el horario. Todos estos factores deben considerarse

cuidadosamente al momento de la programación de los envíos, los tiempos y los precios fijados.

Según el éxito que se tenga al momento de ofrecer un servicio a domicilio, se deberá ajustar los tiempos de entrega ponderando la cantidad de pedidos contra la capacidad de entrega. Usualmente, los servicios de entrega a domicilio suelen ofrecerse gratuitos para que el cliente no resienta como un incremento directo al precio, es por ello que deben considerarse todos los factores relacionados con la entrega para no incurrir en gastos que al final generen mayores costos en el producto.

Importancia del buen servicio al cliente

El servicio al cliente es muy valioso para las empresas que están presionadas por la enorme competencia que se genera día con día. En la actualidad las entidades de mayor éxito se centran en el servicio, no en el precio, después de todo, la competencia en precios produce compradores, pero no necesariamente clientes. Cualquiera puede bajar sus precios. Pero, al dar a la clientela algo valioso, como tratarle de forma personalizada, individualizada, mostrando preocupación por sus intereses, hará que los clientes muestren disposición a pagar el precio que se les pida, así como la disposición de volver una y otra vez.

1.1.9 Casos y noticias de mal servicio a clientes en restaurantes de comida rápida.

1.1.9.1 Noticias a nivel mundial

Empleado de McDonald's da golpiza a un cliente.

Un empleado de la cadena de comida rápida McDonald's se fue a los golpes contra un cliente que se molestó porque al dependiente se le cayó el el cambio en el momento en el cual se lo iba a entregar a través de una ventanilla de autoservicio. El enfurecido comprador se bajó de su carro, insultó al empleado y le escupió, lo que inició el incidente. El hecho ocurrió en un local de la ciudad de Minneapolis, Minnesota. Un cliente que esperaba en la fila grabó todo lo que ocurrió con su teléfono celular. A pesar que el comensal quien estaba de pie y en un lugar abierto parecía tener la ventaja sobre el trabajador que apenas podía moverse desde la ventanilla fue el primero el que se llevó la peor parte y los golpes más fuertes. La policía de Minnesota arrestó al agresor, de 31 años y de quien no se ha revelado la identidad, por el delito menor de asalto. Unas horas después fue liberado.(Digital L. P.-D., 2015)

Una niña muerde un "wrap" de McDonald's y descubre algo horripilante en su comida.

CordelliaBucley, de 10 años, mordió una rana muerta que estaba dentro de un "wrap" de McDonald, cerca de Flint, Gales del Norte, en el Reino Unido, el pasado 31 de octubre, relató el diario Mirror. Cordellia iba con su padre en la carretera, cuando decidieron parar en un drive-thru de la cadena de alimentos rápidos. Ella pido un "wrap"

de chili dulce, pero al empezar a comerlo, sintió algo muy duro que sabía muy raro. De inmediato escupió y después de buscar en la envoltura, se dio cuenta que su plato traía una rana muerta adentro. En un principio, el padre de la menor, Dave, de 42 años, pensó que se podría tratar de una broma de Halloween, pero al verificar que la rana era de verdad, llamó de inmediato al restaurante y puso la queja. Sin recibir una disculpa por lo sucedido, servicio al cliente le ofreció el reembolso y le pidió la enviara. Una rana como esta es un riesgo para la salud y la seguridad.

Ella podría haber adquirido salmonella”, dijo Dave al Mirror. La bacteria salmonella vive en los intestinos de esta clase de ranas y puede transmitirse a través del contacto con las personas, especialmente los niños pequeños.(Digital D. I.-P., 2015)

1.1.9.2 Noticias a Nivel Nacional

Detectan productos no aptos para el consumo por personas en restaurantes

“Un estudio realizado en restaurantes de comida rápida determinó que algunos productos comercializados por estas empresas no son aptos para que los consuman los humanos”.

La Defensoría del Consumidor (DC), detectó bacterias peligrosas para la salud en las hamburguesas de Biggest de la sucursal San Luis. La investigación incluye la calidad e higiene, presencia de alguna sustancia, hongo o bacteria que pueden afectar la salud de las personas, y el etiquetado de productos.

El estudio incluyó los siguientes productos: hamburguesas, pollos rostizados, huevos, néctares, mermeladas, mantequilla, camarones y mortadela y el resultado fue que solo el 87% de los lotes estudiados están aptos para el consumo. Los lugares donde se realizó la inspección son: Wendy Los Héroe, Burger King Centro y McDonald's Zona Rosa. Este estudio se hizo a petición de los de la página web de la DC, según datos de la Defensoría.(transparenciaactiva, 2012)

Por todo lo anterior surge la necesidad de realizar una auditoría de gestión de calidad en el servicio al cliente y a la salvaguarda de la información confidencial manipulada, con el fin de medir la satisfacción de los clientes y determinar si los procesos de calidad establecidos en cuanto a la atención al cliente se está cumpliendo, tanto en la calidad de los productos como en la salvaguarda de la información que se administra de cada consumidor, como lo son cuentas bancarias, números de tarjetas de crédito, números telefónicos, direcciones personales, cuentas de correos, números de documentos únicos de identidad; y así garantizar la confiabilidad y preferencia de los consumidores; garantizando además contar con los recursos personales y productivos necesarios para llevar a cabo el éxito las estrategias de las entidades y determinar si los control establecidos son los correctos, evaluarlos y si se requiere modificarlos o establecer nuevos procedimientos que ayuden a mejorar los servicios prestados, y con ellos alcanzar la máxima eficiencia.(Activa, 2012)

Esta clase de auditoría permitirá a la dirección de la empresa lograr una administración eficaz, descubrir deficiencias y aspectos que requieren mejoras para conseguir la rentabilidad y el crecimiento empresarial.

1.2. La auditoría y su papel dentro del Sistema de Gestión de Calidad SGC

1.2.1 Origen y evolución de la auditoría.

Al Reino Unido se le atribuye el origen de la auditoría, pero fue en Gran Bretaña, debido a la Revolución Industrial y a las pérdidas que sufrieron pequeños ahorradores donde se desarrolló la auditoría para obtener la confianza de los inversores. Sin embargo la auditoría no tardó en extenderse a otros países. En la actualidad se dice que Estados Unidos es el país pionero de este avance que fue impulsado por la crisis de Wall Street de 1929.(Administrativa, 2016)

En el caso de España la introducción de esta profesión ha sido muy lenta, en 1943 nace el Registro de Economistas Auditores (REA) en 1982 y el Registro General de Auditores en 1985.

La auditoría es una de las aplicaciones de los principios científicos de la contabilidad, basada en la verificación de los registros, para observar y determinar su exactitud; no obstante su importancia es reconocida desde los tiempos más remotos,

teniéndose conocimientos de su existencia ya en las lejanas épocas de la civilización sumeria. En un principio se limitaba a la vigilancia, con el fin de evitar errores y fraudes. Con el crecimiento se ha hecho necesario garantizar la información suministrada por las empresas y evolucionar la forma de realizar este tipo de trabajo.

1.2.2 Surgimiento de la auditoría de gestión.

En etapas muy recientes, en la medida en que los cambios tecnológicos han producido cambios en los aspectos organizativos empresariales la auditoría ha penetrado en la gerencia y hoy se interrelaciona fuertemente con la administración. La auditoría amplía su objeto de estudio y motivado por las exigencias sociales y de la tecnología en su concepción más amplia pasa a ser un elemento vital para la gerencia a través de la cual puede medir la eficacia, eficiencia y economía con las metas que se proyectan los ejecutivos.

La auditoría de gestión surgió de la necesidad de medir y cuantificar los logros alcanzados por la empresa en un período de tiempo determinado. Surge como una manera efectiva de poner en orden los recursos de la empresa para lograr un mejor desempeño y productividad. Desde sus inicios, la necesidad que se le plantea al administrador de conocer en que está fallando o que no se está cumpliendo, lo lleva a evaluar si los planes se están llevando a cabalidad y si la empresa está alcanzando sus

metas. Forma parte esencial del proceso administrativo, porque sin control, los otros pasos del proceso no son significativos, por lo que además, la auditoría va de la mano con la administración, como parte integral en el proceso administrativo y no como otra ciencia aparte de la propia administración.(Becker, 1998)

1.3. La Auditoria de Gestión en la actualidad.

La auditoría de gestión en la actualidad es un elemento vital para la gerencia, que permite conocer a los ejecutivos qué tan bien resuelven los problemas económicos, sociales y operativos que a este nivel se presentan generando en la empresa un dinamismo que la conduce exitosamente hacia las metas propuestas. Este tipo de auditoría se relaciona con las características estructurales y funcionales del objeto de estudio, por lo que al momento de la ejecución requiere de una guía que se adapte a las condiciones existentes y que, sin limitar su independencia y creatividad del auditor, le permita lograr una sistematicidad y orden que le permita obtener los mejores resultados en el período más breve posible.

1.3.1 Definición de auditoría de gestión de acuerdo a la normativa ISO 9000:2000.

La norma ISO 9000:2000 define la auditoría de gestión de calidad como un proceso sistemático, independiente y documentado para obtener evidencias y

evaluarlas de manera objetiva con el fin de determinar el alcance al que se cumplan los criterios.

La auditoría de gestión evalúa objetivos económicos, sociales y ecológicos y por tanto su diseño corresponde a una actividad específica. Es necesario, que el auditor, diseñe una guía metodológica que responda a las características estructurales y funcionales de las entidades objeto de investigación. De esta forma se contará con una herramienta esencial para incrementar los niveles de economía, eficiencia y eficacia en las entidades de comida rápida. Se evaluará la gestión que se realiza a en la planificación, control y uso de los recursos y comprobar la observancia de las disposiciones pertinentes para verificar su racional utilización y contribuir a mejorar las actividades y materias examinadas. Lograr, a través de ella que los ejecutivos evalúen la efectividad de los procedimientos seguidos y si estos están dirigidos a cumplir los objetivos fijados.(CALIDAD I. D., 2000)

1.3.2 Beneficios de realizar una auditoría de gestión

Focaliza el sistema de gestión hacia los objetivos estratégicos y operativos.

- Detectar disfunciones operativas y funcionales
- Optimizar los sistemas y procedimientos.
- Plantear recomendaciones.

- Planificar el cambio.
- Reducción de costos
- Identificar los riesgos de la empresa
- Detectar sus vulnerabilidades
- Otorgar confianza a los directivos, integrantes y clientes

Mediante la realización de la auditoría de gestión, se analiza, diagnostica y realizan recomendaciones y planes de acción, al objeto de mejorar la eficiencia operativa de la empresa. Tras la auditoría de gestión se puede ayudar, en su caso, a implantar las recomendaciones y planes de acción que se determinen.

Entre los motivos que dan lugar a una auditoría de gestión, se encuentra la necesidad de evaluar la operativa de la empresa en sus diferentes niveles. Se persigue con ello establecer un control de la eficacia y de la eficiencia de dicha estructura.

La eficacia de una organización se mide comparando los resultados obtenidos con los programas o presupuestos establecidos, bien sean de índole cualitativo o cuantitativo, una organización funciona con eficacia cuando consigue los resultados esperados.

La evaluación de la eficacia requiere la existencia de objetivos concretos y definidos. La eficiencia operativa se mide por la relación entre los resultados obtenidos y los recursos económicos y financieros puestos en juego para su consecución. (Profesionales-Asociados, 2015)

1.4. Normas de gestión de calidad ISO

1.4.1 Antecedentes de las ISO

En el año 1947 fue fundada la Organización Internacional de Normalización conocida como ISO con el propósito de desarrollar normas técnicas para colaborar efectivamente en la reconstrucción de Europa luego de la guerra, establece como sede para su funcionamiento la ciudad de Ginebra Suiza, su finalidad principal es de promover el desarrollo de estándares internacionales y actividades relacionadas incluyendo la conformidad de los estatutos para facilita el intercambio de bienes y servicios a nivel mundial.

Las normas ISO nacen de la necesidad que las entidades se rijan por principio de organización para mantenerse competitivas en los mercados.

Con la caída del de las barreras políticas y el final de la guerra fría se inició una nueva era en las relaciones comerciales en el mundo entero, donde las empresas

empezaron a ver las exportaciones como una oportunidad de expansión para salir de las crisis económicas a las cuales se estaban enfrentando, se empezaron a intercambiar no solamente bienes entre las empresas de diferentes países si no también servicios por lo cual fue necesario crear un solo conjunto de normas de calidad para manejar la comprensión entre vendedores y compradores sin importar en qué lugar del mundo se encontrarán.(CALIDAD A. E., 2000)

1.4.2 Normas ISO 9001

Sistema de gestión de calidad: es una forma de trabajar, mediante la cual una organización asegura la satisfacción de las necesidades de sus clientes. Para lo cual planifica, mantiene y mejora continuamente el desempeño de sus procesos, bajo un esquema de eficiencia y eficacia que le permite lograr ventajas competitivas. Tiene como beneficios:

- Mejora continua de la calidad de los productos y servicios que ofrece. Atención amable y oportuna a sus usuarios.
- Transparencia en el desarrollo de procesos. Asegurar el cumplimiento de sus objetivos, en apego a leyes y normas vigentes.
- Reconocimiento de la importancia de sus procesos e interacciones.

- Integración del trabajo, en armonía y enfocado a procesos. Adquisición de insumos acorde con las necesidades.

- Delimitación de funciones del personal. (sistema de gestión monografía)

La auditoría de gestión de calidad es de gran importancia para el desarrollo de los procesos y elaboración de los productos de todas las empresas y de esta manera ofrecer productos y servicios de calidad a todos sus clientes.(AENOR, 2015)

1.4.3 ¿Qué es la Normativa ISO 9001 y cuál es su uso en las empresas?

Es un conjunto de normas sobre calidad y gestión de calidad, establecidas por la Organización Internacional de Normalización (ISO). Se pueden aplicar en cualquier tipo de organización o actividad orientada a la producción de bienes o servicios. Las normas recogen tanto el contenido mínimo como las guías y herramientas específicas de implantación como los métodos de auditoría. Es un término que se utiliza para referirse a una serie de normas internacionales establecidas para sistemas de calidad, esta norma se centra en los procesos sustantivos, las normas ISO 9000 requieren de sistemas documentados que permitan controlar los procesos que se utilizan para desarrollar y fabricar los productos. Estos tipos de normas se fundamentan en la idea de que hay ciertos elementos que todo sistema de calidad debe tener bajo control, con el fin de

garantizar que los productos y servicios de calidad se fabriquen en forma consistente y a tiempo.(AENOR, 2015)

La adopción de un sistema de gestión de calidad es una decisión estratégica para una organización que le puede ayudar a mejorar su desempeño global, es por ello que esta norma aporta beneficios potenciales para la implementación de un sistema de gestión de calidad.

1.4.4 Los beneficios de aplicar normativa ISO

- La capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente.
- Facilitar oportunidades de aumentar la satisfacción del cliente
- Abordar los riesgos y oportunidades
- La capacidad de demostrar la conformidad con requisitos del sistema de gestión de calidad especificados.(AENOR, 2015)

Las Normas ISO 9000 no definen como debe ser el sistema de gestión de la calidad de una organización, sino que fija requisitos mínimos que deben cumplir los sistemas de gestión de la calidad. Dentro de estos requisitos hay una amplia gama de

posibilidades que permite a cada organización definir su propio sistema de gestión de la calidad, de acuerdo con sus características particulares para asegurar la conformidad de los productos o servicios, la mejora continua de la eficacia, la reducción del costo de no brindar calidad y el aumento de la satisfacción del cliente, para así lograr la competitividad de la organización.(Agroindustria.Gob, 2014)

La Normativa ISO 9001 se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicio. Muchos clientes se inclinan por las empresas que cuentan con esta acreditación porque de este modo se aseguran de que la entidad seleccionada disponga de un buen sistema de gestión de calidad.

Al mejorar los sistemas de gestión de calidad de la organización, se podrá aumentar positivamente su rentabilidad. Si la entidad demuestra que está realmente comprometida con la calidad de los productos y servicios, podrá transformar su cultura empresarial, ya que, como resultado, los empleados entenderán la necesidad de mejorar continuamente.(AENOR, 2015)

1.4.5 Otras ventajas de la norma ISO 9001 de Gestión de Calidad

- ⇒ Le permite convertirse en un competidor más consistente en el mercado
- ⇒ Mejor Gestión de la Calidad que ayuda a satisfacer las necesidades de sus clientes
- ⇒ Métodos más eficaces de trabajo que le ahorrarán tiempo, dinero y recursos
- ⇒ Mejor desempeño operativo que reducirá errores y aumentará los beneficios
- ⇒ Motiva y aumenta el nivel de compromiso del personal a través de procesos internos más eficientes
- ⇒ Aumenta el número de clientes de valor a través de un mejor servicio de atención al cliente
- ⇒ Amplía las oportunidades de negocio demostrando conformidad con las normas (AENOR, 2015)

1.4.6 Normativa ISO 9001 en la actualidad

La normativa ISO 9001 en su recién aprobada versión publicada el 15 de septiembre 2015 son en su conjunto la base de un sistema de gestión de calidad uniforme e internacional que se centraliza en todos los elementos y áreas de la administración de calidad con los que una empresa puede utilizar para crear u obtener un sistema efectivo que le permita mejorar sus sistemas y procesos que les proporcione productos y servicios de calidad que satisfagan al cliente y generen buena reputación. (Standardization, 2015)

1.4.7 Principios de la gestión de calidad en ISO 9001:2015.

La normativa ISO 9001: 2015 se fundamenta en 7 principios de calidad y son la herramienta de trabajo de la alta dirección y la administración para llevar a la empresa a la mejora en su desempeño de sus procesos y la continuidad del negocio. Estos principios son los siguientes:

- ✓ Enfoque al cliente
- ✓ Liderazgo
- ✓ Compromiso de del personal
- ✓ Enfoque a procesos
- ✓ Mejora continua
- ✓ Toma de decisiones basada en la evidencia
- ✓ Gestión de las relaciones

1.4.8 Norma ISO 14000

Es una serie de normas internacionales para la gestión medioambiental. Es la primera serie de normas que permite a las organizaciones de todo el mundo realizar esfuerzos medioambientales y medir la actuación de acuerdo con unos criterios aceptados internacionalmente, especifica los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión medioambiental.

Fue desarrollada por la International Organization for Standardization (ISO) en Ginebra, está dirigida a ser aplicable a “organizaciones de todo tipo y dimensiones y albergar diversas condiciones geográficas, culturales y sociales”. El objetivo general es apoyar a la protección medioambiental y la prevención de la contaminación en armonía con las necesidades socioeconómicas. (ANALIZA LA CALIDAD, 2014)

La norma ISO 14000, no es una sola norma, sino que forma parte de una familia de normas que se refieren a la gestión ambiental aplicada a la empresa, cuyo objetivo consiste en la estandarización de formas de producir y prestar de servicios que protejan al medio ambiente, aumentando la calidad del producto y como consecuencia la competitividad del mismo ante la demanda de productos cuyos componentes y procesos de elaboración sean realizados en un contexto donde se respete al ambiente. Establecen herramientas y sistemas enfocados a los procesos de producción al interior de una empresa u organización, y de los efectos o externalidades que de estos deriven al medio ambiente

Esta Norma ISO 14000 es la primera serie de normas que permite a las organizaciones de todo el mundo realizar esfuerzos ambientales y medir su actuación siguiendo unos criterios comunes aceptados internacionalmente al mismo tiempo que expresa cómo establecer un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) efectivo.

1.4.8.1 Justificación de la existencia de la norma ISO 14000

La Norma ISO 14000 surge en un contexto de globalización económica mundial, donde los procesos productivos de las diferentes organizaciones se encuentran estandarizados, empezando por el desarrollo de una estrategia de calidad hasta la certificación de la misma. Por ello cualquier organización que quiera desarrollar una actividad en su propio país o en un mercado extranjero, deberá cumplir con determinados estándares internacionales y la certificación de esta norma, de manera que se garantice la calidad de sus productos y el desarrollo de su actividad ambiental.

Un dato muy importante es que esta norma ISO 14000, en específico, es la que establece los lineamientos que un profesional debe poseer para cumplir este tipo de auditorías especiales.

1.4.9 Norma ISO 27000 Calidad de los servicios TI

Los sistemas de tecnología de la información desempeñan un papel crítico en la práctica totalidad de las empresas. Estos sistemas necesitan una supervisión constante por parte de profesionales para mantenerlos actualizados y en condiciones de funcionamiento.

La Organización Internacional de Estandarización a través de las normas recogidas en ISO / IEC 20000, establece una implementación efectiva y un

planteamiento estructurado para desarrollar servicios de tecnología de la información fiables en lo referente a la gestión de servicios de TI.

1.4.9.1 Objetivo de la normativa ISO 27000

Esta norma tiene como objetivo definir requisitos para un sistema de gestión de la seguridad de la información, con el fin de garantizar la selección de controles de seguridad adecuados y proporcionales, protegiendo así la información, es recomendable para cualquier empresa grande o pequeña.

1.4.9.2 Características de norma ISO 27000

- ❖ **Confidencialidad:** la propiedad que esta información esté disponible no sea divulgada a personas, entidades o procesos no autorizados.
- ❖ **Seguridad de Información:** preservación de la confidencialidad, integridad, disponibilidad de la información; además, también pueden estar involucradas otras propiedades como la autenticidad, responsabilidad, no-repudio, y confiabilidad.
- ❖ **Sistema de gestión de la seguridad de la Información:** esa parte del sistema gerencial general, basado en un enfoque de riesgo comercial; para establecer, implementar, monitorear, revisar, mantener y mejorar la seguridad de la información.

Esta norma brinda estándares para la seguridad de la información, especifica los requisitos necesarios para establecer, implantar, mantener y mejorar un sistema de gestión de seguridad de la información.

1.5. Aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 27000 en la gestión de riesgos.

Los clientes y proveedores se sienten más confiados y comprometidos con las empresas que se encuentra debidamente certificada con un buen Sistema de Gestión de Calidad por sus siglas SGC; dado que, tienen a ser más confiables en sus procesos y ofrecen servicios y productos de mayor calidad y que para fines de la presente propuesta solo se utilizara las normas 27000 y la norma 3100. (Standardization, 2015)

Al presente año se autoriza la versión de la normativa ISO 9001:2015 y tiene como modelo el sistema lógico conocido por sus siglas en ingles PDCA “Plan, Do, Check, Act” o “Planificar, hacer, Revisar y Actuar”. Con esta nueva versión 2015 la estructura de la normativa se estructura de la siguiente manera:

1. El Alcance
2. Las Referencias y Normativas
3. Termino y definiciones
4. Contexto de la organización
5. Liderazgo
6. Planificación
7. Soporte
8. Operación
9. Evaluación del Desempeño
10. Mejora continua

1.5.1 Normas ISO aplicadas a la Seguridad de la Información.

Las normas ISO 9001 aplicables a la seguridad de la información es 27001 y es un estandar de un sistema de seguridad de la información en las empresas; actualmente conocida como SGSI y describe como se gestiona la seguridad de la información en una empresa, independientemente cual sea su giro o actividad comercial.(Standardization, 2015)

Esta norma tiene como principal enfoque el cuidado de la información que se genera en el sistema, mediante la alimentación de los diferentes usuarios del mismo que laboran en la empresa. Misma información que debe ser cuidada, fidelísima y resguardada de forma metodológica y segura, con el fin de crear confianza en los clientes, proveedores y demás entidades con la que la empresa mantiene relaciones comerciales.

1.6. Normas ISO 31000 aplicadas a la administración de riesgos.

El principal propósito de esta norma como su nombre dice proporcionar directrices y principios para la gestión de riesgos de los procesos a nivel estratégico y operativo. Es una importante porque ayuda a minimizar riesgos y amenazas a los procesos y garantiza la gestión de calidad. Es la base de la auditoría de gestión de

calidad y de la forma de implementación de controles; volviéndose estos, más eficientes y eficaces. (Standardization, 2015)

Se conoce que las empresas que tienen una buena y eficaz gestión de riesgos son muy exitosas; esto es porque al minimizar sus riesgos creando un ambiente de control, tienden a ser más seguras y mejor posicionadas, lo que crea éxito y crecimiento económico mayor comercialización.

Normalmente al implantarse la metodología y principios ISO en las empresas, se mejora la administración, la relación con clientes y proveedores, y crea eficiencia y eficacia en los procesos productivos y servicios de mayor calidad.

1.7. Objetivos de la auditoría de gestión de riesgos.

La auditoría de gestión permite lograr los siguientes objetivos:

- ✓ Racionalización y mejora de los sistemas de gestión de la empresa.
- ✓ Aumento de la transparencia.
- ✓ Clarifica la estructura organizativa y con ello las funciones y responsabilidades.
- Mejora los sistemas de coordinación.

- Mejora el proceso de delegación de funciones.
- Agiliza la toma de decisiones.
- Aumenta la motivación de los recursos humanos.

1.8. Procedimientos de control de riesgos.

Los procedimientos y técnicas que se aplican están orientados a la detección de problemas concretos, procediendo a su análisis y a la búsqueda de soluciones alternativas que proponer a la empresa. Los procedimientos más comunes utilizados son una combinación de los siguientes:

- Cualitativos: Entrevistas, cuestionarios, observación documental, análisis de flujos de actividades y procesos, observación directa
- Cuantitativos: Revisiones analíticas, indicadores de personal, evaluación de recursos, análisis de control presupuestario, análisis de flujos financiero.

1.9. Importancia de la auditoría en la gestión de calidad en las empresas de comida rápida que prestan servicio a domicilio.

Con el constante aumento de la competencia y la innovación de nuevos productos dentro del mercado, los consumidores se convierten más exigentes, los cuales buscan calidad, buenos precios y el buen servicio al cliente. Por ello es

importante la atención que una empresa o negocio brinda a sus consumidores al momento de atender sus consultas, pedidos, reclamos, entrega de productos.

1.10. Seguridad de la información

1.10.1 ¿Qué es la seguridad de la información y para qué sirve?

La seguridad de la información es un conjunto de estrategias y métodos cuyo objetivo principal es la prevención de pérdida de la información vital que almacena las empresas en sus computadores y servidores u otros medios informáticos; así como también sus archivos físicos que respaldan sus transacciones y los back up de la información en su sistema y servidores informáticos.

El termino privacidad de la información es cada vez más común en el ámbito empresarial, incluso gubernamental y social. El término ha tomado fuerza debido a la necesidad de fidelización de la información personal de los clientes, así como también de los activos y flujos de efectivos de las empresas

Debido a los factores anteriormente descritos, se vuelve necesario normalizar el uso de la información y proveer técnicas de respaldo y protección. Para tal caso los gobiernos crean leyes y reglamentos y entidades internacionales como por ejemplo la

organización ISO, crean normas; con el fin de crear ambientes más seguros para la plenitud comercial y económica.

Es importante para obtener buenos resultados en el resguardo de la información que todos estén comprometidos y crear esa cultura de responsabilidad y respeto a información que se maneje y cuando el principal responsable de crear el método y los controles que garantizaran la privacidad y resguardo de la información, será el departamento de TI (Tecnología de la información), en apoyo de la administración y de la alta dirección.

El área de TI debe tomar en cuenta que los controles y métodos de resguardo deben garantizar la practicidad de los mismos al momento de aplicarse y que sea entendido por los usuarios. Otro punto muy importante es poseer los recursos para su implementación y seguimiento; debido a que no sirve de mucho que tanto trabajo quede solo en papeles.

El auditor deberá tomar en cuenta la importancia de la actitud de compromiso hacia la seguridad y cuidado de la información que posean los empleados de la empresa; debido a que es de vital importancia para comprender o detectar fallas o posibles fugas de información, que puedan conllevar a desfalcos financieros, perder clientes o contraer rupturas de relaciones comerciales con proveedores y acreedores claves; y más grave aún problemas legales y fiscales. Esto es tanto importante como

lo es el compromiso de la administración de brindar los recursos necesarios y requeridos para los proyectos implementados por TI.

1.10.2 Salvaguarda en la manipulación de información confidencial de la base de datos de los clientes de las empresas de comida rápida.

La confidencialidad: Es la propiedad de prevenir la divulgación de información a personas no autorizadas y que los datos no se hagan públicos y deben ser objeto de amplia protección.

En el mundo de los negocios, hay una tendencia generalizada a considerar como bienes intangibles la cartera de clientes. Sin embargo, no se debe olvidar que existe información como, la propiedad intelectual o la reputación, la información confidencial que tenemos sobre nuestros clientes como; cuentas bancarias, números telefónicos, direcciones, números de documentos únicos de identidad. Todos estos ejemplos forman parte de la información confidencial que manejan las empresas, por lo que debe tratarse como un activo vital que debe protegerse adecuadamente.

Con el uso de la tecnología, el procesamiento y almacenamiento de grandes volúmenes de datos se ha vuelto increíblemente sencillo. En una memoria USB se podría almacenar, sin autorización para ello, gran cantidad de la información confidencial de una empresa incluso a través de correo electrónico se podría enviar

información confidencial como la base de datos de clientes, con fines distintos por los usos que la entidad destina.

Los principales errores en el tratamiento de la información confidencial de los clientes, en las organizaciones son:

- ✓ Accesos restringidos a base de datos de clientes.
- ✓ Uso de discos duros portátiles sin que la entidad conozca y tenga inventariados quién los utiliza y qué información pueden tener almacenada.
- ✓ Manipulación de información de los clientes por muchos usuarios.
- ✓ Carpetas de red compartidas sin control de acceso.
- ✓ Usuarios que tras un cambio de puesto conservan acceso a información que, por el nuevo tipo de trabajo que van a desempeñar, no es necesario mantener.
- ✓ Información importante de la que no se realiza copia de seguridad.
- ✓ Falta de formación de los usuarios en las herramientas que utilizan.
- ✓ La tecnología es un elemento indispensable en cualquier entidad, debe utilizarse de forma adecuada para evitar riesgos en la gestión manipulación de la información. Por tanto, es de extrema importancia que se adopten las decisiones y medidas necesarias antes de que se produzca un incidente de seguridad de la información.

1.11. **Ley de Protección al Consumidor**

Esta ley tiene por objeto salvaguardar el interés de los consumidores, estableciendo normas que los protejan del fraude o abuso dentro del mercado.

Las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección al Consumidor, en su numeral 28 establecen que:

“Los gobiernos deberán, según proceda, formular o promover la formulación y aplicación, en los planos nacional e internacional, de normas, voluntarias o de otra índole, de seguridad y calidad de los bienes y servicios y dar a dichas normas la publicidad apropiada”

La Ley de Protección al Consumidor de El Salvador establece como una de las competencias de La Defensoría, velar por el cumplimiento de las normas obligatorias de seguridad, información, etiquetado, calidad, pesos y medidas de los bienes y servicios que se comercializan en el mercado. (CONSUMIDOR, 2016)

El art. 5 de esta ley establece las facultades de la dirección General de Protección al Consumidor lo siguiente:

- a. Fijar y modificar los precios máximos de los bienes intermedios y finales de uso o de consumo y de los servicios en casos de emergencia nacional, siempre que se trate de productos esenciales;
- b. Establecer medidas para evitar el acaparamiento y especulación de bienes y servicios;
- c. Vigilar y supervisar el cumplimiento de la calidad, pesas y medidas de los productos básicos y estratégicos que se comercializan en el mercado nacional;

- d. Orientar al consumidor sobre las condiciones imperantes del mercado nacional, a fin de que éste vele por sus propios intereses, y coadyuve a la competitividad del mercado;
- e. Sancionar de conformidad a esta ley y su reglamento, las infracciones a la misma;
- f. Ordenar la suspensión de la publicación que por cualquier medio se haga, de los bienes y servicios, esta suspensión sólo procederá previa audiencia del interesado y del Consejo Nacional de la Publicidad;
- g. Prohibir la importación de todo tipo de producto cuya comercialización se encuentre prohibida en su país de origen; y,
- h. Procurar la solución de controversias entre proveedores y consumidores por medio de la conciliación y arbitraje.

1.12. **Ley del medio ambiente**

Debido al grave deterioro que sufre el medio ambiente en el salvador se han establecido leyes que lo protegen para garantizar la conservación y protección del mismo y así evitar nuevos daños irreversibles.

En el artículo 1 de esta ley se define su objeto el cual es: desarrollar las disposiciones de la Constitución de la República, que se refieren a la protección, conservación y recuperación del medio ambiente; el uso sostenible de los recursos

naturales que permitan mejorar la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones; así como también, normar la gestión ambiental, pública y privada y la protección ambiental como obligación básica del Estado, los municipios y los habitantes en general; y asegurar la aplicación de los tratados o convenios internacionales celebrados por El Salvador en esta materia. (Ambiente, 2016)

1.13. **Propuesta de caso practico**

Como propuesta se realizará un modelo de auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, para las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio, del municipio de San Salvador. Con esta propuesta se pretende beneficiar a todas las empresas que decidan realizar un tipo de auditoría de este tipo para que midan la calidad de servicio que brindan a sus clientes, también les permitirá evaluar la eficacia economía y eficiencia en todos los procesos y recursos que posee.

Permitirá a los auditores o contadores públicos que realicen una auditoria de este tipo tener una guía en la cual podrán basarse para el desarrollo de la misma y así determinar su dictamen final de auditoría y presentar a la administración de las empresas de comida rápida una opinión de cómo los procesos de calidad de servicio al cliente están siendo desarrollados en su organización.

En el desarrollo de esta propuesta se presentarán:

- Los objetivos de la auditoría
- La importancia de la auditoría de gestión de calidad de servicio al cliente

La propuesta consta de tres fases las cuales se describen de la siguiente manera:

La primera fase: Estará compuesta por el conocimiento preliminar de la entidad auditada donde se definirá el tipo de auditoría, la definición de objetivos y estrategias de la auditoría, la revisión de leyes y reglamentos, el entendimiento de los procesos de la entidad y el conocimiento del negocio.

Segunda fase: Estará compuesta por la planificación del trabajo de auditoría donde se realizara el memorándum de planeación que contendrá la evaluación del control interno los programas de auditoría, la estimación de los riesgos y los indicadores para cada una de las áreas.

Tercera fase: En la etapa final se detallara como desarrollar los papeles de trabajo, su contenido, los archivos a presentar y los formatos de las cédulas de hallazgos y el informe de la auditoría de gestión.

1.14. Marco técnico.

1.14.1 Normativas técnica de auditoría

Norma	Párrafo relacionado	Comentario
NIA 210 – Acuerdo de Términos del Encargo de Auditoría.	Párrafo 1	Responsabilidades que tiene el auditor al acordar los términos del encargo de auditoría con la dirección y, cuando proceda, con los responsables del gobierno de la entidad.
NIA 230 – Documentación de Auditoría	Párrafo 1	Responsabilidad que tiene el auditor de preparar la documentación de auditoría correspondiente
NIA 260 – Comunicación con los Responsables del Gobierno de la Entidad.	Párrafo 1	Trata de la responsabilidad que tiene el auditor de comunicarse con los responsables del gobierno de la entidad
NIA 265 – Comunicación de las Diferencias en el Control Interno a los Responsables del Gobierno y a la Dirección de la Entidad.	Párrafo 5	Comunicar adecuadamente a los responsables del gobierno de la entidad y a la dirección las deficiencias en el control interno identificadas durante la realización de la auditoría y que, según el juicio profesional del auditor, tengan la importancia suficiente para merecer la atención de ambos.
NIA 315 – Identificación y valoración de los Riesgos de Incorrección Material Mediante el Conocimiento de la Entidad y de su entorno.	Párrafo 4 literal b,c,d,e	Se tomara en cuenta las definiciones de los riesgos para ser implementados en el desarrollo de la auditoría.
	Párrafo 11 literal b	Naturaleza de la entidad.
	Párrafo 12	Se obtendrá conocimiento del control interno relevante para la auditoría.
NIA 570 – Empresa en Funcionamiento.	Párrafo 2	Se determinara si la entidad podrá continuar con su negocio en el futuro previsible.
NIA 610 – Utilización del Trabajo de los Auditores Internos.	Párrafo 1	Trata de las responsabilidades que tiene el auditor respecto del trabajo de una persona u organización en un campo de especialización distinto al de la contabilidad o auditoría, cuando dicho trabajo se utiliza para facilitar al auditor la obtención de evidencia de auditoría suficiente y adecuada.
	Párrafo 7	Si para obtener evidencia de auditoría suficiente y adecuada fuera necesaria una especialización en un campo distinto al de la contabilidad o auditoría, el auditor determinará si debe utilizar el trabajo de un experto del auditor.

1.14.2 Normativa Técnica de Gestión de Calidad

Norma	Párrafo relacionado	Comentario
Norma Internacional ISO 9000	Significado de Calidad.	Se seguirá la normativa para determinar los requisitos de los sistemas de gestión, los cuales serán tomados a la hora de realizar la auditoría.
	Definición	
Norma Internacional ISO 14000 y 31000	Principios ambientales, sistemas y técnicas que se utilizan.	Se determinaran los principios para verificar si las empresas toman en cuenta las medidas que protejan al medio ambiente, minimizando los efectos dañinos que pueden causar las actividades
Norma Internacional ISO 27000	Protección de la información	Garantizar que los riesgos de la seguridad de la información sean conocidos, asumidos, gestionados y minimizados por la organización de una forma documentada, sistemática, estructurada, repetible, eficiente y adaptada a los cambios que se produzcan en los riesgos, el entorno y las tecnologías.

1.15. Marco legal

La normativa legal a tomar de referencia en la investigación es la siguiente:

Ley Aplicable	Artículo	Referencia
Código de Ética IFAC		Principios fundamentales.
Ley de Protección al Consumidor	Art. 1	Objeto de la Ley, el cual es proteger los derechos de los consumidores.
	Art. 3	Definición de consumidor.
	Art. 8	Indica que los productos deben cumplir con las Normas establecidas en el Código de salud.
	Art. 29	Publicidad en los establecimientos comerciales.
Ley del Medio Ambiente	Art. 44	Infracciones muy graves
	Art. 5	Definición de desecho, se toma en cuenta a la hora de descartar un alimento.
Código de Salud	Art. 82	Define que es un alimento, el cual es un término importante para los restaurantes de comida rápida y con el cual se comprende también que los ingredientes utilizados en el alimento sean parte del mismo
	Art. 83	El ministerio es el único que emitirá las normas necesarias para determinar las condiciones esenciales que deben tener los alimentos y bebidas destinadas al consumo público.
	Art. 86	El Ministerio de Salud por si solo o por sus delegados, tendrá a su cargo la supervisión del cumplimiento de las normas.
	Art. 87	Prohíbe que personas que padezcan de enfermedades transmisibles

2 CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN Y DIAGNOSTICO

2.1. Tipo de estudio

Para la realización de la investigación se utilizó el método hipotético deductivo, por el cual se inició desde una perspectiva general a lo específico, partiendo de antecedentes generales que nos llevaron a establecer conclusiones, se detallaron y describieron las características del problema que presentan las empresas de comida al no contar con una auditoría de gestión de calidad en el servicio al cliente, por lo cual se implementó dicho método que tiene varios pasos esenciales que sirven al investigador para hacer de su actividad una práctica científica, en donde se definió la problemática investigada, la cual desciende de lo general a lo particular.

2.2. Unidad de análisis

Las unidades de análisis fueron las empresas de comida rápida que prestan servicio a domicilio del municipio de San Salvador, quienes son las entidades idóneas para determinar los resultados.

2.3. Universo y muestra

Universo: Definidas las unidades de análisis, para el desarrollo de la investigación el universo de estudio fue conformado por las 26 empresas de comida rápida que prestan el servicio a domicilio, en el municipio de San Salvador.

Muestra: La población en estudio fueron las empresas de comida rápida que prestan el servicio a domicilio en el municipio de San Salvador. Según nuestra investigación son 27 empresas las que prestan dicho servicio por lo tanto la investigación se realizó en el total de la población al no realizarse fórmula para establecer una muestra.

2.4. Instrumentos y Técnicas

Instrumento: El instrumento utilizado para esta investigación es la encuesta.

Técnicas: El instrumento que se utilizó para la recolección de información fue una encuesta dirigida a todas las empresas de comida rápida que prestan servicio a domicilio, la cual hizo posible una mayor comprensión y precisión de los resultados obtenidos, todo esto por medio del cuestionario.

2.5. Procesamiento de la información

2.5.1 Recolección de datos

Luego de utilizada las técnica de investigación, se analizó e interpreto con el fin de explicar el resultado obtenido. Para dicho procesamiento se utilizó el programa Microsoft Excel.

2.5.2 Tabulación de Datos

La tabulación de los datos se realizó utilizando la hoja de cálculo de Microsoft Excel 2010, con el cual se elaboraron gráficos de los resultados obtenidos.

2.6. Análisis e interpretación de los resultados

Luego de finalizado el proceso de recolección de información mediante las técnicas de investigación utilizadas, las cuales fueron dirigidas a las empresas de comida rápida del municipio de San Salvador se hizo el respectivo análisis e interpretación de la investigación.

2.7. Diagnóstico de la investigación

Con el resultado del proceso de investigación se concluyó de manera general los datos obtenidos, con los cuales se desarrolló un diagnóstico general en el cual se presentan razonablemente las variables encontradas para la formación de una conclusión que contribuye a proponer posibles causas y soluciones de los problemas planteados en la investigación desarrollada.

Se confirmó la necesidad de un modelo de auditoría de gestión de la calidad y la exanimación del control interno de la compañía, para garantizar servicios, productos y procesos de calidad.

Se obtuvo resultados satisfactorios al observar que se estaban implementando acciones correctivas inmediatas y eficaces; lo que es bastante beneficioso, debido a que no crea mayores contratiempos al momento de atender a los clientes, independientemente sea servicio a domicilio o en restaurante.

Un gran porcentaje de las empresas tomadas como muestra inicial en el proceso de investigación para poder establecer los lineamientos y las bases al momento de efectuar la auditoría de gestión de calidad a la empresa. Esto con el fin

de proporcionar información real y bastante a fin al rubro y las necesidades de la misma.

Es importante destacar que el estudio metodología que se elaboró mediante las encuestas, generó información valiosa respecto a la necesidad latente de crear mayores controles y seguimientos a los mismos; sobre todo en las áreas con más acceso a los clientes como lo son servicio al cliente en call center, servicio en restaurante y servicio a domicilio.

El auditor debe estar consciente que para este tipo de auditorías es vital contar con un profesional calificado y capacitado de acuerdo a la normas ISO; puesto que, es la herramienta principal a implementar para el cumplimiento del objetivo de la auditoría definido por la administración.

Normalmente las Auditorías son financieras, fiscales, de controles internos o especiales; sin embargo para el caso y las necesidades que presenta el rubro se necesita elaborar una auditoría especial acerca del Control interno y la gestión de control de calidad, con el objetivo de verificar el buen funcionamiento de sus procesos y la prestación de servicios.

No todas las empresas realizan auditorias de gestión de calidad por ende la necesidad es eminente y por eso es necesario crear controles y procedimientos de evaluación. Lo anterior no quiere decir que no realicen sus actividades bajo estrictos estándares de calidad; todo lo contrario estas empresas son tan competitivas que se apegan a todos los controles necesarios para brindar servicios y productos de calidad.

Referente al tema de gestión de protección y resguardo de la información, se detonando que el tema aun es un punto muy delicado; dado que, no todos los empleados están familiarizados con el tema de seguridad de la información y la administración de estas empresas no destina recursos ni medios para capacitaciones.

Se debe definir estas necesidades dentro del ambiente de control y por sobretodo de las necesidades de mayor necesidad planteadas a la administración para que el área de TI pueda tomar acciones en conjunto con Recursos Humanos para crear capacitaciones que ayuden a concientizar a los usuarios de la información y los sistemas a cuidar la información y sobre todo a la confidencialidad de la misma.

2.8. Análisis y tabulación de encuestas

Para efectos de obtener un análisis de las respuestas obtenidas mediante las encuestas se tabulara de forma cruzada las preguntas y tabulación simple de acuerdo a

la necesidad de la investigación. Con el objeto de presentar un diagnóstico fielmente representantes de las necesidades que conllevaran a la propuesta.

2.9. Tabulación Simple

Pregunta 11 ¿Qué tipo de acciones existen en la empresa al darse inconformidad en los clientes por el producto o servicio brindado?

Objetivo. Determinar si existen acciones correctivas y preventivas por dar mal servicio a los clientes.

RESPUESTA	FRECUENCIA	Porcentaje
Correctivas	0	0%
Preventivas	0	0%
Las dos anteriores	27	100%
TOTAL	27	100%

Análisis:

Respecto a las acciones a tomar antes las reacciones de inconformidad que presenta eventualmente los clientes encuestados se obtuvo como respuesta que el 100% de los restaurantes de comida rápida con servicio a domicilio tienen acciones correctivas y preventivas para imponer ante cualquier inconformidad por el servicio brindado a los clientes. Lo que indica que trabajan con visión de la mejora continua.

Pregunta 13 ¿De los siguientes principios de gestión de calidad cuales se implementan en la empresa?

Objetivo. Conocer los diferentes principios de gestión de calidad implementados por las empresas de comida rápida.

RESPUESTA	CODIGO	FRECUENCIA	Porcentaje
Enfoque al cliente	a)		11%
Participación del personal	b)		9%
Enfoque basado en procesos	c)		6%
Mejora continua	d)		12%
Buenas relaciones con los proveedores	e)		8%
Todas las anteriores	e)	27	55%
Total		27	100%

Analisis:

Del total de encuestados un 55% expresa que implementa principios de gestión de calidad de servicio al cliente entre los que se encuentran: enfoque al cliente, participación del personal, enfoque basado en procesos, mejora continua y tratan de mantener muy buenas relaciones con los proveedores; todo esto con el propósito de lograr en gran manera satisfacer las necesidades de todos sus clientes de la mejor forma.

2.10. Tabulación Cruzada

Pregunta Cruzada No. 1/2

Pregunta: 1 ¿Han Realizado auditorías de gestión de calidad de servicio al cliente, y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente en los últimos dos años?

Pregunta: 2 ¿Existen procedimientos de gestión de calidad de servicio al cliente y salvaguarda de la información confidencial de los mismos?

Objetivo. Determinar si las empresas de comida rápida realizan auditorías de gestión de calidad de servicio al cliente, y determinar si las empresas de comida rápida realizan auditorías de gestión de calidad de servicio al cliente.

1 \ 2	SI		NO		Total	Frecuencia Relativa
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
SI						
NO	23	85	4	15	27	100%
Total	23	85%	4	15%	27	100%

Análisis e interpretación.

El total de los encuestados no han realizado auditorías de gestión de calidad de servicio al cliente, y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente en los últimos dos años y del total de encuestados un 85% expresa que existen procedimientos de gestión de calidad de servicio al cliente y salvaguarda de la información confidencial.

Pregunta Cruzada No. 3/1

Pregunta: 1 ¿Han Realizado auditorías de gestión de calidad de servicio al cliente, y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente en los últimos dos años?

Pregunta: 3 ¿Por qué considera que una auditoría de gestión de calidad de servicio al cliente, ayudaría a mejorar los procedimientos establecidos por la empresa?

Objetivo. Determinar si las empresas de comida rápida realizan auditorias de gestión de calidad de servicio al cliente y su importancia de acuerdo a las respuestas de los encuestados.

3 \ 1	SI		NO		Total	Frecuencia Relativa
	FREC.	%	FREC.	%		
Serviría como parámetro para medir que los procedimientos establecidos se cumplan	2	7	4	15	6	22
Establecería las debilidades que se puedan tener en la calidad de los procesos de servicio al cliente			5	18	5	18
Las dos anteriores	3	11	13	48	16	59
Total	5	19%	22	81%	27	100%

Análisis e interpretación.

Se obtiene que un 81% del total de encuestados manifiesta que en los dos últimos años no realizado auditorias de gestión de calidad del servicio al cliente y seguridad de la información en los procesos del servicio al cliente y de ellos un 48% asegura que una auditoria de este tipo serviría como parámetro para medir que los

procedimientos establecidos se estén cumpliendo y establecería las debilidades que se puedan tener en todos los procesos de calidad en el servicio al cliente.

Pregunta Cruzada No. 5/2

Pregunta: 2 ¿Existen procedimientos de gestión de calidad de servicio al cliente y salvaguarda de la información confidencial de los mismos?

Pregunta: 5 ¿Qué controles de calidad de servicio al cliente se aplican al momento de atención?

Objetivo. Conocer los diferentes controles de calidad en el servicio al cliente y determinar la existencia de procedimientos en cuanto al servicio al cliente y manejo de la información proporcionada por los clientes.

5 2	SI		NO		Total	Frecuencia Relativa
	FREC.	%	FREC.	%		
Monitoreo y grabación de las llamadas a call center por servicio a domicilio	23	37	4	7	27	44
Cliente encubierto	20	32	2	3	22	35
Contratación de supervisores de atención al cliente	13	21			13	21
No se realiza ningún tipo de control					0	0
Total	56	90%	6	10%	62	100%

Análisis e interpretación.

Del total de encuestados un 44% expresa que realizan Monitoreo y grabación de las llamadas a call center por servicio a domicilio como principal control de servicio al cliente, de los cuales un 37% indica que existen en las empresas de comida

rápida procedimientos de control de calidad de servicio al cliente y salvaguarda de la información confidencial; así como también un 35% de los encuestados utilizan la herramienta del cliente encubierto de los él cuales el 32% tienen procedimientos preestablecidos de gestión de calidad; y un 21% hace contrataciones de supervisores de atención al cliente.

Pregunta Cruzada No. 7/2

Pregunta: 2 ¿Existen procedimientos de gestión de calidad de servicio al cliente y salvaguarda de la información confidencial de los mismos?

Pregunta: 7 ¿Qué procedimientos de salvaguarda de la información para la base de datos confidenciales de los clientes utilizan? Puede seleccionar más de una opción.

Objetivo. Identificar los procedimientos establecidos para la salvaguarda de información confidencial de los clientes y determinar la existencia de procedimientos en cuanto al servicio al cliente y manejo de la información proporcionada por los clientes.

7 2	SI		NO		Total	Frecuencia Relativa
	FREC	%	FREC	%		
Contraseñas a usuarios de las bases	7	18			7	18
Permisos de accesos por medio del administrador del sistema de la base datos	5	13			5	13
Encriptar la información	2	5			2	5
No se permite la conexión de medios extraíbles a las computadoras	2	5	2	5	4	
Todas las anteriores	18	47	2	5	20	52
Total	34	89%	4	11%	38	100%

Análisis e interpretación.

Del Total de los encuestados el 89% manifiesta que si existen procedimientos de control de calidad de servicio al cliente y salvaguarda de la información de estos un 47% expresa que utilizan procedimientos como: contraseñas a usuarios de las bases, permisos de accesos por medio del administrador del sistema, encriptar la información y restricción del uso de medios extraíbles.

Pregunta Cruzada No. 8/9

Pregunta: 8 ¿Considera necesaria y útil realizar una auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, en las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio?

Pregunta: 9 ¿Por qué considera necesaria y útil realizar una auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, en las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio?

Objetivo. Determinar si es importante realizar una auditoría de gestión de calidad del servicio al cliente y seguridad de la información de los procesos de servicio al cliente y establecer la importancia de realizar una auditoría de gestión de calidad del servicio al cliente y seguridad de la información de los procesos de servicio al cliente.

9	8	SI		NO		Total	Frecuencia Relativa
		FRE	%	FRE	%		
	Permitiría a la administración determinar la satisfacción de sus clientes en cuanto al servicio que reciben de sus empleados y así tomar decisiones de capacitaciones.	4	15	5	10	9	25
	Determinaría si hay debilidades en los procedimientos establecidos.	7	14			7	14
	Saber si los procedimientos cumplen con lo establecido	7	14			7	14
	Si es necesario incorporar nuevos procedimientos	5	10			5	
	Todas las anteriores.	20	42			20	42
	Total	43	90%	5	10%	48	100%

Análisis e Interpretación.

Para el caso del análisis de las preguntas 8 y 9, se concluyó de acuerdo a la opinión de los encuestados que un 90% manifiesta que es necesaria y de mucha utilidad realizar una auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, en las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio, y de ellos un 42% expresa que este tipo de auditoría permitiría a la administración conocer la satisfacción del servicio recibido por sus clientes, así como establecer si existen debilidades en los procedimientos establecidos o si es necesario establecer nuevos procedimientos que permitan cumplir los objetivos y metas por cumplir.

Pregunta Cruzada No. 1/4

Pregunta 1: ¿Han Realizado auditorías de gestión de calidad de servicio al cliente, y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente en los últimos dos años?

Pregunta 4 ¿Realizan capacitaciones a los empleados en relación a brindar un buen servicio al cliente?

Objetivo. Determinar si las empresas de comida rápida realizan auditorias de gestión de calidad de servicio al cliente. Y si efectivamente capacitan a sus empleados, para que puedan ejecutar dichos procedimientos.

4 \ 1	SI		NO		Total	Frecuencia Relativa
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
Siempre	4	15	12	45		60
Algunas veces	3	11	8	29		40
Nunca						
Total	7	26%	20	74%	27	100%

Análisis e interpretación.

Del total de encuestados un 60% manifiesta que siempre realizan capacitaciones a los empleados en relación a brindar un buen servicio a todos sus clientes, pero de ellos un 45% no han realizado auditorías de gestión de calidad de servicio al cliente y seguridad de la información en los últimos dos años.

Pregunta Cruzada No. 4/9

Pregunta: 4 ¿Realizan capacitaciones a los empleados en relación a brindar un buen servicio al cliente?

Pregunta: 9 ¿Por qué considera necesaria y útil realizar una auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, en las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio?

Objetivo. Establecer la importancia de realizar una auditoría de gestión de calidad del servicio al cliente y seguridad de la información de los procesos de servicio al cliente y determinar la importancia de la capacitación de los empleados en la atención a los clientes.

9 \ 4	SIEMPRE		ALGUNAS VECES		NUNCA		Total	Frecuencia Relativa
	FREC	%	FRE	%	FREC	%		
Permitiría a la administración determinar la satisfacción de sus clientes en cuanto al servicio que reciben de sus empleados y así tomar decisiones de capacitaciones.			2	7			2	7
Determinaría si hay debilidades en los procedimientos establecidos.	1	3	2	7			3	10
Saber si los procedimientos cumplen con lo establecido	1	3					1	3
si es necesario incorporar nuevos procedimientos	1	3					1	3
Todas las anteriores	12	40	11	37			23	77
Total	15	49%	15	51%		0%	30	100%

Análisis e interpretación.

Del total de encuestados un 77% manifiesta que consideran necesaria y útil realizar una auditoría de gestión de calidad del servicio al cliente porque permitiría a la administración determinar la satisfacción de sus clientes, si hay debilidades en sus procedimientos, si estos cumplen con lo establecido o si es necesario establecer nuevos procedimientos, de este total un 40% expresa que siempre realizan capacitaciones a los empleados en relación a brindar un buen servicio a todos sus clientes. Cabe mencionar que del 77% un grupo relativamente pequeño; pero, de mucha importancia conforman el 37% que afirma algunas veces realizan capacitaciones aun cuando lo consideran necesario para brindar un buen servicio al cliente.

Pregunta Cruzada No. 1/10

Pregunta: 1 ¿Han Realizado auditorías de gestión de calidad de servicio al cliente, y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente en los últimos dos años?

Pregunta: 10 ¿Considera necesario el diseño de un modelo de procedimientos para desarrollar una auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, en las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio?

Objetivo. Determinar si las empresas de comida rápida realizan auditorias de gestión de calidad de servicio al cliente y la necesidad de diseñar un modelo de

procedimientos para la gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información de los procesos.

1	10	SI		NO		Total	Frecuencia Relativa
		FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
SI		5	19			5	19
NO		22	81			22	81
Total		27	100%		0%	27	100%

Análisis e interpretación.

El 100% del total manifiesta que consideran necesario el diseño de un modelo de procedimientos para desarrollar una auditoría de gestión de calidad de servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente en las empresas de comida rápida y de ellos un 81% no han realizado auditorías de gestión de calidad de servicio al cliente en los dos últimos años.

Pregunta Cruzada No. 3/10

Pregunta: 3 ¿Por qué considera que una auditoría de gestión de calidad de servicio al cliente, ayudaría a mejorar los procedimientos establecidos por la empresa?

Pregunta: 10 ¿Considera necesario el diseño de un modelo de procedimientos para desarrollar una auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, en las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio?

Objetivo. Analizar la importancia de una auditoría de gestión para mejorar los procedimientos de servicio al cliente, determinando la necesidad de diseñar un modelo de procedimientos para la gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, para empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio.

3	SI		NO		Total	Frecuencia Relativa
	FREC	%	FREC	%		
Serviría como parámetro para medir que los procedimientos establecidos se cumplan						0
Establecería las debilidades que se puedan tener en la calidad de los procesos de servicio al cliente						0
Las dos anteriores	27	100%				100%
Total	27	100%	0	0%	27	100%

Análisis e interpretación.

Un 100% del total de encuestados considera que una auditoría de gestión de calidad ayudaría a mejorar los procedimientos ya establecidos por la entidad porque serviría como parámetro para medir que todos los procedimientos se cumplan y así establecer las debilidades que se puedan tener en el desarrollo de los procesos de servicio al cliente, por esta razón el mismo porcentaje considera necesario el diseño de un modelo de procedimientos para desarrollar una auditoría de este tipo.

Pregunta Cruzada No. 8/10

Pregunta: 8 ¿Considera necesaria y útil realizar una auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al

cliente, en las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio?

Pregunta: 10 ¿Considera necesario el diseño de un modelo de procedimientos para desarrollar una auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, en las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio?

Objetivo. Determinar si es importante realizar una auditoría de gestión de calidad del servicio al cliente y seguridad de la información de los procesos de servicio al cliente y la necesidad de crear el diseño para su implementación.

8 \ 10	SI		NO		Total	Frecuencia Relativa
	FREC.	%	FREC.	%		
SI	27	100%				100%
NO						0%
Total	27	100%		0%	27	100%

Análisis e interpretación.

Del total de encuestados un 100% considera necesaria y útil desarrollar una auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información de los procesos de servicio al cliente en las empresas de comida rápida, igual porcentaje expresa que es necesario el diseño de un modelo de procedimientos para desarrollar una auditoría de gestión de calidad.

Pregunta Cruzada No. 2/12

Pregunta: 2 ¿Existen procedimientos de gestión de calidad de servicio al cliente y salvaguarda de la información confidencial de los mismos?

Pregunta: 12 ¿Porque considera necesario un sistema de gestión de calidad del servicio al cliente?

Objetivo. Determinar la existencia de procedimientos en cuanto al servicio al cliente y manejo de la información proporcionada por los clientes y determinar la necesidad de la existencia de un sistema de gestión de servicio al cliente en las empresas de comida rápida.

12 \ 2	SI		NO		Total	Frecuencia Relativa
	FREC	%	FREC	%		
Mejorar el desempeño y la productividad de la empresa	3	7	2	5	5	12
Poner mayor énfasis en los objetivos de la empresa y en las expectativas de los clientes	1	2			1	2
Lograr y mantener la calidad de los productos y servicios, para alcanzar los requisitos y necesidades implícitas de los clientes	2	5	2	5	4	10
Incrementar la satisfacción de los clientes	3	7	2	5	5	12
Abrir nuevas oportunidades de mercado o mantener la participación en el mismo	1	2	4	8	5	10
Tener la oportunidad de competir con marcas líderes en el mercado	1	2	2	5	3	7
Todas las anteriores	20	47			20	47
Total	31	72%	12	28%	43	100%

Análisis e interpretación.

Un 72% del total de encuestados expresa que en las empresas de comida rápida con servicio a domicilio existen procedimientos de gestión de calidad de servicio al

cliente y salvaguarda de la información confidencial de los clientes de ellos un 47% considera necesario el diseño de un sistema de gestión de calidad del servicio al cliente porque ayudaría a mejorar el desempeño y productividad de la empresa, mantener la calidad de los productos y el buen servicio al cliente y así incrementar la satisfacción de los mismos, abrir mejores oportunidades en el mercado y tener la capacidad para competir con marcas líderes en el rubro de comida rápida.

Pregunta Cruzada No. 15/14

Pregunta: 14 ¿Existen políticas de calidad en el servicio al cliente?

Pregunta: 15 ¿Existen objetivos de calidad de servicio al cliente?

Objetivo. Conocer la existencia de políticas de calidad en el servicio brindado a los clientes y Objetivo: conocer la existencia de objetivos de calidad en el servicio brindado

15 \ 14	SI		NO		Total	Frecuencia Relativa
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
SI	23	85	1	4	23	89
NO	1	4	2	7	3	11
Total	24	89%	3	11%	27	100%

Análisis e interpretación.

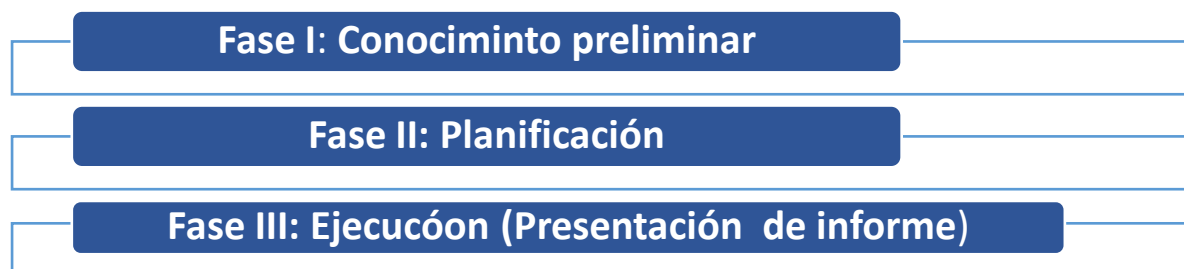
Del total de encuestados un 89% manifiesta que existen objetivos de calidad del servicio al cliente y de este porcentaje un 85% afirma que también cuentan con políticas de calidad para brindar un buen servicio a todos los clientes.

3 CAPÍTULO III. MODELO DE AUDITORÍA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN, DE LOS PROCESOS DE SERVICIO AL CLIENTE, EN LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE COMIDA RÁPIDA CON SERVICIO A DOMICILIO, DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR.

Para mantenerse en un mercado competitivo, toda empresa debe poseer coherencia entre los objetivos establecidos y los que se logran, con el fin de determinar controles y procedimientos que permitan hacer eficientes y eficaces todas las áreas de la entidad y que ayuden a maximizar la utilización de todos los recursos.

El modelo de auditoría de gestión presenta un aporte intangible para las empresas que se dedican a la venta de comida rápida con servicio a domicilio, la cual contribuirá a que las entidades de este rubro mejoren los procesos de desempeño en la calidad del servicio al cliente y en consecuencia atraerán nuevos clientes que permitirán incrementar sus utilidades y expandiendo sus negocios, contribuyendo de esta manera al crecimiento económico del país con la generación de nuevas fuentes de empleos.

El modelo de auditoría consta de tres fases la cuales son:



La auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, se realizara para la empresa La Sabrosura S.A DE C.V.

3.1. Fase I. Conocimiento preliminar

De acuerdo a Normas Internacionales de Auditoria por sus siglas NIA esta fase se compone por los siguientes elementos:



En esta primera fase se centraliza en el conocimiento e indagación de los componentes de riesgos de la compañía a manera de familiarizarse con cada una de las áreas que integran la organización conociendo los servicios que brinda en sus restaurantes y que a su vez serán áreas sujetas a evaluaciones y auditoría. Todo esto con el fin de obtener el conocimiento general de los factores que intervienen en la

compañía, y sus principales características internas y externas que interactúan simultáneamente, para el logro de los objetivos de la organización.

3.1.1 Tipo de auditoría

De acuerdo al estudio preliminar y las necesidades de las empresas, la auditoría requerida y ofertada es auditoría externa de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, para LA SABROSURA S.A DE CV. Con enfoque a control interno y gestión de calidad de los procesos en base a la normativa ISO 9001

3.1.2 Objetivo de la auditoría

Obtener el conocimiento general de la gestión de la empresa, conociendo el contexto del sector, área y proyecto para detectar procesos críticos dentro de la entidad.

3.1.3 Estrategia

Se elaborarán entrevistas y se observaran las áreas a auditar y a su vez se verificara el cumplimiento de normas, procesos, procedimientos y leyes aplicables al giro de la entidad. Y como fin principal se evaluaran los procesos de gestión de

calidad de las áreas a inspección y auditoría. En esta fase se determinara el alcance de la Auditoría y la ejecución de los programas.

Dentro del proceso de la auditoría se deberá tomar en cuenta que por ser una auditoría de carácter especial en referencia a la normativa ISO 9001 por lo cual se crearan los cuestionarios de reconocimiento inicial, cuestionarios de control interno y los programas de auditoría; tomando en cuenta los aspectos siguientes:

- ✓ Análisis del entorno de la organización.
- ✓ Conocimiento del mercado.
- ✓ Necesidades y expectativas de las partes interesadas.
- ✓ Objetivos a alcanzar. Requisitos legales y reglamentarios.
- ✓ Posibles riesgos financieros y de otro tipo.
- ✓ Interacciones con otros procesos.
- ✓ Recursos de la información.
- ✓ Actividades y los métodos.
- ✓ Registros que se requieren o desean.
- ✓ Medición, el seguimiento y el análisis.
- ✓ Acciones correctivas y preventivas.
- ✓ Actividades de mejora e innovación

3.1.4 Revisión de Leyes y Reglamentos

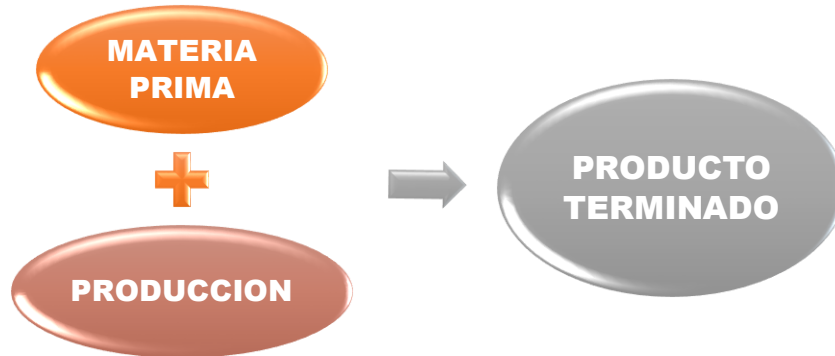
Estas empresas del rubro restaurantes se rigen por leyes tributarias, penales y mercantiles similares al resto de empresas. La particularidad que presentan son las leyes y reglamentos con el Ministerio de Salud y, con el objetivo de mantener altos niveles de calidad y salubridad dentro de sus instalaciones y en los servicios y alimentos que proporcionan y que son la razón del rubro.

Se verificarán los requisitos que el ministerio de salud establece para los restaurantes los cuales son:

- ✚ Obtención de licencia para de funcionamiento para establecimientos alimentarios.
- ✚ Permiso de funcionamiento de establecimiento (permiso sanitario)
- ✚ Permiso de instalación y funcionamiento de otros establecimientos y alimentarios y bodegas.
- ✚ Registro sanitario y renovación de alimentos y bebidas nacionales.
- ✚ Registro sanitario y renovación de alimentos y bebidas importadas.

3.1.5 Entendimiento del Proceso del Negocio

Esquema de Proceso Productivo.



Materia prima

Estos son los productos necesarios para elaborar los diferentes y variados platos para ofrecer al público con atractivas promociones que se encuentran en el menú al que acceden los clientes; entre las materias primas se encuentran: pan, harina, legumbres, carnes, embutidos, vegetales.

Producción

Proceso de elaboración de los diferentes productos del menú siguiendo las recetas de cada platillo. Es en este punto el supervisor de calidad es el responsable de verificar la calidad del producto en cuanto a sabor, forma, cocción, y elaborar sus observaciones y correcciones.

Producto terminado

El resultado final de acuerdo a los pedidos o compras de los clientes en consecuencia del productos ofertado.

3.1.6 Reconocimiento Preliminar

C & A AUDITORES, S.A. DE C.V.
FORMULARIO CONOCIMIENTO PRELIMINAR.

C & A AUDITORES, S.A. DE C.V.			
Nombre del cliente	LA SABROSURA, S.A. DE C.V		
Nombre Auditor	Lic. Pablo Andrés Hernández		
Fecha de Inicio:	20 de enero de 2016	Fecha de finalización:	31 de octubre del 2016
Nombre de la persona entrevistada	Lic. Alexander Varela		
Fecha de la entrevista	20 de enero de 2016		
<u>Datos Generales de la Empresa</u> (Conocimiento del negocio).			
Dirección de las Oficina Principal			
Fecha de constitución de la entidad	20 de febrero de 2012		
Sector económico	Sector Servicio		
Actividad principal	Restaurante de comida rápida con servicio a domicilio		
NRC de la empresa	11426-3		
NIT de la empresa	0614-200212-106-1		
Capital Social	\$387,427.00		
Nombre del Representante Legal	Sr. Rafael Navas Herrera		
Número de Empleados	150		
Teléfono	2521-5675		
Correo Electrónico	atencionalcliente@gmail.com		
Página electrónica	http://www.lasabrosura.com		
Servicios que ofrece	Ventas de comida rápida con servicio a domicilio Ventas de comida rápida con atención en restaurante Ventas de comida rápida en servicio al call center		
Posición en el mercado	El restaurante se posiciona entre los primeros 10 mejores del país y con marcas conocidas y con representación en otros países.		
Departamentos de la conforman	<ul style="list-style-type: none"> • Depto. De Finanzas • Depto. De Operaciones • Dept. De Mercadeo • Depto. De Compras • Depto. De Recursos Humanos • Call Center 		
Principales competidores	Todos los restaurantes de comida rápida con productos similares entre algunos los siguientes: PizzaHut, McDonalds, Burguer King, Nash, Pollo Campero Wendys.		
Principales Cliente	Público en general, Estudiantes, Trabajadores.		

Áreas a evaluar	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos Humanos • Seguridad de la información • Servicio al cliente para llevar y en restaurante. • Inventario • Mercadeo • Ventas • Servicio a domicilio • Servicio al cliente por call center 		
Documentación e información a requerir a la empresa (Conocimiento preliminar de la entidad)			
Documento	Si	No	Comentario
Escritura de constitución	<i>X</i>		
Documentación Legal / Franquicia	<i>X</i>		
Organigrama de la empresa	<i>X</i>		
Misión y Visión	<i>X</i>		
Manual de procesos por áreas de la organización		<i>X</i>	Manual en procesos de revisión
Políticas de la entidad.		<i>X</i>	Las Políticas se encuentran en proceso de elaboración, verificación y aprobación por el comité de calidad y gerencia general
Listas de productos y servicios ofrecidos	<i>X</i>		Se proporcionó menú actualizado
Número de empleados utilizado por servicio.	<i>X</i>		Detallado dentro de la planilla
Cuentan con indicadores de gestión.	<i>X</i>		A evaluar en esta auditoría
Personal clave de la entidad	<i>X</i>		Gerentes, cajeros, personal de despacho, encargados de bodega, agentes de servicio a domicilio y call center.
Informes de auditoría de periodos anteriores.	<i>X</i>		
Reportes de restaurantes	<i>X</i>		
Situación fiscal y legal	<i>X</i>		
Estados Financieros	<i>X</i>		
Auxiliar de Inversiones	<i>X</i>		
Estudios de mercado	<i>X</i>		
Documentos de Sucursales	<i>X</i>		

Cuestionario Servicios y productos (Conocimiento del negocio).			
Interrogante	SI	NO	Comentario
¿Documentan las llamadas telefónicas recibidas de clientes para hacer pedidos?	X		Se lleva bitácora
¿Miden el tiempo entre la llamada y la entrega del producto al cliente?	X		Se manejan tiempos establecidos de acuerdo a horas de mayor venta y horas con menos movimiento de llamadas. Adicionalmente se mide en relación a la distancia y zonas a las que se hará el envío.
¿Se cuenta planes estratégicos para cubrir situaciones anormales en las entregas de pedidos?	X		
¿Se cubre con personal de otras áreas las inconsistencias que se generen en las entregas de pedidos?	X		
¿Los Productos entregados a domicilio son verificados por el gerente antes del envío?		X	Por motivos de saturación. Sin embargo en ocasiones lo realiza el subgerente.
¿El Software utilizado cumple con las necesidades del correcto registro de los pedidos a domicilio?	X		
¿Los productos vendidos en restaurante son elaborados	X		Cada producto tiene sus estándares y metodología de preparación así como también

bajo un proceso específico de elaboración del mismo?			de los ingredientes de cada uno.
¿Se capacita periódicamente al personal a cerca de los productos nuevos?			
Recurso Humano (Perfil del Personal en restaurante).			
Interrogante	SI	NO	Comentario
¿Existen procesos de reclutamiento, debidamente revisados y acorde a los perfiles que debe poseer un empleado del restaurante y que esté de acuerdo al cargo que asumirá?	X		
¿Poseen los empleados actitudes de servicio de calidad?	X		
¿Poseen los empleados la mentalidad de que el cliente es lo primero?	X		
¿El comité de auditoría de calidad observa periódicamente el proceso productivo y el desenvolvimiento de los empleados en el mismo?	X		
¿Se insta al empleo a tener actitud positiva en todas las circunstancias en las horas laborales?	X		
¿Actúan los empleados con profesionalismo y entrega?	X		
¿Se realizan las pruebas necesarias al personal por parte del departamento de RRHH, que garanticen la estabilidad emocional del personal?	X		
¿Se imparten seminarios o reuniones	X		

de grupo con el objetivo de fomentar un buen ambiente laboral?			
¿Se realicen actividades orientadas a líderes (Gerentes, Subgerentes y jefes)	X		
¿Se crean métodos y estrategias para incentivar a los empleados y obtener un mejor desempeño en la ejecución de sus actividades y jornadas laborales?	X		
¿Las actividades se realizan conforme a lo estipulado en los contratos de trabajo?	X		
Calidad Servicios al cliente (Servicio en Restaurante y Call Center).			
Interrogante	SI	NO	Comentario
¿Se encuentran debidamente documentados, revisados y aprobados cada uno de los procesos, procedimientos y descriptores de cada posición, de acuerdo a las actividades necesarias y de control?	X		
¿Se realizan las actividades de acuerdo a los procedimientos y descriptores de perfiles para cada posición?	X		
¿Se elaboran planes estratégicos y de contingencia dentro de cada restaurante, para evitar o minimizar riesgos de incumplimientos e insatisfacción del cliente?	X		
¿Se alobaran mediciones de tiempos en la elaboración de los productos?	X		

¿Se elaboran mediciones de tiempo y calidad en las llamadas recibidas, con respecto a la calidad en la atención al cliente?	X		
¿Se realiza acercamiento con el cliente para asegurarse de la satisfacción del servicio y de los productos vendidos?	X		
¿Se elaboran organigramas de actividades y horarios de las mismas para cada empleado?	X		
¿Se lleva un control de llamadas atendidas?	X		
¿Se verifica que en cada sucursal estén los empleados necesarios para cubrir cada área, de acuerdo a las necesidades de cada restaurante y call center, tomando en cuenta las horas de mayor demanda?	X		
Indicadores de Gestión (Operatividad, ejecución y calidad)			
Interrogante	SI	NO	Comentario
¿Cuentan con indicadores de Gestión?	X		
Desde su experiencia ¿Los indicadores generan un mayor desempeño y eficiencia y eficacia en las actividades?	X		Al medirse continuamente
¿Podríamos aplicar indicadores en las diferentes aéreas de la empresa?	X		
¿Podrían los indicadores aplicarse a los empleados, ayudando a medir el desempeño de sus actividades?	X		
¿Se cumplen con los tiempos de espera	X		

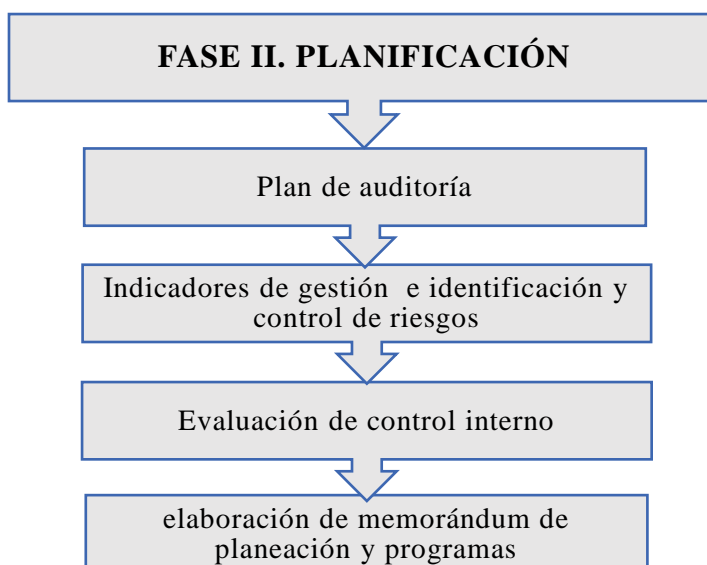
en restaurante y call center?			
¿Cree que los indicadores podrían colaborar con el cumplimiento de metas y objetivos propuestos?	X		
¿Podrían los indicadores crear y mejorar el clima laboral?	X		
Leyes y Reglamentos (Cumplimiento Legal y tributarios)			
¿La empresa se apega a las leyes laborales vigentes?	X		
¿Conoce la administración y los empleados en general las Leyes y Reglamentos laborales?	X		
¿Cuentas los empleados con todos los beneficios que establece el Código de Trabajo?	X		
¿Se aplican los descuentos establecidos en la, Ley del Impuesto sobre la Reta y Código de Trabajo, Reglamento de Previsión Social y ley del Seguro Social?	X		
¿Se pone en práctica la Ley de Prevención de Riesgos en los lugares de trabajo?	X		
¿Se realizan las declaraciones de impuestos y se cumple con lo requerido por el Ministerio de Hacienda?	X		
¿Se aplican los Reglamentos municipales?	X		
¿La empresa se rige por lo dictado por la OPAMS en sus instalaciones?	X		

¿Existe Botiquín de primeros auxilios e indumentaria necesaria para emergencias?	X		
¿Se capacita al personal con temas de Seguridad Industrial y primeros auxilios?	X		
¿Se encuentran correctamente señalizados todas las áreas de los restaurantes?	X		
¿Se mantiene el equipo de emergencia en un lugar accesible; como extintores, alarmas contra incendios?	X		
¿Se les brinda mantenimiento a los equipos de emergencias y primeros auxilios?	X		
¿Se capacita a los cajeros y demás empleados en la ley contra el lavado de dinero y otros activos?	X		
¿Se cumple con las Normas de calidad ISO 9001, aplicables a los restaurantes?	X		
¿Se cumplen con las leyes de salubridad establecidas por el Ministerio de Salud?	X		
¿Posee la empresa todas las solvencias y permisos para su funcionamiento?	X		
¿Se cumple con las leyes y reglamentos de protección de la información?	X		
¿Se tienen sistemas de resguardo de información?	X		
¿Se tiene un archivo sistematizado para el resguardo de la información y documentación de la empresa?	X		

Entendimiento de los Procesos de la Entidad			
(Procesos)			
¿Se verifica que se le dé el seguimiento adecuado a los procesos establecidos para cada actividad en las diferentes áreas del restaurante?	X		
¿Se verifica que los empleados cumplan con los estándares de calidad de los servicios y productos a la venta?	X		
¿Se realizan inventarios de insumos y productos a la venta incluyendo promocionales en bodegas?	X		
¿Los productos y servicios ofertados van acorde a los publicitados y las exigencias del mercado?	X		
¿Se hacen pruebas pilotos y de seguimiento para verificar los tiempos de entrega en el servicio a domicilio, restaurante y call center?	X		
¿Se realizan estudios de mercado garantizando la fidedigna de los datos obtenidos?	X		
¿Se tiene personal capacitado para la distribución de actividades y control de las mismas?	X		

3.2. Fase II Planificación

Esta fase del modelo, se fundamenta en la recopilación de la información para determinar objetivos y estimación de los riesgos, la evaluación del control interno y la recolección de documentación e información para la preparación de los programas de auditoría de cada área de interés a evaluar para la auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente de la empresa LA SABROSURA S.A DE C.V.



3.2.1 Indicadores de gestión

Un indicador de gestión es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso que permite medir la calidad de satisfacción por un servicio o producto recibido, cuya magnitud, al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas.

“Un indicador es una medida que provee una estimación o evaluación de atributos específicos, derivados de un modelo analítico con respecto a la necesidad de información definida. (ISO/IEC, 2007)

Aplicar indicadores tiene como propósito ayudar a la administración para que prevea anticipadamente cualquier problema que se pueda presentar en la ejecución inadecuada de los procesos al no ser corregidos en el tiempo oportuno.

Los indicadores de rendimiento son factores cualitativos y cuantitativos que proporcionan un indicio sobre el grado de la eficacia, economía y eficiencia de la ejecución de las operaciones.

Indicadores de eficiencia: se orientan hacia los costos y beneficios relacionando volúmenes de trabajos con recursos.

Indicadores de eficacia: están orientados a medir los resultados midiendo el grado de cumplimiento de las metas de la actividad.

Indicadores de calidad: miden la satisfacción del cliente por el servicio o producto recibido.

3.2.2 Identificación y valoración de los riesgos (matriz proporcionada por La Sabrosura)

ÁREAS DE INTERÉS	RIESGO IDENTIFICADO	CONSECUENCIA ASOCIADA	NIVEL DE RIESGO	PERIODICIDAD DE REVISIÓN	Tipo de Indicador	INDICADORES RECOMENDABLES																							
SERVICIO A DOMICILIO	Que los pedidos no se entreguen en el tiempo adecuado	Pérdida de cliente	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">Impacto</td> <td>Alta</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Baja</td> <td>Media</td> <td>Alta</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Probabilidad</td> <td>Ocurrencia</td> <td></td> </tr> </table>	Impacto	Alta	X			Media				Baja						Baja	Media	Alta			Probabilidad	Ocurrencia		NUNCA	Eficacia	PEDIDOS NO ENTREGADOS <u>NUMERO DE PEDIDOS NO ENTREGADOS A DOMICILIO</u> TOTAL DE PEDIDOS A DOMICILIO Porcentaje permitido 2%
					Impacto	Alta	X																						
						Media																							
Baja																													
		Baja	Media	Alta																									
		Probabilidad	Ocurrencia																										
Eficacia	E <u>NTREGAS REALIZADAS A TIEMPO</u> TOTAL ENTREGAS REALIZADAS % >2%																												
Eficacia	<u>NUMERO DE ENTREGAS ACEPTADAS POR EL CLIENTE</u> TOTAL DE ENTREGAS REALIZADAS % Aceptado de rechazo 1%																												
	Que el cliente cancele el pedido	Pérdida de tiempo				CANCELACION DE PEDIDOS <u>NUMERO DE PEDIDOS CANCELADOS</u> TOTAL DE PEDIDOS % ACEPTADO 5%																							

			<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">Impacto</td> <td>Alta</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Baja</td> <td>Media</td> <td>Alta</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">Probabilidad Ocurrencia</td> </tr> </table>	Impacto	Alta				Media		X		Baja						Baja	Media	Alta			Probabilidad Ocurrencia			NUNCA	Eficacia	<p align="center">CORTESIAS</p> <p align="center">TOTAL DE CORTESIAS</p> <p align="center">TOTAL DE ENTREGAS REALIZADAS</p> <p>Parámetro para entregas de cortesías es 30 minutos o es gratis. Cortesías Tolerables 2 de c/100 pedidos</p>
Impacto	Alta																												
	Media		X																										
	Baja																												
		Baja	Media	Alta																									
		Probabilidad Ocurrencia																											
SERVICIO AL CLIENTE POR CALL CENTER	Llamadas no atendidas	Perdida de Pedidos	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">Impacto</td> <td>Alta</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Baja</td> <td>Media</td> <td>Alta</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">Probabilidad Ocurrencia</td> </tr> </table>	Impacto	Alta				Media		X		Baja						Baja	Media	Alta			Probabilidad Ocurrencia			Nunca	Eficiencia	<p align="center">TMO TIEMPO DE CONVERSION DE LLAMADAS</p> <p align="center">$\frac{\text{TIEMPO TOTAL DE LLAMADAS}}{\text{TOTAL DE LLAMADAS}}$</p> <p>Tiempo establecido de duración por llamada 2.5 min.</p>
	Impacto	Alta																											
Media			X																										
Baja																													
		Baja	Media	Alta																									
		Probabilidad Ocurrencia																											
	Pedidos erróneos	Rechazo del pedido	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">Impacto</td> <td>Alta</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Baja</td> <td>Media</td> <td>Alta</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">Probabilidad Ocurrencia</td> </tr> </table>	Impacto	Alta				Media				Baja		X				Baja	Media	Alta			Probabilidad Ocurrencia			Nunca		<p align="center">PEDIDOS ERRONEOS</p> <p align="center">$\frac{\text{PEDIDOS GENERADOS CON PROBLEMAS}}{\text{TOTAL DE PEDIDOS GENERADOS}}$</p> <p align="center">% < 1%</p>
Impacto	Alta																												
	Media																												
	Baja		X																										
		Baja	Media	Alta																									
		Probabilidad Ocurrencia																											

ÁREAS DE INTERÉS	RIESGO IDENTIFICADO	CONSECUENCIA ASOCIADA	NIVEL DE RIESGO	PERIODICIDAD DE REVISIÓN	Tipo de Indicador	INDICADORES RECOMENDABLES.																							
SERVICIO AL CLIENTE PARA LLEVAR Y EN RESTAURANTE	Pésima atención al cliente	Cliente insatisfecho	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">Impacto</td> <td>Alta</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Baja</td> <td>Media</td> <td>Alta</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">Probabilidad Ocurrencia</td> </tr> </table>	Impacto	Alta				Media				Baja		X				Baja	Media	Alta			Probabilidad Ocurrencia			Algunas Veces	Calidad	<p>SATISFACCION DEL CLIENTE NUMERO DE CLIENTES SATISFECHOS _____ NUMERO TOTAL DE CLIENTES % < 1% Satisfacción del cliente medida a raves de encuestas y buzón de sugerencias</p> <p>RECLAMOS NUMERO DE DESPACHOS PARA LLEVAR QUE FUERON ENTREGADOS INCOMPLETOS _____ NUMERO TOTAL DE DESPACHOS PARA LLEVAR % < 1%</p>
	Impacto	Alta																											
Media																													
Baja			X																										
		Baja	Media	Alta																									
		Probabilidad Ocurrencia																											
Largos tiempos de espera	Pérdida del Cliente	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">Impacto</td> <td>Alta</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Baja</td> <td>Media</td> <td>Alta</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">Probabilidad Ocurrencia</td> </tr> </table>	Impacto	Alta				Media	X			Baja						Baja	Media	Alta			Probabilidad Ocurrencia			Algunas veces	Eficiencia	<p>CICLO DE LA ORDEN O PEDIDO HORA DE RECEPCION DE PEDIDO (-) HORA DE SOLICITUD DEL PEDIDO</p> <p>Tiempo Máximo de espera por cliente 15 Min.</p>	
Impacto	Alta																												
	Media	X																											
	Baja																												
		Baja	Media	Alta																									
		Probabilidad Ocurrencia																											

ÁREAS DE INTERÉS	RIESGO IDENTIFICADO	CONSECUENCIA ASOCIADA	NIVEL DE RIESGO	PERIODICIDAD DE REVISIÓN	Tipo de Indicador	INDICADORES RECOMENDABLES.																							
INVENTARIO	Desabastecimiento	Incumplimiento con el ciclo de Oferta y Demanda	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">Impacto</td> <td>Alta</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Baja</td> <td>Media</td> <td>Alta</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">Probabilidad Ocurrencia</td> </tr> </table>	Impacto	Alta			X	Media				Baja						Baja	Media	Alta			Probabilidad Ocurrencia			Mucha veces	Calidad	DURACION DE MERCANCIAS <u>INVENTARIO PROMEDIO</u> VENTAS PROMEDIO Periodo mínimo aceptado 5 DIAS
Impacto	Alta				X																								
	Media																												
	Baja																												
		Baja	Media	Alta																									
		Probabilidad Ocurrencia																											
MERCADEO	Publicidad Engañosa	Pérdida del cliente Insatisfacción de expectativa del cliente	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">Impacto</td> <td>Alta</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Baja</td> <td>Media</td> <td>Alta</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">Probabilidad Ocurrencia</td> </tr> </table>	Impacto	Alta			X	Media				Baja						Baja	Media	Alta			Probabilidad Ocurrencia			Algunas Veces	Calidad	ACEPTACION DE PRODUCTOS <u>PRODUCTOS SUMINISTRADOS (-) PRODUCTOS DEVUELTOS</u> TOTAL DE PRODUCTOS SUMINISTRADOS % Aceptado < del 3%
	Impacto	Alta				X																							
Media																													
Baja																													
		Baja	Media	Alta																									
		Probabilidad Ocurrencia																											
	Altos costos en publicidad	Publicidad No Llamativa	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">Impacto</td> <td>Alta</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Baja</td> <td>Media</td> <td>Alta</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">Probabilidad Ocurrencia</td> </tr> </table>	Impacto	Alta		X		Media				Baja						Baja	Media	Alta			Probabilidad Ocurrencia			Muchas veces	Calidad	NIVEL DE COSTO PUBLICITARIO <u>COSTO DE PUBLICIDAD EN VENTAS</u> VENTA TOTALES % aceptado 1.5%
Impacto	Alta		X																										
	Media																												
	Baja																												
		Baja	Media	Alta																									
		Probabilidad Ocurrencia																											

ÁREAS DE INTERÉS	RIESGO IDENTIFICADO	CONSECUENCIA ASOCIADA	NIVEL DE RIESGO	PERIODICIDAD DE REVISIÓN	Tipo de Indicador	INDICADORES RECOMENDABLES																							
	Innovación de producto	Rechazo del cliente por Producto nuevo	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">Impacto</td> <td>Alta</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Baja</td> <td>Media</td> <td>Alta</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">Probabilidad Ocurrencia</td> </tr> </table>	Impacto	Alta		X		Media				Baja						Baja	Media	Alta			Probabilidad Ocurrencia			Algunas Veces	Calidad	<p>INNOVACION DE PRODUCTOS</p> <p>NUMERO DE NUEVOS PRODUCTOS</p> <hr/> <p>NUMEROS TOTAL DE PRODUCTOS DEL MENÚ</p> <p>RECHAZO DE PRODUCTOS NUEVOS</p> <p>NUMERO DE RECLAMOS DE CLIENTES POR PRODUCTOS NUEVOS</p> <hr/> <p>TOTAL DE VENTA DE PRODUCTOS NUEVOS</p> <p>% aceptado de reclamos 2.5%</p>
Impacto	Alta		X																										
	Media																												
	Baja																												
		Baja	Media	Alta																									
		Probabilidad Ocurrencia																											
VENTAS	DISMINUCION EN VENTAS	Perdidas en utilidades del periodo	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">Impacto</td> <td>Alta</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Baja</td> <td>Media</td> <td>Alta</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">Probabilidad Ocurrencia</td> </tr> </table>	Impacto	Alta		X		Media				Baja						Baja	Media	Alta			Probabilidad Ocurrencia			Muchas veces	Eficiencia	<p>EFICIENCIA DE OPERACIÓN</p> <p>UTILIDAD DEL PERIODO (-) UTILIDAD DEL PERIODO ANTERIOS</p> <hr/> <p>UTILIDAD DEL PERIODO ANTERIOR</p> <p>Crecimiento en Ventas por año 25%</p> <hr/> <p>NIVEL DE COMERCIALIZACION EN TIENDA</p> <hr/> <p>VENTAS EN TIENDAS</p> <hr/> <p>VENTAS TOTALES</p> <p>Metas de venta en tienda del 90%</p>
Impacto	Alta		X																										
	Media																												
	Baja																												
		Baja	Media	Alta																									
		Probabilidad Ocurrencia																											

ÁREAS DE INTERÉS	RIESGO IDENTIFICADO	CONSECUENCIA ASOCIADA	NIVEL DE RIESGO	PERIODICIDAD DE REVISIÓN	Tipo de Indicador	INDICADORES RECOMENDABLES.																							
RECURSOS HUMANOS	Bajo grado de involucramiento del personal en la misión, visión y objetivos de la entidad	Pésimo desempeño en las tareas designadas	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">Impacto</td> <td>Alta</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Baja</td> <td>Media</td> <td>Alta</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">Probabilidad Ocurrencia</td> </tr> </table>	Impacto	Alta		X		Media				Baja						Baja	Media	Alta			Probabilidad Ocurrencia			Nunca	Eficiencia	<p align="center">GRADO DE INVOLUCRAMIENTO</p> <p align="center">NUMERO DE EMPLEADOS QUE CONOCEN LA MISION, VISION Y OBJETIVOS</p> <hr/> <p align="center">NUMERO TOTAL DE EMPLEADOS</p> <p align="center">99% DE ACEPTACION</p>
	Impacto	Alta			X																								
Media																													
Baja																													
		Baja	Media	Alta																									
		Probabilidad Ocurrencia																											
Falta de reconocimiento Laboral del Talento Humano	Baja motivación del personal	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">Impacto</td> <td>Alta</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Baja</td> <td>Media</td> <td>Alta</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">Probabilidad Ocurrencia</td> </tr> </table>	Impacto	Alta		X		Media				Baja						Baja	Media	Alta			Probabilidad Ocurrencia			Nunca	Eficiencia	<p align="center">NIVEVL DE MTIVACION DEL PERSONAL</p> <p align="center">NUMERO DE EMPLEADOS QUE <u>HAN RECIBIDO INCENTIVOS</u></p> <hr/> <p align="center">TOTAL DE EMPLEADOS</p> <p align="center">100% DE ACEPTACION</p>	
Impacto	Alta			X																									
	Media																												
	Baja																												
		Baja	Media	Alta																									
		Probabilidad Ocurrencia																											

ÁREAS DE INTERÉS	RIESGO IDENTIFICADO	CONSECUENCIA ASOCIADA	NIVEL DE RIESGO	PERIODICIDAD DE REVISIÓN	Tipo de Indicador	INDICADORES RECOMENDABLES.																							
SEGURIDAD DE LA INFORMACION	Pérdida de Información	Retraso en toma de pedidos	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">Impacto</td> <td>Alta</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Baja</td> <td>Media</td> <td>Alta</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">Probabilidad Ocurrencia</td> </tr> </table>	Impacto	Alta	X			Media				Baja						Baja	Media	Alta			Probabilidad Ocurrencia			Semestral	Calidad	Control del Número de incidentes o pérdidas de información Número de Anomalías o Pérdidas de Información Detectadas <hr/> Número de Anomalías o pérdidas de Información < 90%
		Impacto			Alta	X																							
Media																													
Baja																													
		Baja	Media	Alta																									
		Probabilidad Ocurrencia																											
Molestia del cliente Base de datos deficiente	Cumplimiento - Registro de controles de Acceso Número de usuarios activos <hr/> Número Total de usuarios autorizados <1%																												
						Caídas del servidor central Número de caídas del servidor <hr/> Entre total de caídas permitidas 2 incidencias por mes																							

ÁREAS DE INTERÉS	RIESGO IDENTIFICADO	CONSECUENCIA ASOCIADA	NIVEL DE RIESGO	PERIODICIDAD DE REVISIÓN	Tipo de Indicador	INDICADORES RECOMENDABLES.																							
	Capacidad e integridad del equipo informático y dispositivos de seguridad y protección	Equipos dañados	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">Impacto</td> <td>Alta</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Baja</td> <td>Media</td> <td>Alta</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">Probabilidad Ocurrencia</td> </tr> </table>	Impacto	Alta	X			Media				Baja						Baja	Media	Alta			Probabilidad Ocurrencia			mensual	Eficiencia	<p>Cumplimiento de respaldos o BackUp del sistema</p> <p>Número de copias realizadas por mes</p> <hr/> <p>Número de días del mes</p> <p>Porcentaje aceptado 99%</p> <p>Control de contraseñas</p> <p>Número de contraseñas que poseen 8 dígitos</p> <hr/> <p>Total de contraseñas registradas</p> <p>Aceptado > 9%</p> <p>Proteccion de quipos UPS</p> <p>Número de UPS dañados</p> <hr/> <p>Entre total de UPS en uso</p> <p>2 dispositivos dañados</p>
Impacto	Alta	X																											
	Media																												
	Baja																												
		Baja	Media	Alta																									
		Probabilidad Ocurrencia																											

3.2.3 Memorándum de planeación de auditoría

Cliente:	LA SABROSURA S.A DE C.V.
Tipo de Auditoría:	Gestión
Período de Auditoría:	2016
Socio a Cargo:	Lic.Maurcio Landaverde
Revisado por	

3.2.3.1 Términos del compromiso

Objetivo de la auditoría

Informar a través de cartas a la gerencia, los resultados de la evaluación y entendimiento de la estructura de control interno establecida por la administración de la empresa y determinar el desempeño de todo el personal con el que cuenta la entidad, evaluando el riesgo de control y así verificar el cumplimiento de los procedimientos establecidos por la organización.

Objetivo específico

- Efectuar una revisión del sistema del control interno, políticas y reglamentos para emitir el dictamen que contendrá recomendaciones sobre la gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, para la empresa La Sabrosura S.A de C.V.
- Ayudar a mejorar los niveles de competitividad en el mercado determinando si los procesos establecidos por la administración están siendo realizados eficazmente.

- Evaluar los resultados obtenidos con la finalidad de proponer recomendaciones de mejora.

Tipo de auditoría

Auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente.

Alcance del encargo

El trabajo consistirá en efectuar una auditoría de gestión de calidad de servicio al cliente de las operaciones realizadas por la institución durante el periodo comprendido del 01 de enero al 31 de octubre del 2016. En la ejecución de la auditoría se aplicarán procedimientos, técnicas y prácticas de auditoría que permitan obtener la evidencia suficiente y relevante.

Tiempo de ejecución

La auditoría será ejecutada en 10 meses a partir de la fecha de notificación de inicio.

3.2.4 Responsabilidad de la firma:

Informar las observaciones encontradas durante la auditoría de gestión del servicio al cliente y seguridad de la información de los procesos del servicio al cliente detallando las áreas de interés y todas aquellas fortalezas y debilidades encontradas en

la ejecución de todos los procesos del servicio al cliente de la entidad.

Examinar cada uno de los procedimientos que la entidad ejecuta y verificar que se estén cumpliendo según las políticas determinadas por la entidad.

3.2.5 Informes a presentar.

Al finalizar la auditoría de gestión se deberá presentar un informe a la gerencia con recomendaciones, comentarios y conclusiones sobre el control interno que al mejoramiento constante de la entidad.

Contenido de informe:

Al finalizar el trabajo de auditoría como firma responsable entregaremos a nuestro cliente LA SABROSURA S.A DE C.V., cartas a la gerencia con el resultado de la auditoría de gestión del servicio al cliente y seguridad de información de los procesos del servicio al cliente prestado por la entidad que contenga:

- Carta de presentación
- Descripción de hallazgos que contengan: condición, criterio causa y consecuencia
- Comentario de la administración
- Conclusiones y recomendaciones del auditor

El producto final del encargo es el informe de auditoría de gestión, el cual se

entregará a los responsables de la administración el 31 de octubre del 2016.

3.2.6 Conocimiento de la empresa

La sociedad es de naturaleza anónima, de capital variable, de nacionalidad salvadoreña con el nombre de “LA SABROSURA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE”, que se abrevia “LA SABROSURA, S.A. DE C.V. y su finalidad es la venta de pizzas, ensaladas, hamburguesas y sándwiches.

Datos Generales

- ❖ **Nombre de la empresa:** LA SABROSURA, S.A. DE C.V
- ❖ **Número de Identificación Tributaria:** (NIT) 0614-200212-106-1
- ❖ **Número de Registro de Contribuyente:** (NRC) 11426-3
- ❖ **Naturaleza:** Sociedad Anónima de Capital Variable
- ❖ **Estructura Legal:** Administrador Único
- ❖ **Fecha de Fundación:** 20 de febrero del 2012
- ❖ **Actividad Económica Principal:** Restaurantes

3.2.7 Antecedentes de la Empresa

Reseña Histórica La sociedad, LA SABROSURA, S.A. DE C.V., fue inscrita como sucursal en El Salvador bajo leyes de la República de El Salvador, el 20 de febrero del 2012. Inscrita en el Registro de Comercio al número 31 del libro 2000 del registro de sociedades desde el folio 320 al 345, el día 20 de febrero del 2012, sociedad constituida

para un plazo indefinido, según cláusula sexta de su escritura de constitución, su actividad principal es: restaurantes, actividad que lleva a cabo en 4 sucursales ubicadas en el municipio de San Salvador.

Valores aplicables dentro de la entidad:

- ✚ Calidad en el servicio al cliente
- ✚ Responsabilidad
- ✚ Respeto
- ✚ Tolerancia
- ✚ honestidad

Misión

Ser una empresa con claro enfoque a satisfacer las necesidades de todos los clientes y brindar el mejor de los servicios a domicilio y en restaurantes. Para lograrlo, nos esforzamos en conocer las diferentes inquietudes, recopilando en detalle los comentarios y observaciones que nos ayudan a fortalecernos y crecer cada día, para establecernos en una posición sólida en el mercado.

Visión

Ser los primeros bajo los principios de mejora continua en el servicio al cliente y el contacto directo con el usuario, poniendo en ello el mejor de nuestro esfuerzo y dedicación, lo que nos permite ofrecer a nuestros clientes una capacidad de respuesta a sus necesidades.

Objetivos

Objetivo general

Ser una empresa líder, fundada con el objetivo de proporcionar a nuestros selectos y exigentes clientes las mejores propuestas que demandan a través de la innovación de nuestros productos y el constante mejoramiento en el servicio brindado.

Objetivos específicos

- ✚ Capacitar constantemente a los empleados para que puedan brindar a nuestros clientes el mejor de los servicios y productos.

- ✚ Trabajar en equipo en busca de ofrecer la mejor calidad en servicio a domicilio, comer en restaurantes y llevar.

- ✚ Enfocar la entidad al constante crecimiento.

Fuentes y métodos de financiamiento

La entidad tiene como fuente de financiamiento el endeudamiento a corto plazo para financiar sus actividades operativas, a través de la gestión de préstamos en instituciones financieras que cobren los intereses más accesibles para la compañía, y

respaldado por cuentas por cobrar y activo fijo y prestamos provenientes de accionistas así también aportes de los mismos.

3.2.8 Políticas administrativas

- Todos los empleados deben portar su uniforme completo y debidamente limpio y ordenado.
- El personal debe marcar su hora de entrada y salida de la entidad con huella digital.
- Asistir a todas las capacitaciones que la administración realice a cada departamento.
- Respetar a los compañeros de trabajo y a los clientes brindado un trato justo y eficiente.
- Mantener un comportamiento con éticas y profesionalismo.
- Brindar a los clientes el mejor servicio de calidad para satisfacer sus necesidades.
- Mantener en buen estado las instalaciones de cada lugar de trabajo y facilitar a los empleados las herramientas necesarias para que realicen cada actividad.
- Se prohíbe a los empleados atender visitas fuera de lo laboral dentro de las horas de trabajo.
- Manejar toda la información relacionado con la empresa con plena confidencialidad.
- Cumplir con todos los estándares de calidad al elaborar los productos para la venta.

3.2.9 Estructura organizativa

La estructura organizativa de la empresa permite asignar las responsabilidades de las diferentes funciones y procesos a todas las personas y departamentos. La Sabrosura, S.A. de C.V. está estructurada de la siguiente manera:

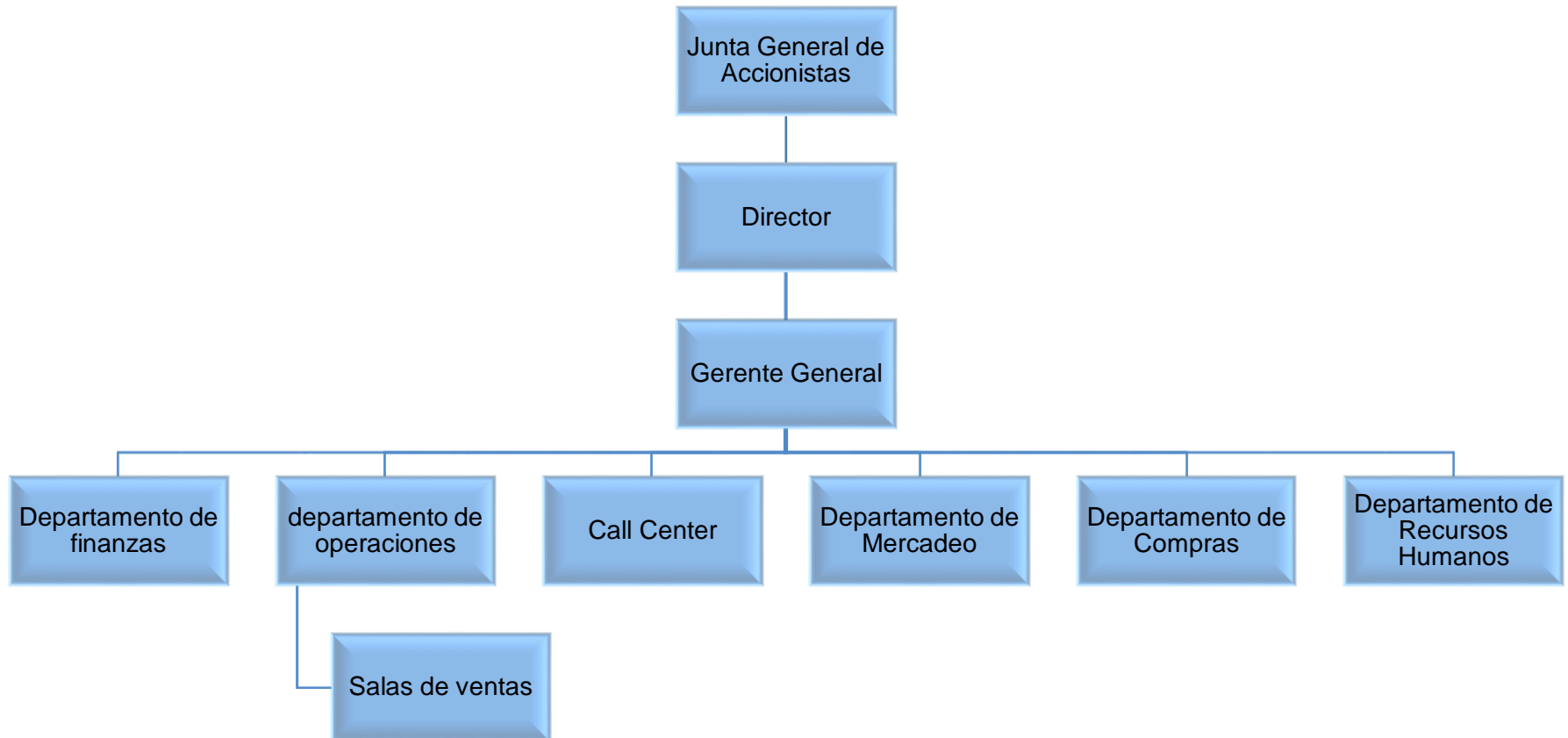
Junta General de Accionistas: es el órgano supremo de la sociedad y estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.

Administrador único: la administración de la sociedad está confiada a un Administrador Único, quien ejerce las funciones de dirección, gestión y administración y representante legal.

La entidad está conformada por 150 empleados, los cuales son parte de los siguientes departamentos:

- Depto. De Finanzas
- Depto. De Operaciones
- Depto. De Mercadeo
- Depto. De Compras
- Depto. De Recursos Humanos
- Call Center.

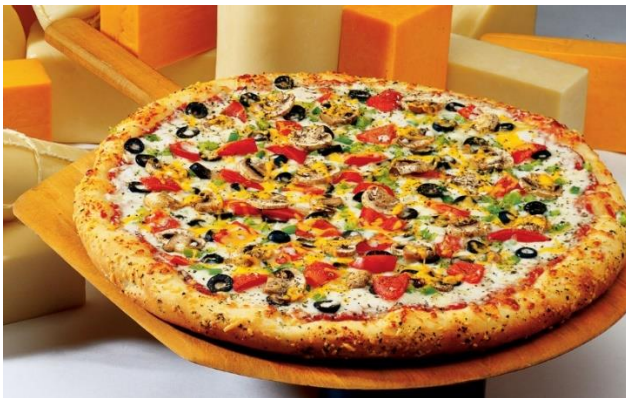
Estructura Organizativa



3.2.10 Descripción de los productos ofrecidos a los clientes

La empresa la Sabrosura S.A de C.V cuenta con variados productos entre los que destacan pizzas de diferentes sabores entre las que se encuentra: la cuatro quesos, cheese bacón, Honolulu y la americana. También ofrece sándwich de pollo y de diferentes jamones y en este variado menú también se encuentran las hamburguesas combinadas con carnes, pollo a la plancha y su salsa ranch y las ensaladas en su variedad.

Pizzas



Ensaladas



Sándwiches



Hamburguesas



Ubicación

Localización: la empresa la Sabrosura S.A de C.V tiene sus oficinas centrales en la 87 AV. Norte #210 colonia escalón.

Cuenta con 4 salas de ventas las cuales están ubicadas en diferentes puntos del municipio de San Salvador. Cada punto de venta cuenta con servicio para comer en restaurante, llevar y a domicilio.

NOMBRE DE LA SUCURSAL	DIRECCION
sucursal la escalón	Paseo general escalón entre 85 y 87 Av. Norte#150
sucursal los héroes	Centro Comercial Metrocentro octava etapa.
sucursal las mascota	Centro comercial la mascota primer nivel local #20
sucursal salvador del mundo	Alameda Roosevelt centro comercial la campana local#11

3.2.11 Imagen Corporativa

Publicidad: La sabrosura da a conocer sus productos a través de medios de comunicación como: su página web, radio, Facebook, twitter, vallas publicitarias y rótulos en sus salas de ventas.

Proveedores importantes

NOMBRE	DIRECCION	NIT	CONTACTO
Lácteos del corral .SA DE C.V.	Paseo general escalón 89 av. Norte #150 primer nivel	0614-290885-001-2	2230-2011
Industrias Bendek S.A DE C.V.	Boulevard del ejercito local 21 primer nivel	0520-121066-012-4	2280-4011

3.2.12 Estudio del control interno

Procedimientos a utilizar.

Para la realización de la auditoría es necesario determinar el grado de eficiencia, eficacia y confiabilidad que debe tener el sistema de control interno de la entidad y así tener confianza en el área de interés que se va a evaluar.

Para la recopilación de la información se realizan visitas en las cuales se harán entrevistas con el personal clave, se solicitarán los manuales de procedimientos, los procesos determinados por la administración y las políticas para evaluar el cumplimiento de la información proporcionada por la empresa.

Para el estudio y evaluación del control interno de La SABROSURA S.A DE C.V; se hará uso del método de escala de Likert para determinar qué tan de acuerdo o desacuerdo esta la entidad respecto a las interrogantes realizadas utilizando el ítem de 5 niveles.

En la auditoría como preámbulo a la ejecución de la misma utilizaremos herramientas como la norma ISO 27000,31000,90001 NIA 315,340,330,500 las cuales nos permitirán tener un mejor conocimiento de los procedimientos, aplicaciones y reglas de los controles con que cuenta la empresa para la detección de riesgos, los cuestionarios nos permitirán determinar los niveles de control que la entidad tiene, los riesgos inherentes que pueden ocurrir, los riesgos de control que puedan ocurrir y como auditores poder determinar un riesgo de detección o combinado que permita indagar en

aquellas áreas de mayor relevancia.

3.2.13 Procedimiento de control interno

Ambiente de control interno

- Competitividad
- Valores de integridad y ética
- Coordinación de acciones institucionales
- Administración eficaz del potencial humano
- Capacitación y entrenamiento del personal

Luego de identificar los factores utilizados en el desarrollo de las actividades operativas de la empresa se hará un estudio que permita verificar el cumplimiento de las políticas implementadas por la entidad y determinar el grado de eficiencia, eficacia y calidad del sistema de control interno para medir la confianza en cada área de interés a evaluar.

3.2.14 Valoraciones de riesgo

La valoración de los riesgos para la consecución de los objetivos de la entidad evaluando la probabilidad de ocurrencia, a partir de dos perspectivas: probabilidad e impacto. La empresa clasifica los riesgos en inherentes y de control de la áreas de interés en alto, medio y bajo.

Durante la planificación de la auditoría, se consideran las diferentes clases de riesgos para cada una de las áreas de eficiencia, eficacia y calidad, no obstante el riesgo de emitir una opinión sobre los objetivos y servicios prestados que presenten errores o irregularidades importantes a que está inmersa la auditoría.

3.2.15 Respuestas al riesgo

Evitar: Se toman acciones a fin de discontinuar las actividades que generan el riesgo. Mitigar el riesgo implica reducir aceptablemente la probabilidad o el impacto de un evento adverso y adoptar acciones tempranas para reducir la probabilidad de ocurrencia

Reducirlo: Se toman acciones de modo de reducir el impacto, la probabilidad de ocurrencia del riesgo o ambos.

Compartirlo: Tomar acciones a modo de reducir el impacto o la probabilidad de ocurrencia al transferir o compartir una porción del riesgo. Transferir el riesgo significa trasladar a un tercero todo o parte del impacto negativo de una amenaza, junto con la propiedad de la respuesta, pero no lo elimina.

Aceptarlo: No se toma ninguna acción que limite el impacto y probabilidad de ocurrencia del riesgo

Actividades de control

- ✓ Identificar las medidas de control que realiza la entidad para evaluar los procedimientos establecidos en cada área de interés.
- ✓ Evaluar la efectividad en las actividades de control que contribuyen a determinar los resultados en la gestión de la operación del servicio al cliente.
- ✓ Evaluar las medidas establecidas y utilizadas por la entidad para la seguridad de la información confidencial de la base de datos de sus clientes y el control sobre el acceso a la información por todos los usuarios.
- ✓ Evaluar las medidas utilizadas por la entidad respecto a los procesos del servicio a domicilio y por call center ofrecidos por la empresa.
- ✓ Evaluar el desempeño de recursos humanos en relación al desempeño efectivo en las actividades realizadas por el personal.
- ✓ Evaluar cómo se miden los controles físicos sobre los procesos y procedimientos aplicados en la empresa.
- ✓ Determinar la efectividad de las acciones de control que contribuyen a la revisión de resultados operativos y administrativos.
- ✓ Evaluar los procedimientos y procesos que implementa la entidad respecto a la calidad brindada en el servicio al cliente por call center, a domicilio para llevar y en restaurantes.
- ✓ Evaluar el desempeño del personal según la segregación de las funciones con el

propósito que permitan tener un desempeño efectivo en las actividades realizadas.

Monitoreo

Identificar y evaluar las medidas de control utilizadas por la entidad respecto al seguimiento de los controles determinados por la dirección y sus responsabilidades relacionadas a mantener el control interno en la empresa.

Sistemas de información y comunicación

- ❖ Determinar si los sistemas de información utilizados en la entidad, están diseñados según las necesidades de la operación de la empresa.
- ❖ Indagar la efectividad, y el correcto procesamiento de las transacciones de un modo que permita que su valor monetario se registre e integre en las actividades de desarrollo.

3.2.16 Factores de entorno de riesgos

Factores sectoriales

LA SABROSURA S.A DE C.V se dedica a la venta de comida rápida con servicio a domicilio

Para el ámbito externo en el que opera la empresa pueden identificarse fuerzas

que influyen sobre la entidad como:

La competencia es un factor primordial porque en el sector de comida rápida existe diversidad de restaurantes que ofrecen al público variedad de platillos por lo que es necesario mantener la mejor calidad en el servicio al cliente.

Los clientes. Existe una diversidad de clientes de todas las edades con diferentes gustos y preferencias pero todos buscan una mejor atención y calidad en los productos.

Factores normativos

Dentro del marco de información financiera aplicable en la entidad LA SABROSURA S.A DE C.V., se puede manifestar lo siguiente:

La auditoría se realizará conforme a las Normas Internacionales de auditoria NIA'S tomando como referencia las Normas ISO 9001,27000 y 31000.

3.2.17 Programación Y organización de la Auditoría

Personal Asignado y Tiempo para las actividades:

NOMBRE	CORREO	TELEFONO
ANDREA EUNICE MENJIVAR	andrea.menjivar@cass.com.sv	2243-8030
PABLO ANDRÉS HERNÁNDEZ	pamela.garcia@cass.com.sv	2230-4421
GERSON ALEJANDRO MENDEZ	andres.escobra@cass.com.sv	2245-1029
VILMA PATRICIA PEREZ	vilma.perez@cass.com.sv	2225-3011

Actuarán como auditores de la firma **C & A auditores S.A DE C.V.** Para el desarrollo de la auditoría tomando en cuenta el tamaño de la entidad, el tipo de auditoría a realizar las políticas, controles y procedimientos a desarrollar el recurso humano siguiente:

	PERSONAL	CARGO	VISITAS	PRE INICIAL	ETAPA PLANEACION	EJECUCION	INFORME	TOTAL HORAS
A	ANDREA EUNICE MENJIVAR PABLO ANDRÉS	GERENTE GENERAL	20	10	35	12	30	107
B	HERNÁNDEZ GERSON ALEJANDRO	AUDITOR	30	15	40	50	30	165
C	MENDEZ VILMA PATRICIA	AUDITOR ASISTENTE	20	30	30	50	20	150
D	PEREZ	(EXPERTO)	10	10	15	25	20	80

3.2.18 Personal involucrado en la auditoria.

Por parte de LA SABROSURA S.A DE C.V.

Nombre	Cargo y responsabilidad	Otra información
Walter Vladimir Sánchez	Gerente de operaciones	Tel. 2245-2455
Andrea Guadalupe Benítez	Gerente de bodega	Cel. 7634-1108
Nelson Alexander Fuentes	Gerente general	Nelson.fuentes@lasabrosura.com
Natalia Eugenia Salazar	Contador general	Tel.2411-3089
Maritza Rodríguez	Encargada de servicio a domicilio	Cel.7645-2011
Brenda Angélica Sosa	Encargada de call center	Tel.2276-2345

3.2.19 Cronograma de auditoría

Actividad Tiempo	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Entrevista a personal por área																																								
Solicitud de documentación																																								
Identificación del tipo de Auditoría (Gestión de Calidad)																																								
Definición de Objetivos y Estrategias																																								
Revisión de Leyes y Reglamentos																																								
Entendimiento del proceso del Negocio																																								
Observación de ambiente interno y externo																																								
Conocimiento del Negocio																																								
Elaborar Plan de Auditoria																																								
Identificación de los Indicadores de gestión																																								
Evaluación y Valoración del Riesgo																																								
Evaluación del Control Interno																																								
Elaboración de Memorándum de planeación y elaboración de programas																																								
Aplicación de Programas																																								
Preparación de Papeles de Trabajo																																								
Evidencia de Auditoría																																								
Informe de Gestión																																								

3.2.20 Evaluación del control interno

El proceso de evaluación de riesgos de la entidad permite que la administración identifique los riesgos a los cuales está expuesta la organización, por ello para la realización de la auditoría es necesario determinar el grado de eficiencia, eficacia y economía del sistema de control interno.

Para la recopilación de la información se realizarán entrevistas con personal clave que conozca cada uno de los procesos que se desarrollan, se verificará la existencia de manuales de procedimientos, reglamentos internos y se examinará la descripción de puestos, políticas y objetivos para posteriormente evaluar el cumplimiento de la información proporcionada por la empresa.

Para la evaluación del control interno se hará uso del método de la escala de Likert para determinar qué tan de acuerdo o desacuerdo está la entidad respecto a las interrogantes realizadas para cada una de las áreas en estudio.

En el proceso de auditoría se usarán herramientas como narrativas y cuestionarios orientados a evaluar los componentes del control interno, y se usará la norma ISO 31000 gestión de riesgos que permite aplicar sistemas de controles de gestión para minimizar riesgos y generar un enfoque para mejorar la gestión del riesgo, de manera sistemática y brindar diversidad de posibilidades para que de manera integral haya una gestión que permita lograr los objetivos, con ellos se pretende determinar los riesgos inherentes que

pueden ocurrir, los riesgos de control que se puedan generar y como auditores poder determinar un riesgo de detección en las áreas de mayor importancia.

3.2.20.1 Ambiente de control interno.

Al identificar los factores que se utilizan en el desarrollo de los procesos operativos de la empresa. LA SABROSURA S.A DE C.V, se continuará en una fase que pretende verificar el cumplimiento de las políticas, procedimientos, procesos y objetivos que implementa la empresa para poder determinar el grado de eficiencia, eficacia y calidad del sistema de control interno.

3.2.20.2 Valoraciones de riesgo

El proceso de valoración de riesgos permite que la administración identifique todos los riesgos relevantes para la consecución de los objetivos de la entidad evaluando la probabilidad de ocurrencia, a partir de dos perspectivas: probabilidad e impacto. La empresa clasifica los riesgos inherentes y de control de la áreas de interés en alto, medio y bajo.

3.2.20.3 Respuesta al riesgo

RESPUESTA AL RIESGO
<p>Evitar: se toman acciones a fin de discontinuar las actividades que generan el riesgo.(Mitigar el riesgo). Mitigar el riesgo implica reducir aceptablemente la probabilidad o el impacto de un evento adverso y adoptar acciones tempranas para reducir la probabilidad de ocurrencia.</p>
<p>Reducirlo: Se toman acciones de modo de reducir el impacto, la probabilidad de ocurrencia del riesgo o ambos.</p>
<p>Compartirlo: Tomar acciones a modo de reducir el impacto o la probabilidad de ocurrencia al transferir o compartir una porción del riesgo. Transferir el riesgo significa trasladar a un tercero todo o parte del impacto negativo de una amenaza, junto con la propiedad de la respuesta, pero no lo elimina.</p>
<p>Aceptarlo: No se toma ninguna acción que limite el impacto y probabilidad de ocurrencia del riesgo.</p>

3.2.20.4 Actividades de control

Identificar las medidas de control que realiza la entidad para evaluar los procedimientos establecidos en cada área de interés.

Evaluar la efectividad en las actividades de control que contribuyen a determinar los resultados en la gestión de la operación del servicio al cliente.

Evaluar las medidas establecidas y utilizadas por la entidad para la seguridad de la información confidencial de la base de datos de sus clientes y el control sobre el acceso a la información por todos los usuarios.

Evaluar las medidas utilizadas por la entidad respecto a los procesos del servicio a domicilio y por call center ofrecidos por la empresa.

Evaluar los procedimientos que implementa la entidad para brindar calidad en el servicio al cliente.

Evaluar el desempeño de recursos humanos en relación al desempeño efectivo en las actividades realizadas por el personal.

3.2.20.5 Factores sectoriales

LA SABROSURA S.A DE C.V se dedica a la venta de comida rápida con servicio a domicilio

Para el ámbito externo en el que opera la empresa pueden identificarse fuerzas que influyen sobre la entidad como:

La competencia es un factor primordial porque en el sector de comida rápida existe diversidad de restaurantes que ofrecen al público variedad de platillos por lo que es necesario mantener la mejor calidad en el servicio al cliente.

Los clientes. Existe una diversidad de clientes de todas las edades con diferentes gustos y preferencias pero todos buscan una mejor atención y calidad en los productos.

3.2.20.6 Factores normativos

Dentro del Marco de información financiera aplicable en la entidad LA SABROSURA S.A DE C.V., se puede manifestar lo siguiente:

La auditoría se realizará conforme a las Normas Internacionales de auditoría NIA'S aplicando las Normas ISO 9001,27000 y 31000.

3.2.20.7 Cuestionario de control interno

Para poder determinar los resultados del control interno de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, para la empresa LA SABROSURA S.A DE C.V. se hace uso de la escala de Likert.

La escala de Likert: también denominada método de evaluaciones sumarias es una escala psicométrica que comúnmente es utilizada en cuestionarios y encuestas en la investigación, por medio de esta escala se especifica el nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración o pregunta.

Tipos de ítem Likert

Se puede utilizar para medir diferentes actitudes de un encuestado entre las que se encuentran:

- ✚ El nivel de acuerdo con una afirmación.
- ✚ La frecuencia con la que se realiza una actividad.
- ✚ El nivel de importancia que se atribuye a un determinado factor.
- ✚ La valoración de un servicio, producto, o empresa.
- ✚ La probabilidad de realizar una acción futura.

Niveles de Likert

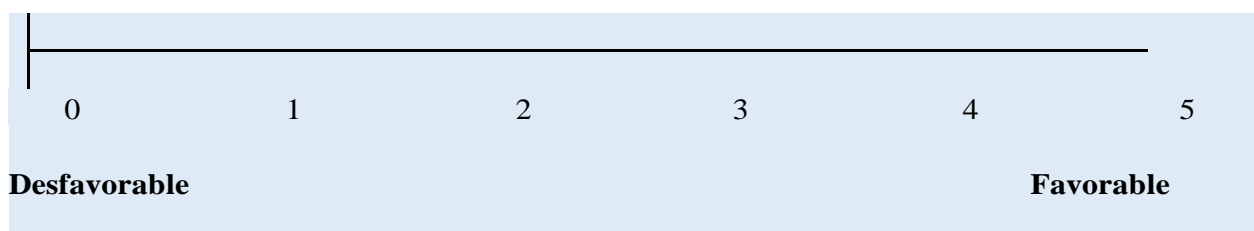
Para medir el cuestionario de control interno se utilizara el ítem de 5 niveles. Consiste en un conjunto de ítems que sirve para determinar si el servicio es favorable o desfavorable para calcularlo se hace uso de la siguiente formula.

PT = Favorable o desfavorable.

NT

PT= Puntuación total en la escala

NT= Número de afirmaciones



Desfavorable: 0 a 2.5

Favorable: 2.5 a 5

Cuestionarios de Control Interno

Control Interno: SERVICIO AL CLIENTE A DOMICILIO

Auditor:	Lic. Gerson Alejandro Méndez	Fecha: 12/08/2016
Entrevistado:	LA SABROSURA S.A DE C.V.	Fecha: 12/08/2016
Revisado por:	Lic. Pablo Andrés Hernández	Fecha: 12/08/2016

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
1	¿El agente de servicio a domicilió antes de tomar el pedido que llevara al cliente compara que sea el mismo del número de orden que refleja el tiquete?		2				
2	¿Se lleva registro de cada pedido entregado a los agentes de servicio a domicilio?				4		
3	¿Los agentes de servicio a domicilio informan de inmediato al departamento correspondiente cuando hay una queja en algún pedido?			3			
4	¿Los agentes de servicio a domicilio verifican antes de salir a entregar los pedidos que estos estén completos y sin deterioros?			3			
5	¿En las entregas a domicilio canceladas con tarjeta de crédito o débito se verifica que la persona que firme el vaucher de la tarjeta sea la misma que presenta el DUI y la tarjeta?				4		
6	¿Los pedidos son entregados en el tiempo oportuno de 30 minutos o es gratis?			3			
7	¿Los agentes del servicio a domicilio están en constante capacitación para retroalimentar los protocolos que deben seguir sobre el servicio al cliente a domicilio?		2				
8	¿Los agentes del servicio a domicilio se aseguran que el cliente quede satisfecho con el producto entregado?			3			
9	¿Los agentes de servicio a domicilio están informados diariamente sobre las nuevas promociones y descuentos?			3			

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
10	¿Cada agente de servicio a domicilio usa de manera limpia, ordenada y completa el uniforme asignado para su función?				4		
11	¿Se capacita al personal de servicio a domicilio sobre las zonas de cobertura de las entregas a domicilio?				4		
12	¿Los agentes de servicio a domicilio verifican si el cliente ha solicitado comprobante de crédito fiscal, factura o ticket al realizar su pedido para no tener inconveniente en la entrega?				4		
13	¿El supervisor de calidad verifica que cada orden entregada a los agentes de servicio a domicilio cumpla con los estándares de: temperatura, tamaño, forma y cocción?		2				
TOTAL						41	
RESULTADO PT/NT= 41/13						3.2	FAVORABLE

Control Interno: SERVICIO AL CLIENTE POR CALL CENTER

Auditor:	Lic. Gerson Alejandro Méndez	Fecha: 12/08/2016
Entrevistado:	LA SABROSURA S.A DE C.V.	Fecha: 12/08/2016
Revisado por:	Lic. Pablo Andrés Hernández	Fecha: 12/08/2016

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
1	¿Se lleva un registro diario de todas las llamadas recibidas en el call center?				4		
2	¿Los agentes de servicio de call center se informan diariamente sobre las nuevas promociones, descuentos y productos?					5	
3	¿Se premian con bonos a los agentes de call center con			3			

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
	mayor número de llamadas recibida de pedidos efectivos?						
4	¿Los agentes de call center cumplen el tiempo definido de 2.5 minutos máximo de duración de cada llamada?					5	
5	¿Los agentes de call center ofrecen los productos con mayor relevancia determinados para sacar del inventario en el menor tiempo posible ya sea por vencimiento cercano o para aumentar las ventas?					5	
6	¿Los agentes de call center antes de enviar la orden para su posterior despacho confirman al cliente que la han tomado según sus necesidades?					5	
7	¿Los agentes de call center antes de hacer efectiva una orden verifican que el cliente este dentro de las zonas de cobertura?			3			
8	¿Todos los agentes de call center verifican que las direcciones proporcionadas por el cliente estén completas?				4		
9	¿Los agentes verifican que los pedidos enviados para ser elaborados y entregados a domicilio se estén enviando a las sucursales correctas?					5	
10	¿Se lleva control sobre las quejas realizadas por los clientes por mala atención recibida por los agentes de call center?					5	
11	¿Se realizan acciones de personal a los agentes que no siguen las instrucciones de protocolo de atención de llamadas?			3			
12	¿Se cuenta con supervisores de control de calidad que controlen el buen desempeño de los agentes de call center?					5	

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
13	¿Se informa al cliente sobre el tiempo que se tardara la orden desde el momento de generarla hasta el momento de la entrega?					5	
TOTAL						57	
RESULTADO PT/NT= 57/13						4.4	FAVORABLE

Control Interno: SERVICIO AL CLIENTE PARA LLEVAR Y EN RESTAURANTE

Auditor:	Lic. Gerson Alejandro Méndez	Fecha: 12/08/2016
Entrevistado:	LA SABROSURA S.A DE C.V.	Fecha: 12/08/2016
Revisado por:	Lic. Pablo Andrés Hernández	Fecha: 12/08/2016

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
1	¿Los cajeros saludan cordialmente a los clientes y ofrecen la variedad de productos del menú al recibirlos?					5	
2	¿Se verifica que las promociones del menú estén vigentes?					5	
3	¿Se reciben, transmiten, registran y dirigen las reclamaciones de los clientes sea por el servicio o por los productos al departamento de mercadeo?				4		
4	¿Se confirma con el cliente antes de enviar la orden para su preparación que sea correcta?					5	

N°	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
5	¿Se pregunta al cliente si el pago será en efectivo o con tarjeta?					5	
6	¿Se cumple con el tiempo de entrega de 10 minutos del pedido desde que se toma la orden hasta la recepción por el cliente?				4		
7	¿Los cajeros se informan diariamente sobre los precios de los productos que ofrecerán al público?				4		
8	¿El supervisor de gestión de calidad de los productos verifica que los productos entregados a los clientes cumplan con la calidad determinada en temperatura, receta y forma?				4		
9	¿El personal a cargo del servicio para llevar comer en restaurante mantiene una buena presencia con respecto a su uniforme?					5	
10	¿El personal se pone a las órdenes del cliente y atiende de manera cordial los pedidos del mismo?				4		
11	¿Realizan mantenimientos civiles a todos los locales para comprobar su seguridad?				4		
12	¿Se revisa constantemente la limpieza y orden en la que se elaboran los productos y la limpieza en el área de trabajo y atención al cliente?				4		
TOTAL						53	
RESULTADO PT/NT= 53/12						4.4	FAVORABLE

Control Interno: INVENTARIO

Auditor:	Lic. Gerson Alejandro Méndez	Fecha: 12/08/2016
Entrevistado:	LA SABROSURA S.A DE C.V.	Fecha: 12/08/2016
Revisado por:	Lic. Pablo Andrés Hernández	Fecha: 12/08/2016

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
1	¿Las requisiciones de compras se realizan de acuerdo a las necesidades de abastecimiento de todos los productos?					5	
2	¿Se realizan inventarios diariamente en cada una de las sucursales y semanales en la bodega?					5	
3	¿El almacenamiento de materia prima se realiza en un lugar adecuado y libre de contaminantes?				4		
4	¿Se toman estrictas medidas higiénicas en la manipulación y conservación de alimentos?				4		
5	¿Cumplen las medidas del medio ambiente referidas a ruidos, vibraciones, poluciones, sustancias toxicas y contaminantes?					5	
6	¿El control de plagas se realiza mensualmente?					5	
7	¿Para la manipulación de los desechos se toman medidas de seguridad y se utilizan los instrumentos necesarios para evitar cualquier accidente o enfermedad ocasionada por estos?					5	
8	¿La ventilación e iluminación de la bodega de almacenamiento es la adecuada?				4		
9	¿Las requisiciones de compras de mercadería se realizan con 5 días de anticipación?			3			
10	¿Los gerentes de cada tienda realizan los pedidos de				4		

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
	abastecimiento para la sucursal con 3 días para no quedarse sin existencias?						
11	¿Para la utilización del inventario se utiliza el método de primera entradas-primeras salidas?					5	
12	¿En la adquisición de los productos se cumple con los estándares de calidad en cuanto a textura, sabores, temperaturas exigidos según la receta de cada producto?				4		
13	¿Se revisa que los productos adquiridos no estén vencidos o con fechas muy próximas a su vencimiento?					5	
14	¿Las compras de los productos se realizan a los proveedores determinados según listado de la empresa como los que tienen la mejor calidad y precios en el mercado?				4		
15	¿Se realizan cotizaciones a diferentes proveedores para la adquisición de la materia prima?				4		
16	El almacenamiento de la materia prima que se compra se realiza en un lugar con temperatura adecuada a la del producto y libre de contaminantes?					5	
17	¿Se realiza un estudio cada dos días para verificar que la existencia del inventario tenga un abastecimiento para un periodo de 5 días?				4		
18	¿Al realizar cambios en los productos de materia prima se hace un estudio previo para verificar que estos no afecten la calidad en la elaboración de los productos ofrecidos por la empresa?				4		
19	¿Se revisa diariamente que los productos en bodega nos estén			3			

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
	vencidos antes de ser distribuidos a todas las sucursales?						
TOTAL						82	
RESULTADO PT/NT= 82/19						4.3	FAVORABLE

Control Interno: DEPARTAMENTO DE MERCADEO

Auditor:	Lic. Gerson Alejandro Méndez	Fecha: 12/08/2016
Entrevistado:	LA SABROSURA S.A DE C.V.	Fecha: 12/08/2016
Revisado por:	Lic. Pablo Andrés Hernández	Fecha: 12/08/2016

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
1	¿Se diseñan estrategias de ventas y publicidad?				4		
2	¿Las promociones se realizan cuidando mantener un margen de ganancia de 35% sobre el costo del producto?			3			
3	¿Los medios utilizados para dar a conocer al público las promociones son la radio, televisión, Facebook, Periódicos?				4		
4	¿Se realizan encuestas a clientes para determinar si hay necesidad de lanzar al mercado un nuevo producto y si este es de la satisfacción del cliente?				4		
5	¿Se realizan estudios de mercados mensuales para determinar si la empresa tiene una buena posición en el mercado en cuanto a marca y servicio?			3			
6	¿Se realizan censos dentro de la entidad antes de lanzar una publicidad para estimar si esta será del agrado de los clientes?				4		

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
7	¿Realizan encuestas a los clientes para verificar que estén recibiendo un buen servicio en la atención y que los productos ofrecidos satisfagan sus necesidades?				4		
8	¿Al lanzar al público una promoción se especifican claramente las restricciones inmersas en ella al ser aceptada por el cliente?				4		
9	¿El menú ofrecido al público se mantiene fijo durante los próximos 4 meses?			3			
10	¿A los clientes más frecuentes se les da algún tipo de premio como certificados de regalos o descuentos especiales?			3			
11	¿Los reclamos realizados por clientes sean por productos o atención en el servicio se solucionan en un periodo no mayor a 1 día?		2				
TOTAL						38	
RESULTADO PT/NT= 38/11						3.5	FAVORABLE

Control Interno: VENTAS

Auditor:	Lic. Gerson Alejandro Méndez	Fecha: 12/08/2016
Entrevistado:	LA SABROSURA S.A DE C.V.	Fecha: 12/08/2016
Revisado por:	Lic. Pablo Andrés Hernández	Fecha: 12/08/2016

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
1	¿Las estrategias de ventas están en base a la misión y visión de la empresa?				4		
2	¿las estrategias de ventas se					5	

N ^o	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
	realizan en base a metas por cumplir?						
3	¿Realizan convenios con otras entidades para aumentar las ventas?			3			
4	¿Coordinan con el personal sobre la capacidad de respuesta que se tiene en la operación en ventas de gran volumen?				4		
5	¿Coordinan con el departamento de mercadeo los precios de los productos de acuerdo al costo de cada producto y el margen de utilidad que se pretende obtener?			3			
6	¿Se realizan proyecciones diarias, semanales y mensuales de ventas?				4		
7	¿Establecen metas de ventas por cada sucursal e institucionales?				4		
8	¿Cuenta cada sucursal con un coordinador de ventas?				4		
9	¿Existe un coordinador de eventos a y un encargado de logística?			3			
10	¿Se realizan revisiones de ventas semanales para analizar lo vendido con lo presupuestado?			3			
11	¿Existe un manual de funciones con los pasos o procesos para las ventas?			3			
12	¿Se cuenta con el personal necesario e idóneo para la demanda de clientes?					5	
13	¿Existen controles de seguridad para la custodia del efectivo?					5	
14	¿Existen estrictos controles por las ventas realizadas?					5	
15	¿Los cortes de caja se documentan con toda la información necesaria?				4		
16	¿Poseen estadísticas y controles de las ventas realizadas a domicilio y en mostrador?				4		
17	¿Se cuenta con lista de precios actualizadas?					5	

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
18	¿Se realizan capacitaciones mensuales a los cajeros de como ofrecer los productos y de cómo atender a los clientes?				4		
TOTAL						72	
RESULTADO PT/NT= 72/18						4	FAVORABLE

Control Interno: RECURSOS HUMANOS

Auditor:	Lic. Gerson Alejandro Méndez	Fecha: 12/08/2016
Entrevistado:	LA SABROSURA S.A DE C.V.	Fecha: 12/08/2016
Revisado por:	Lic. Pablo Andrés Hernández	Fecha: 12/08/2016

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
1	¿Existe en la entidad un manual de selección y evaluación del nuevo personal a contratar?				4		
2	¿Cada aspirante llena solicitud de empleo con requerimientos necesarios?					5	
3	¿Se realizan entrevistas preliminares?				4		
4	¿Realizan pruebas de habilidades y capacidades a los aspirantes?				4		
5	¿Se realiza investigación de antecedentes penales a los aspirantes?					5	
6	¿Realizan exámenes físicos y de salud a los empleados?					5	
7	¿Existe un Programa de orientación o Inducción para el nuevo empleado?				4		
8	¿Se informa al nuevo personal sobre la finalidad, operación y productos o servicios de la entidad y de cómo el trabajo del empleado					5	

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
	contribuye a satisfacer las necesidades de los clientes?						
9	¿Se mantiene en prueba al nuevo personal durante 2 o 3 meses?					5	
10	¿Se realizan métodos de capacitación y desarrollo?				4		
11	¿Realizan presentaciones de las políticas y reglas de trabajo?	1					
12	¿Determinan las remuneraciones salariales que correspondan, acorde con la legislación vigente?					5	
13	¿Se mantiene en prueba al nuevo personal durante 1 o 2 meses?					5	
14	¿Se incentiva al personal ya existente con bonos u otros incentivos por el logro de metas propuestas?	1					
15	¿Realizan convivios empresariales para motivar a los empleados?		2				
16	¿Se realizan capacitaciones mensuales al personal?				4		
17	¿Se revisan los curriculum de cada empleado ya existente para realizar ascensos antes de contratar uno nuevo?		2				
18	¿Se cumplen los requerimientos legales establecidos para la protección de la mujer, los jóvenes trabajadores y los trabajadores con discapacidad, de acuerdo con la legislación vigente?					5	
19	¿Se forman comités de limpieza y seguridad industrial?				4		
20	¿Se confirma que los empleados conozcan la visión y misión y objetivos de la empresa?	1					

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
21	¿Se realizan exámenes médicos periódicos a los empleados?				4		
TOTAL						79	
RESULTADO PT/NT= 79/21						3.7	FAVORABLE

Control Interno: SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Auditor:	Lic. Gerson Alejandro Méndez	Fecha: 12/08/2016
Entrevistado:	LA SABROSURA S.A DE C.V.	Fecha: 12/08/2016
Revisado por:	Lic. Pablo Andrés Hernández	Fecha: 12/08/2016

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
1	¿La empresa posee un servidor que centraliza la información ingresada al sistema por los usuarios del mismo?					5	
2	¿Se tiene la orientación calificada de un profesional en IT en que la capacidad del servidor es suficiente y apta para resguardar la información?				4		
3	¿Se cuenta con una planta eléctrica para soportar los apagones eléctricos y proteja el servidor?			3			
4	¿El área donde está el servidor mantiene la temperatura adecuada?				4		
5	¿El cableado se encuentra correctamente instalado?			3			
6	¿Se verifican las instalaciones eléctricas periódicamente?			3			
7	¿Se mantiene un control de acceso al área donde se encuentra el servidor?			3			
8	¿Se realizan mantenimientos Preventivos?		2			5	
9	¿Se realizan mensualmente mantenimientos correctivos?	1					

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
10	¿Cuenta la compañía con espacios de almacenamiento y resguardo de la información virtual?				4		
11	¿Se tiene establecidos procesos, procedimientos y manuales para la actualización de las copias de seguridad?			3			
12	¿Se revisa semanalmente la bitácora de usuarios y sus permisos en el sistema?		2				
13	¿Se le brinda la opción de tener su propia clave de acceso al sistema a cada usuario?		2				
14	¿Se han instalado equipos que protejan la información y dispositivos en caso que hayan variaciones de voltaje; tales como: reguladores de voltaje, UPS?				4		
15	¿Se utilizan niveles jerárquicos en los usuarios del sistema o software con el fin de controlar las actividades y proteger la información?				4		
16	¿Se verifica que los niveles jerárquicos no obstaculicen la operatividad de la empresa?						
17	¿Se cuenta con planes estratégicos y de contingencia para ataques e inmunización de virus, copias no autorizadas, datos procesados en otros equipos en áreas ajenas a la información que procesan o hackers?		2				
18	¿Posee la empresa todas las licencias de los programas que se encuentran instalados en cada equipo?				4		
19	¿Se supervisa la navegación en internet de los empleados?				4		
20	¿Se firman contratos de confidencialidad y protección de la información con cada empleado?					5	
21	¿Se realizan capacitaciones mensuales sobre la seguridad y protección de la información?	1					

Nº	Pregunta	No Sucede	Pocas Veces	Muchas Veces	Casi Siempre	Siempre	Resultado
22	¿Se concientiza al empleado que la información personal de cada cliente está incluida dentro de la información confidencial del contrato firmado?			3			
23	¿Se mantienen niveles jerárquicos de acceso a la Base de datos de los clientes y accesos restringidos al personal que no tiene que ingresar a la base de datos de los clientes?		2				
24	¿Se controla el uso de extracción o introducción de información mediante medios portátiles como USB, Discos externos, celulares. Esto mediante la deshabilitación de puertos USB?					5	
25	Guarda el sistema un control de los pedidos atendidos por día?		2				
26	¿Se lleva sistematizado dentro del software las llamadas recibidas en el Call center y servicio a domicilio?				4		
27	¿En alguna ocasión se han extraviado algún periférico (Audífonos, mouse, bocinas, USB, Cables.) de las instalaciones? ¿Y no fue debidamente reportado?			3			
28	¿Son atendidas todas las consultas y solicitudes de los usuarios por parte del personal de IT?			3			
29	¿Se cumple con el presupuesto establecido, haciendo buen uso del mismo en la compra de los activos necesarios para el buen funcionamiento de IT?				4		
TOTAL						94	
RESULTADO PT/NT= 94/29						3	favorable

Cliente: LA SABROSURA, S.A de C.V

Cédula: Narrativa de Servicios.

Período: Del 1 de enero al 31 de octubre 2016

La evaluación de control interno de la entidad se realizó, mediante un cuestionario del cual se obtuvieron las siguientes conclusiones:

Al evaluar al personal de la SABROSURA S.A DE C.V. mediante entrevistas se determinó que no conocen la misión, visión ni objetivos de la entidad, lo cual perjudica el rumbo de la entidad al no saber que metas cumplir.

Al momento de evaluar las instalaciones de cada una de las sucursales de la entidad y las de las oficinas administrativas se determinó que la organización cuenta con modernas y seguras instalaciones para todo el personal que labora en ella y los clientes que visitan cada una de las tiendas.

La estructura organizacional de la entidad es la apropiada actualmente, está muy bien organizada respetando las líneas de autoridad y responsabilidad para reportar a su jefe inmediato o a la gerencia cualquier problema que se presente.

No existen políticas para beneficiar a las personas más calificadas y con mejor desempeño en su trabajo lo cual no es productivo para la entidad porque no incentiva al personal para realizar su trabajo con mayor eficiencia y eficacia y brindar calidad en el servicio al cliente.

La entidad posee políticas internas pero vale aclarar que esta no se las da a conocer a los empleados por lo tanto estos no tienen conocimientos sobre las políticas que la entidad tiene establecidas.

3.2.20.8 Evaluación de los riesgos

El proceso de evaluación de riesgos de la entidad es uno de los pasos que se utiliza en un proceso de gestión de riesgos. permite que la administración identifique los riesgos del negocios que son relevantes y de cómo estima su importancia evaluando la probabilidad de su ocurrencia, mediante el uso de estrategias para su identificación oportuna.

El riesgo se evalúa mediante la medición de los dos parámetros que lo determinan, la magnitud de la pérdida o daño posible, y la probabilidad que dicha pérdida o daño llegue a ocurrir.

Se han establecido dos aspectos a tener en cuenta en el análisis de los riesgos identificados los cuales son: probabilidad e impacto.

- ✚ La probabilidad se entiende como la eventualidad de ocurrencia del riesgo. Las probabilidades de ocurrencia se determinan en forma cualitativa la clasificación es la siguiente:

- ✓ **Bajo:** cuando el riesgo ocurre sólo en circunstancias excepcionales.
- ✓ **Medio:** Puede ocurrir en algún momento.
- ✓ **Alto:** Se espera que ocurra en la mayoría de las circunstancias.

El impacto se entiende como las derivaciones que puede ocasionar a la organización la materialización del riesgo.

La ocurrencia del riesgo es considerado en forma cuantitativa determinando las consecuencias potenciales de la materialización del riesgo y cualitativa en base a la repercusión que tendría el impacto aunque este no se haya materializado. La clasificación es la siguiente:

- **Bajo:** Perjuicios tolerables. Baja pérdida monetaria.
- **Medio:** Requiere de un tratamiento diferenciado: Pérdida monetaria media.
- **Alto:** Requiere tratamiento diferenciado. Alta pérdida monetaria.

3.2.21 Clasificación del riesgo

El riesgo se mide mediante la fórmula = Probabilidad x impacto.

Riesgo bajo = Aceptable: Se pueden mantener los controles actuales, siguiendo los procedimientos de rutina.

Riesgo Medio = Moderado: Se consideran riesgos aceptables con medidas de control.

Se deben realizar acciones de reducción de daños.

Riesgo Alto = Inaceptable: Deben tomarse de inmediato acciones de reducción de impacto y probabilidad de ocurrencia para atenuar la gravedad del riesgo

3.2.22 Matriz de riesgos

Niveles de Riesgo (Matriz)					
Impacto	ALTO	Inaceptable	Inaceptable	Inaceptable	
	MEDIO	Moderado	Moderado	Inaceptable	
	BAJO	Aceptable	Moderado	Inaceptable	
		BAJO	MEDIO	ALTO	
Probabilidad					

COMBINACIONES		DETECCIÓN	ENFOQUE
ALTO	ALTO	BAJO	Sustantivo-pruebas de control-Pruebas de Detalle
ALTO	MEDIO	BAJO	Sustantivo-Pruebas de Detalle
ALTO	BAJO	MEDIO	Confianza en controles-Sustantivo-Pruebas de detalle
MEDIO	MEDIO	MEDIO	Confianza en controles-Pruebas analíticas Y de detalle
MEDIO	BAJO	MEDIO	Confianza en controles-Pruebas analíticas Y de detalle
BAJO	BAJO	ALTA	Confianza en controles-Pruebas analíticas.

LA SABROSURA S.A DE C.V.

Área de Interés	Riesgo Identificado	Evaluación de Riesgo			Prueba
		Inherente	Control	Detección	
SERVICIO AL CLIENTE A DOMICILIO	Los pedidos no se entreguen en el tiempo adecuado.	ALTO	BAJO	MEDIO	Sustantivo-Pruebas de control-Pruebas de Detalle
	Que el cliente cancele el pedido.	MEDIO	MEDIO	MEDIO	Confianza en controles-Pruebas analíticas Y de detalle
SERVICIO AL CLIENTE POR CALL CENTER	Llamadas no atendidas	MEDIO	MEDIO	MEDIO	Confianza en controles-Pruebas analíticas Y de detalle
	Pedidos erróneos	ALTO	MEDIO	MEDIO	Sustantivo-Pruebas de control-Pruebas de Detalle
SEGURIDAD DE LA INFORMACION	Perdida de la información				
SERVICIO AL CLIENTE PARA LLEVAR	Pésima atención al cliente	ALTO	MEDIO	MEDIO	Sustantivo-Pruebas de control-Pruebas de Detalle
SERVICIO AL CLIENTE EN RESTAURANTE	Largos tiempos de espera.	MEDIO	MEDIO	MEDIO	Sustantivo-Pruebas de control-Pruebas de Detalle
INVENTARIO	Desabastecimiento	ALTO	MEDIO	MEDIO	Sustantivo-Pruebas de control-Pruebas de Detalle
MERCADEO	Publicidad engañosa	ALTO	MEDIO	MEDIO	Sustantivo-Pruebas de control-Pruebas de Detalle
	Altos costos en publicidad	ALTO	MEDIO	MEDIO	Sustantivo-Pruebas de control-Pruebas de Detalle
	Innovación de productos	MEDIO	BAJO	MEDIO	Sustantivo-Pruebas de control-Pruebas de Detalle
VENTAS	Disminución de ventas	ALTO	MEDIO	MEDIO	Sustantivo-Pruebas de control-Pruebas de Detalle
RECURSOS HUMANOS	Bajo grado de involucramiento del personal en la misión, visión y objetivos de la entidad.	ALTO	BAJO	MEDIO	Sustantivo-Pruebas de control-Pruebas de Detalle
	Falta de reconocimiento laboral del talento humano.	ALTO	MEDIO	MEDIO	Confianza en controles-Pruebas analíticas Y de detalle

3.2.23 Programas de auditoría

EMPRESA LA SABROSURA S.A DE C.V						
PROGRAMA DE MODELO AUDITORÍA DE GESTIÓN						
PERIODO EXAMINADO: DEL 01 DE ENERO AL 31 DE OCTUBRE DEL 2016						
AREA DE INTERES: SERVICIO A DOMICILIO						
OBJETIVO: Comprobar que el servicio a domicilio se esté realizando de forma óptima y en el tiempo oportuno.						
Nº	PROCEDIMIENTOS	TIPO DE PRUEBA	INDICADOR	REFERENCIA	HECHO POR	OBSERVACIONES
1.	Solicite las bitácoras donde se reflejen las quejas de los clientes para comprobar que los pedidos están siendo entregados en el tiempo establecido de 30 minutos y por lo tanto no existan reclamos de este tipo.	Prueba de control	Eficiencia			
2.	Revise que los vouchers emitidos por pago de los pedidos a domicilio con tarjeta de crédito o débito estén debidamente firmados y con el número de DUI de la persona que realizó la compra.	Prueba de sustantiva	Eficiencia			
3.	Compruebe mediante entrevistas a los agentes del servicio a domicilio si conocen las promociones, productos y precios vigentes.	Pruebas sustantivas	Calidad			
4.	Compruebe mediante entrevista a los agentes del servicio a domicilio si conocen las zonas de cobertura de la sucursal en la que prestan el servicio.	Pruebas sustantivas	Eficiencia			
5.	Determine mediante la observación que el personal cumpla con las normas de higiene al	pruebas de control	Calidad			

	momento de preparar los productos.					
6.	Mediante observación verifique que los agentes de servicio a domicilio porten correctamente el uniforme asignado compuesto por: gorra, camisa tipo polo con logo, pantalón negro y chumpa.	pruebas sustantivas	Calidad			
7.	Compruebe que la suma de los reportes individuales de entregas a domicilios por cada agente sea igual a la suma del reporte de las ventas realizadas a domicilio.	pruebas de control	Eficiencia			
8.	Compare que los productos del menú para servicio a domicilio que ofrecen en el call center sea el mismo que conocen y manejan los agentes de servicio a domicilio.	pruebas de control	Calidad			
9.	Solicite el reporte de los pedidos rechazados por los clientes por no cumplir con el tiempo establecido y compruebe que no sobrepasan el 2% de porcentaje permitido de rechazos por el total de entregas realizadas.	pruebas de control	Eficacia			
10.	Solicite los reportes de las cortesías recibidas por los clientes por órdenes entregadas en un periodo mayor a 30 minutos y compruebe que no sean más de 2 cortesías por cada 100 pedidos realizados.	pruebas de control	Calidad			

11	Compruebe mediante reportes de entregas de cortesías que el cliente recibió satisfactoriamente el incentivo.	pruebas de control	Eficiencia			
12.	Solicite el manual de pasos a seguir por los agentes de servicio a domicilio al entregar los pedidos a los clientes y mediante entrevistas a los empleados compruebe que están realizando correctamente los pasos determinados.	pruebas sustantivas	Calidad			
Hecho por: Lic. Gerson Alejandro Méndez						Fecha: 05/10/2016
Revisado por: Lic. Pablo Andrés Hernández						Fecha: 05/10/2016

EMPRESA LA SABROSURA S.A DE C.V.						
PROGRAMA DE MODELO AUDITORÍA DE GESTIÓN						
PERIODO EXAMINADO: DEL 01 DE ENERO AL 31 DE OCTUBRE DEL 2016						
AREA DE INTERES: SERVICIO AL CLIENTE POR CALL CENTER						
OBJETIVO: Determinar la calidad de servicio brindado por los agentes de call center a los clientes de la empresa al tomar cada pedido que realizan.						
Nº	PROCEDIMIENTOS	TIPO DE PRUEBA	INDICADOR	REFERENCIA	HECHO POR	OBSERVACIONES
1.	Obtenga los diferentes menús y mediante entrevista pida a los agentes que reciten los productos que debe contener cada menú.	Prueba de control	Eficiencia			
2.	Mediante entrevistas compruebe que los agentes	Prueba de sustantiv	Eficiencia			

	de call center conozcan todos los productos del menú establecido para órdenes a domicilio.	a				
3.	Solicite una muestra de grabaciones de las llamadas y verifique que los agentes de call center: a) ofrecen los productos con mayor relevancia para sacar del inventario b) Antes de hacer efectiva la orden confirmen al cliente que se ha tomado según sus necesidades c) Verifica que las direcciones de los clientes estén completas d) Confirman si el pago es en efectivo o por tarjeta e) Si el cliente necesita crédito fiscal, ticket, factura de consumidor final f) Informa al cliente sobre el tiempo que tardara en recibir la orden. Elabore una narrativa sobre el resultado.	Pruebas sustantivas	Calidad			
4.	Compruebe mediante entrevista a los agentes de call center si conocen las zonas de cobertura de cada sucursal para definir donde enviaran cada pedido.	Pruebas sustantivas	Eficiencia			
5.	Solicite los reportes de los pedidos generados erróneamente y compruebe que no sobrepasan el 1% del porcentaje estimado como tolerable.	Pruebas de control	Calidad			
6.	Solicite bitácoras y reportes de los tiempos de duración de las llamadas recibidas y compruebe que	Pruebas de control	Eficiencia			

	cada llamada no sobrepasa los 2.5 minutos establecidos como duración máxima por llamada atendida.					
7.	Solicite reporte de las llamadas no atendidas por los agentes de call center y determine si están han sido por falta de personal o por falta de control de parte del jefe de call center.	Pruebas de control	Eficiencia			
8.	Compare que los productos del menú para servicio a domicilio que ofrecen los agentes de call center sea el establecido en el sistema de cada sucursal.	Pruebas de control	Calidad			
9.	Solicite los reportes de las direcciones de los clientes más frecuentes y verifique que las direcciones estén ingresadas correctamente según los datos que pide el sistema para el registro de las mismas.	Pruebas de control	Eficiencia			
10.	Compare los precios que se reflejan en él toma pedidos del call center con los precios de los reportes que el departamento de mercadeo tiene como precios vigentes y compruebe que sean los mismos.	Pruebas sustantivas	Calidad			
Hecho por: Lic. Gerson Alejandro Méndez						Fecha: 05/10/2016

EMPRESA LA SABROSURA S.A DE C.V.						
PROGRAMA DE MODELO AUDITORIA DE GESTION						
PERIODO EXAMINADO: DEL 01 DE ENERO AL 31 DE OCTUBRE DEL 2016						
AREA DE INTERES:SERVICIO AL CLIENTE PARA LLEVAR Y EN RESTAURANTE						
OBJETIVO: Comprobar que los clientes que visitan los restaurantes en los diferentes restaurantes de la empresa están recibiendo un servicio de calidad garantizado.						
N °	PROCEDIMIEN TOS	TIPO DE PRUE BA	INDICAD OR	REFEREN CIA	HECH O POR	OBSERVACI ONES
1.	Determinar mediante visita a los restaurantes si los procesos establecidos para atender a los clientes desde la toma del pedido hasta la recepción del mismo sea la establecida en los manuales de procesos del servicio al cliente.	Prueba de sustantiva	Eficiencia			
2.	Examinar las encuestas, entrevistas que se hayan realizado a clientes y sugerencias en los buzones para determinar si están satisfechos con el servicio que están recibiendo al comprar en los restaurantes.	Prueba de sustantiva	Calidad			

3.	Comparar la calidad de los productos que ofrece la empresa en cuanto a temperatura-textura-sabor-color y forma con otros del mismo sector de empresas.	Pruebas sustantivas	Calidad			
4.	Verificar mediante observación si los procesos están siendo aplicados en el orden cronológico establecido.	Pruebas sustantivas	Eficiencia			
5.	Determine mediante la observación que el personal cumpla con las normas de higiene al momento de preparar los productos.	Pruebas de control	Calidad			
6.	Compruebe mediante las bitácoras del sistema de toma de pedidos que las órdenes están siendo entregadas a los clientes en un tiempo no mayor a 10 minutos.	Pruebas de control	Eficiencia			

7.	Compruebe mediante la observación que los cajeros saludan cordialmente a los clientes y ofrecen la variedad de productos que se tienen en el menú.	Pruebas sustantivas	Calidad			
8.	Compruebe que los productos del menú sean los mismos que se encuentren para ofrecer en el sistema de toma pedidos que tienen los cajeros por ofrecer al público.	Pruebas de control	Eficiencia			
9.	Compruebe mediante la observación y encuesta a los clientes que el personal sea cortés al momento de atender a los clientes.	Pruebas sustantivas	Calidad			
10.	Mediante observación en los restaurantes compruebe que los locales estén limpios, ordenados y libres de contaminantes.	Pruebas de control	Calidad			

1 1.	Compruebe mediante entrevistas a los cajeros y personal de servicio que conozcan los precios de cada producto y la variedad de productos por ofrecer a los clientes.	Pruebas sustantivas	Eficiencia			
1 2.	Compruebe mediante los reportes del sistema y encuestas a los clientes que los reclamos por órdenes entregadas incompletas no sobrepasan el 1% del margen aceptado según la política de la entidad.	Pruebas sustantivas	Eficiencia			
Hecho por: Lic. Gerson Alejandro Méndez					Fecha: 05/10/2016	
Revisado por: Lic. Pablo Andrés Hernández					Fecha: 05/10/2016	

EMPRESA LA SABROSURA S.A DE C.V.

PROGRAMA DE MODELO AUDITORÍA DE GESTIÓN

PERIODO EXAMINADO: DEL 01 DE ENERO AL 31 DE OCTUBRE DEL 2016

AREA DE INTERES: INVENTARIO

OBJETIVO: Examinar la forma de manejo y control de los inventarios aplicados por la empresa.

Nº	PROCEDIMIENTOS	TIPO DE PRUEBA	INDICADOR	REFERENCIA	HECHO POR	OBSERVACIONES
1.	Prepare un memorándum sobre los procedimientos utilizados por la empresa para el registro y control de las compras de inventario, de materia prima, otros suministros que no se consumen de inmediato, y de aquellos otros gastos necesarios para la operación del negocio. El memorándum deberá contener los principales puntos de control para aprobación de requisiciones, obtención y selección de cotizaciones, autorización de pedidos u órdenes de compras, recuento, inspección y reporte de recepción procesamiento de facturación y aprobación para el pago.	Prueba de control	Eficiencia			
2.	Compare los precios de las facturas por las compras efectuadas de inventario con la lista	Prueba de control	Eficiencia			

	de precios ingresados al sistema.					
3.	Realice un conteo físico de cada producto y compruebe que el control de los inventarios es coincidente con la existencia física de los productos y que no existan diferencias entre lo recibido en bodega respecto al formulario de ingreso emitido por el proveedor.	Pruebas sustantivas	Eficiencia			
4.	Compruebe que existe control de entradas y salidas de producto a cada sucursal mediante notas de remisión. Solicite una muestra de estas.	Pruebas de control	Eficiencia			
5.	Solicite las notas de remisión semanales de traslado de inventarios a las tiendas y mediante un promedio de entregas determine que el volumen de productos de la bodega es acorde al movimiento de los mismos.	Pruebas de control	Eficiencia			
6.	Revise las fechas de vencimiento de todo el inventario y verifique que no existen productos vencidos.	Pruebas sustantivas	Calidad			

7.	Mediante la observación realice una narrativa verificando que el inventario se encuentre almacenado en un lugar limpio, seguro, sin contaminantes, bajo la temperatura ideal para cada producto y el embalaje correspondiente para su conservación; de tal manera que se evite el robo o deterioro.	Pruebas sustantivas	Calidad			
8.	Solicite una muestra de los inventarios realizados diariamente en las sucursales y bodega para verificar que efectivamente se realicen.	Pruebas de control	Eficiencia			
9.	Indague sobre si existe una programación de adquisición de inventarios.	Pruebas de control	Eficiencia			
10.	Determinar mediante la fórmula inventario final entre las ventas promedio que la disponibilidad de los inventarios disponibles en la bodega no sean menores a 5 días					
11.	Determine que políticas aplican para el manejo de los sobrantes, faltantes y productos vencidos.	Pruebas de control	Eficiencia			
Hecho por: Lic. Gerson Alejandro Méndez						Fecha: 05/10/2016
Revisado por: Lic. Pablo Andrés Hernández						Fecha: 05/10/2016

EMPRESA LA SABROSURA S.A DE C.V.

PROGRAMA DE MODELO AUDITORÍA DE GESTIÓN

PERIODO EXAMINADO: DEL 01 DE ENERO AL 31 DE OCTUBRE DEL 2016

AREA DE INTERES: MERCADEO

OBJETIVO: Determinar que el departamento de mercadeo diseña publicidad, innova y verifica la calidad de todos los productos con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes, atraer nuevos clientes y mejorar la calidad del servicio al cliente y así ayudar a cumplir las metas de ventas propuestas.

Nº	PROCEDIMIENTOS	TIPO DE PRUEBA	INDICADOR	REFERENCIA	HECHO POR	OBSERVACIONES
1.	Solicite el listado de promociones diseñadas y compare que sean las mismas que ofrecen a los clientes en los restaurantes y call center.	Prueba de control	Eficiencia			
2.	Compruebe mediante los reportes del costo de cada producto y el precio de cada promoción si se han determinado con un margen de ganancia del 35% sobre el costo.	Prueba de control	Eficiencia			
3.	Solicite el listado de los productos nuevos y una muestra de las encuestas realizadas a los clientes y concluya si se verifico que el producto antes de ser lanzado a la venta era del agrado del público y si satisfacía sus necesidades.	Prueba de control	eficiencia			
4.	Según los estudios de mercado realizados indague si estos confirman que la empresa tiene una buena posición en el mercado en cuanto a la preferencia de los productos y el servicio al cliente.	Prueba de control	Eficiencia			

5.	Entreviste a una proporción de los clientes y pregunte si la publicidad de la empresa en los diferentes medios le parece de su agrado y cual medio le parece mejor para dar a conocer las promociones. Realice una narrativa sobre las respuestas obtenidas.	Pruebas sustantivas	Calidad			
6.	Realice llamadas a los clientes los cuales en la base de datos aparecen que han realizado reclamos y pregunte si les han resuelto su problema en un periodo no mayor de 1 día. Indague sobre la respuesta.	Pruebas sustantivas	Calidad			
7.	Solicite una muestra de volantes, menús o cualquier otro medio donde se den a conocer las promociones lanzadas al público y compruebe que se detalle en cada una de ellas las restricciones a aplicar.	Pruebas de control	Eficiencia			
8.	Compruebe mediante bitácoras de entrega de certificados de regalo, premios y descuentos especiales que contengan nombre, número de DUI Y teléfono de quien recibe que los clientes frecuentes están siendo premiados por su preferencia a la empresa.	Pruebas de control	Eficiencia			
Hecho por: Lic. Gerson Alejandro Méndez						Fecha: 05/10/2016
Revisado por: Lic. Pablo Andrés Hernández						Fecha: 05/10/2016

EMPRESA LA SABROSURA S.A DE C.V.						
PROGRAMA DE MODELO AUDITORÍA DE GESTIÓN						
PERIODO EXAMINADO: DEL 01 DE ENERO AL 31 DE OCTUBRE DEL 2016						
AREA DE INTERES: VENTAS						
OBJETIVO: Investigar sobre las operaciones realizadas por el departamento de ventas para verificar si contribuyen a brindar un buen servicio al cliente.						
Nº	PROCEDIMIENTOS	TIPO DE PRUEBA	INDICADOR	REFERENCIA	HECHO POR	OBSERVACIONES
1.	Determine que los precios y condiciones de los productos que se ofrecen a los clientes sean los estipulados en las políticas de la empresa.	Prueba de control	Eficiencia			
2.	Solicite los reportes de ventas y verifique si esos reportes se realizan diarios, semanales, mensuales y anuales.		Eficiencia			
3.	Solicite las políticas de ventas de la empresa y verifique que los descuentos y promociones se estén realizando según lo contemplados en ellas.	Prueba de control	Eficiencia			
4.	Determine mediante las proyecciones de ventas realizadas si se están cumpliendo las metas de venta del 90% estimado.	Prueba de control	Eficiencia			
5.	Revise que la secuencia numérica de los comprobantes de crédito fiscal, facturas de consumidor y ticket lleven el orden cronológico y que cumplan las	Pruebas sustantivas	Eficiencia			

	condiciones fiscales.					
6.	Tome una muestra de facturas, comprobantes de crédito fiscal, tickets y compare que los precios facturados sean los mismos que ha establecido la entidad en sus políticas de ventas.	Pruebas sustantivas	eficiencia			
7.	Solicite las proyecciones de ventas estimadas para cada tienda y solicite a los gerentes de cada tienda un resumen de las estrategias a aplicar para lograr el nivel de metas determinado.	Pruebas de control	Eficiencia			
8.	Compruebe mediante los reportes de devoluciones y los pedidos devueltos registrados en el sistema que se haya realizado el respectivo ingreso en el almacén.	Pruebas de control	Eficiencia			
9.	Compruebe mediante las proyecciones de ventas proporcionadas por la entidad si se realizan estadísticas de ventas por servicio a domicilio, en restaurantes y para llevar.	Pruebas de control	Eficiencia			
10.	Evalué e indague si los procedimientos de los canales de distribución y venta están realizando	Pruebas de control	Eficiencia			

	según lo establecido por la administración.					
11.	Solicite el estado de resultado del periodo anterior y del periodo en estudio y compruebe que las ventas han aumentado un 25%.	Pruebas de control	Eficiencia			
Hecho por: Lic. Gerson Alejandro Méndez					Fecha: 05/10/2016	
Revisado por: Lic. Pablo Andrés Hernández					Fecha: 05/10/2016	

EMPRESA LA SABROSURA S.A DE C.V.						
PROGRAMA DE MODELO AUDITORÍA DE GESTIÓN						
PERIODO EXAMINADO: DEL 01 DE ENERO AL 31 DE OCTUBRE DEL 2016						
AREA DE INTERES: RECURSOS HUMANOS						
OBJETIVO: Revisar si el departamento de recursos humanos realiza todos los controles necesarios en la contratación y capacitación del personal a cargo						
N°	PROCEDIMIENTOS	TIPO DE PRUEBA	INDICADOR	REFERENCIA	HECHO POR	OBSERVACIONES
1.	Revise que los expedientes de los empleados estén completos y los documentos presentados sean los necesarios según el reglamento interno.	Prueba de control	Eficiencia			
2.	Compruebe mediante los procedimientos establecidos por la entidad que los procesos de reclutamiento de personal están siendo realizados de acuerdo a las políticas de la empresa.	Prueba de control	Eficiencia			

3.	Compruebe mediante entrevistas a los empleados si reciben capacitaciones constantes. Realice una narrativa sobre los resultados.	Pruebas sustantivas	Eficiencia			
4.	Determine mediante entrevistas a los empleados si la segregación de funciones es la correcta.	Pruebas sustantivas	Eficiencia			
5.	Compruebe por medio de revisión de los expedientes de los empleados que la empresa ha implementado las políticas de contratación de personal.	Pruebas de control	Eficiencia			
6.	Comprobar mediante una indagación a los empleados si estos conocen la misión, visión y objetivos de la entidad. Realice una narrativa sobre los resultados.	Pruebas sustantivas	Eficiencia			
7.	Determinar mediante comprobantes de pagos si los empleados cuentan con pago de bonos u otros incentivos por logro de metas o sobresalir en sus funciones.	Pruebas de control	Eficiencia			
8.	Compruebe mediante las bitácoras de supervisión del departamento de recursos humanos si se realizan monitoreo a todas las áreas de la empresa para determinar si las funciones de cada empleado están siendo realizadas	Pruebas de control	Eficiencia			

	efectivamente.					
9.	compruebe mediante encuestas a empleados de cada área si estos están motivados a seguir trabajando en la entidad	Pruebas sustantivas	Eficiencia			
10.	Determinar si las metas de ventas proyectadas están siendo cumplidas por todos los miembros de la empresa de acuerdo a las proyectadas en los registro de proyecciones de ventas	Pruebas de control	Eficiencia			
11.	Determinar mediante visita y observación si los empleados que posee la compañía son los necesarios para cubrir la demanda de clientes.	Pruebas sustantivas	Eficiencia			
Hecho por: Lic. Gerson Alejandro Méndez						Fecha: 05/10/2016
Revisado por: Lic. Pablo Andrés Hernández						Fecha: 05/10/2016

EMPRESA LA SABROSURA S.A DE C.V.

PROGRAMA DE MODELO DE AUDITORIA DE GESTION

PERIODO EXAMINADO: DEL 01 DE ENERO AL 31 DE OCTUBRE DEL 2016

AREA DE INTERES: INFORMATICA

OBJETIVO: Evaluación de la Dirección Informática y verificar el cumplimiento de los controles establecidos de acuerdo a funciones, estructuras, normas, políticas y leyes, usuarios, estándares y presupuesto designado para el mantenimiento y estructura de IT. Con el fin de la protección de la información y salvaguarda de los datos de los clientes y proveedores.

N°	PROCEDIMIENTOS	TIPO DE PRUEBA	INDICADOR	REFERENCIA	HECHO POR	OBSERVACIONES
1.	Comprobar la existencia de un servidor de almacenamiento, mediante la observación y verificar que se encuentre en óptimas condiciones y funcionando.	Prueba de control	Eficiencia			
2.	Examinar que el ambiente sea fresco y adecuado para evitar recalentamiento y a su vez que no haya polvo u otras condiciones que pudieran dañar físicamente el servidor.	Prueba sustantiva	Eficiencia			
3.	Solicitar el detalle de la capacidad interna y su velocidad de almacenamiento y verificar con un experto si este es confiable.	Prueba sustantiva	Eficiencia			
4.	Pedir a RRHH proporcione los perfiles de los empleados de TI y verificar si están conforme a la plaza que desempeñan	Prueba de control	Eficiencia			
5.	Pedir los contratos de confidencialidad firmados por los empleados de TI	Prueba de control	Eficacia			

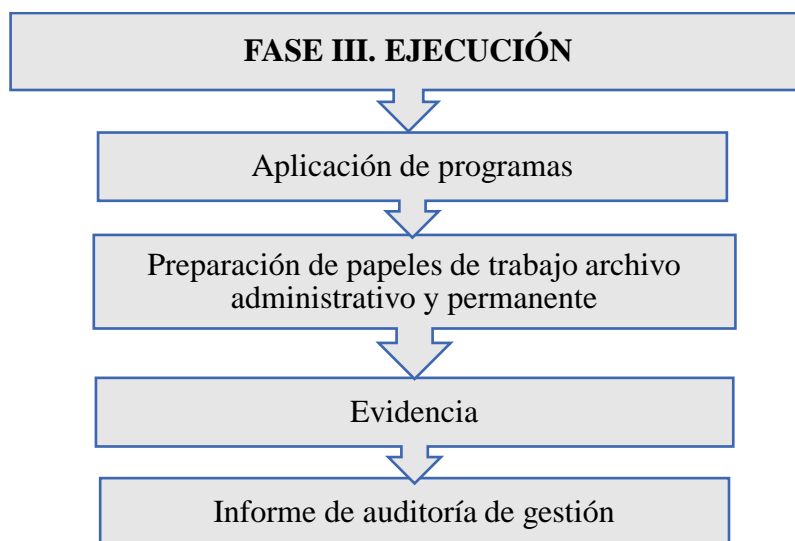
6.	Comprobar la existencia de las Bitácoras de usuarios en las tablas de la base de datos	Prueba de control	Eficiencia			
7.	Revisar en los documentos de control, previamente solicitados a TI; que los accesos de usuarios estén de acuerdo al área y actividades asignadas	Prueba Sustantiva	Eficiencia			
8.	Solicitar al encargado de TI documentos o procedimientos que detalle los niveles jerárquicos de usuarios y sus accesos documentados y los reportes dentro del sistema; de acuerdo a lo dispuesto por la administración..	Prueba sustantiva	Eficiencia			
9.	Solicitar al encargado de TI las bitácoras de mantenimiento al hardware y software para verificar que se esté cumpliendo con el estipulado en los cronogramas de mantenimiento por fechas y equipos.	Prueba de control	Calidad			
10.	Solicitar los el Auxiliar de PP&E del periodo auditado. Verificar Saldos del año anterior, adquisiciones, bajas y saldo final y compararlo con las cuantas de Balance	Pruebas sustantivas	Eficacia			
11.	Hacer pruebas de las existencias físicas del equipo relacionado a informática y de acuerdo al auxiliar de PP&E proporcionado.	Pruebas sustantivas	Eficiencia			
12.	Solicitar al encargado de TI los documentos de los mantenimientos correctivos de los últimos 3 meses para verificar el número de incidentes presentados y el número de incidentes solventados	Pruebas de control	Eficiencia			
13.	Comprobar si las solicitudes de accesos y cambios de permisos de los usuarios van debidamente documentadas y firmadas por los jefes superiores. Tomando en cuenta los parámetros de accesos de acuerdo a los	Pruebas sustantivas	Eficiencia			

	descriptores de cada posición y de las actividades que realiza.					
14.	Solicitar todas las licencias que la empresa posee y hacer un muestreo de los software instalados en computadoras, respecto a su legalidad	Prueba de control	Eficiencia			
15.	Solicitar el Auxiliar de PP&E y mediante un muestreo, verificar la existencia de computadoras, ups y otros activos que estén a cargo de TI. Constatando la existencia real del equipo y a quien está asignado; esto, con respecto a los documentos de control que tenga el área.	Prueba de control	eficiencia			
16.	Pedir reportes llamadas del área de call center y verificar si estas están quedando correctamente guardadas y archivadas en el sistema	Prueba de control	Eficiencia			
17.	Dirigirse al gerente del restaurante y solicitar reportes de ventas de un día y verificar que la información esté debidamente archivada, y registrada en el sistema. (Archivo z y reporte de partidas contables)	Pruebas sustantivas	Calidad			
18.	Solicitar al área de RRHH el detalle de las últimas capacitaciones sobre seguridad de la información impartida y validez que se encuentre de acuerdo a las políticas de capacitación aprobadas por la administración.	Pruebas sustantivas	Calidad			
19.	Solicitar al encargado de TI reporte del sistema que detalle fechas y horas en las que se hace la copia de seguridad del sistema al servidor, para verificar que este sea a diario y que garantice la fidelidad de la información en el sistema.	Pruebas de control	Eficiencia			

20.	Solicitar los contratos de confidencialidad firmados por los empleados de TI	Pruebas de control	Eficiencia			
21.	Solicitar las bitácoras de mantenimiento de los servidores, y del cableado eléctrico dentro del área de servidores.	Prueba de control	eficiencia			
22.	Examinar que el ambiente sea fresco y adecuado para evitar recalentamiento y a su vez que no haya polvo u otras condiciones que pudieran dañar físicamente el servidor	prueba control	Eficiencia			
Hecho por: Lic. Gerson Alejandro Méndez						Fecha: 05/10/2016
Revisado por: Lic. Pablo Andrés Hernández						Fecha: 05/10/2016

Luego de obtener un conocimiento general de la entidad y de realizar la etapa de planificación se realiza la ejecución de la auditoría de gestión en la cual se debe desarrollar la aplicación de programas y procedimientos para obtener evidencia suficiente para poder emitir conclusiones y recomendaciones lo más acertadas posible en el informe.

3.3. Fase III. Ejecución








3.3.1 Papeles de trabajo

Son un conjunto de cedulas, registros y documentos elaborados por el auditor como evidencia del trabajo realizado los cuales serán revelados en el informe de auditoría surgen como resultado de la aplicación de técnicas y procedimientos.

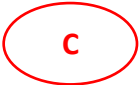
3.3.2 Marcas del auditor

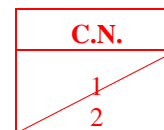
Son símbolos que utiliza el auditor en el proceso de la auditoría con el principal objetivo de dejar constancia evidente de actos ejecutados.

3.3.2.1 Cédula de marcas y referencias

REFERENCIAS	
T.C.A.RRHH	= Tabulación de cuestionario área recursos humanos
T.C.A.SI	= Tabulación de cuestionario área de seguridad de la información
T.C.A.SR.LLYR	= Tabulación de cuestionario área servicio al cliente para llevar y en restaurante
T.C.A.INV.	= Tabulación de cuestionario área de inventario
T.C.A.MER.	= Tabulación de cuestionario área de mercadeo
T.C.A.VTAS	= Tabulación de cuestionario área de ventas
T.C.A.CALLC	= Tabulación de cuestionario área servicio al cliente por call center
T.C.A.SRDOM.	= tabulación de cuestionario área servicio al cliente a domicilio.
I.EFI.	=Indicador de eficiencia
I.EFIC.	= Indicador de eficacia
I.CAL.	= Indicador de calidad
C.N	= Cedula narrativa
MARCAS	
AUDITORES	
GAM	= Lic. Gerson Alejandro Méndez
PAH	= Lic. Pablo Andrés Hernández
	= cumple
	= No cumple
	= Comprobado
	=Aplicado
	=Verificado

3.3.3 Elaboración de cédulas narrativas, papeles de trabajo y cedula de hallazgos

CÉDULA NARRATIVA	
Empresa: LA SABROSURA S. A. DE C.V.	Tipo de trabajo: Auditoria de gestión
Área de interés: Recursos humanos	Periodo: 01 de enero al 31 octubre 2016
<p>En entrevista realizada a los empleados se determinó que no reciben ningún tipo de incentivos como bonos o premios por el cumplimiento de metas o realizar bien sus actividades laborales. Esto causa descontento en los empleados y en sus opiniones coinciden en que al recibir algún tipo de incentivo permitirá mejorar la calidad en el desarrollo de sus actividades.</p> <p>Se pudo comprobar al revisar las políticas de la entidad que no se cuenta con una política que establezca realizar algún tipo de premio para motivar al personal a realizar sus labores con motivación e inspiración.</p> <p>Se realizaron entrevistas a los empleados operativos y se determinó que un porcentaje muy alto de ellos desconocen la visión misión y objetivos de la entidad justificando que en ningún momento les han hecho evaluaciones o comentarios sobre estos elementos de la empresa.</p> <p>Al pedir a los empleados que mencionen las promociones y productos que se definen en el menú se pudo confirmar que algunos de ellos desconocen los productos nuevos en el menú así como también las promociones vigentes para ofrecer a los clientes.</p>	
	
Elaborado por: G.A.M	Revisado por : P.A.H
Fecha: 20/10/2016	Fecha: 20/10/2016



CÉDULA NARRATIVA

C.N.
2
2

Empresa: LA SABROSURA S. A. DE C.V. Tipo de trabajo:

Auditoria de gestión

Área de interés: Recursos humanos Periodo: 01 de enero al 31 octubre 2016

Se realizó una encuestas a una porción de los clientes de las diferentes sucursales sobre el servicio que reciben por el servicio a domicilio, por call center y en las tiendas donde el 55% de los clientes coincidieron en que han recibido su producto más tarde del tiempo estipulado al realizar la orden por lo cual habían interpuesto su queja al call center de la entidad esto se confirmó mediante las bitácoras proporcionadas por la jefa de call center y mediante los informes detallados en el sistema de toma pedidos. **C**

Elaborado por: **G.A.M**

Revisado por : **P.A.H**

Fecha: **20/10/2016**

Fecha: **20/10/2016**



**PAPEL DE TRABAJO
TABULACION DE CUESTIONARIOS**

TRABAJO: AUDITORIA
DE GESTION

EMPRESA: LA SABROSURA, S.A DE C.V.

TIPO: DETERMINACION DE RIESGO

PERIODO: 20/03/2016

AREA: RECURSOS HUMANOS

Nivel de Confianza=

$\frac{\text{Puntuación total}}{\text{Número de afirmaciones}}$

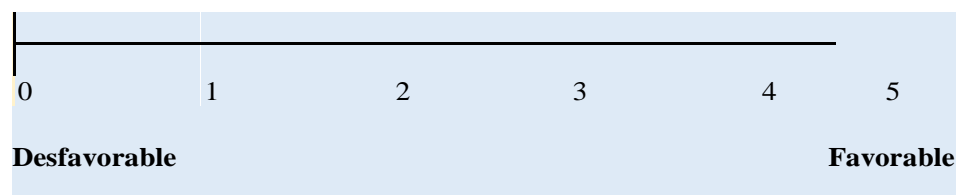
Nivel de Confianza=

$\frac{79}{}$

Nivel de Confianza

3.7

C



Desfavorable: 0 a 2.5

Favorable: 2.5 a 5

Existe un nivel de confianza favorable con un riesgo bajo debido a la eficiencia en el desempeño del departamento de recursos humanos, sin embargo al realizar pruebas sustantivas se confirmó que los empleados no reciben incentivos por metas y desconocen la misión, visión y objetivos de la entidad.

Elaborado por: G.A.M

Fecha: 23/10/2016

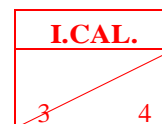
**Revisado
por:** P.A.H

Fecha: 23/10/2016

PAPEL DE TRABAJO		LEFIC.
INDICADORES DE EFICACIA		1 4
Empresa: LA SABROSURA S. A. DE C.V. Tipo de trabajo: Auditoria de gestión		
Área de interés: Recursos humanos Periodo: 01 de enero al 31 octubre 2016		
<p>Número de empleados que conocen la misión, visión y objetivos</p> <hr/> <p>Total de empleados de la compañía</p> <p>15/150 = 10% porcentaje aceptado 99% X</p> <p>Número de empleados que han recibido incentivos</p> <hr/> <p>Total de empleados de la compañía</p> <p>10/150 = 6.7% porcentaje aceptado 85% X</p>		
<p>Análisis: La empresa no aplica políticas para incentivar al personal a realizar sus actividades; un muy bajo porcentaje de empleados conocen la visión, misión y políticas de la empresa lo cual afecta el rumbo de la organización al no tener metas en conjunto con todo el personal.</p>		
Elaborado por: G.A.M	Revisado por : P.A.H	
Fecha: 20/10/2016	Fecha: 20/10/2016	

<p>PAPEL DE TRABAJO</p> <p>INDICADORES DE EFICIENCIA</p> <p>Empresa: LA SABROSURA S. A. DE C.V. Tipo de trabajo: Auditoria de gestión</p> <p>Área de interés: seguridad de la información Periodo: 01 de enero al 31 octubre 2016</p>	<p>I.EFI.</p> <hr style="border: 1px solid red;"/> <p style="color: red;">2 4</p>
<p>Número UPS dañados</p> <hr style="border: 1px solid black;"/> <p>Total de UPS en uso</p> <p>12/21 = 6% porcentaje aceptado 1%</p> <p style="color: red; font-size: 2em;">✘</p>	
<p>Análisis: Del total de UPS en uso y necesarios para proteger cada máquina impresora y computadoras dentro de la compañía fue de 12 dañados de 21 aparatos en uso. La administración, tanto como TI deben garantizar la protección de las computadoras que almacenan la información de las transacciones diarias, información de clientes y proveedores, necesarias para cumplimiento de objetivos y metas de la compañía.</p>	
<p>Elaborado por: G.A.M</p> <p>Fecha: 20/10/2016</p>	<p>Revisado por : P.A.H</p> <p>Fecha: 20/10/2016</p>

PAPEL DE TRABAJO
INDICADORES DE CALIDAD



Empresa: LA SABROSURA S. A. DE C.V. **Tipo de trabajo:** Auditoria de gestión

Área de interés: Servicio al cliente a domicilio **Periodo:** 01 de enero al 31 octubre 2016

Número de pedidos no entregados a tiempo

Total de pedidos a domicilio

175/3000 = 5.8% porcentaje aceptado 2%



Número de entregas aceptadas por el cliente

Total de pedidos a domicilio

2974/3000 = 99.1% porcentaje aceptado 1%



Número de pedidos cancelados

Total de pedidos a domicilio

26/3000 = 7% porcentaje aceptado 5%



Análisis: existe un porcentaje alto de pedidos entregados fuera del tiempo establecido el cual sobrepasa el margen aceptado como empresa sin embargo los clientes a pesar de recibir los pedidos fuera del tiempo máximo de entrega reciben y cancelan el producto.

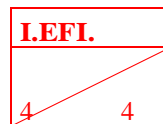
Elaborado por: **G.A.M**

Revisado por : **P.A.H**

Fecha: **20/10/2016**

Fecha: **20/10/2016**

PAPEL DE TRABAJO
INDICADORES DE EFICIENCIA



Empresa: LA SABROSURA S. A. DE C.V. **Tipo de trabajo:** Auditoria de gestión

Área de interés: Seguridad de la información **Periodo:** 01 de enero al 31 octubre 2016

Número de copias de respaldo de la información en Servidor

Total copias del mes - días

18/31 = 58% porcentaje aceptado 100%



Análisis: De 30 días del mes de agosto, solo se habían realizado 18 días las copias de respaldo o Backus. Para el caso no se puede dar parámetros de salvedad y por lo tanto es obligatorio hacerlo a diario, debido a que una falla o caída del sistema pudiera ser devastador para la empresa de no tener actualizada la copia de un día anterior. Las pérdidas se minimizan controlando a diario las copias

Elaborado por: **G.A.M**

Revisado por : **P.A.H**

Fecha: **20/10/2016**

Fecha: **20/10/2016**

3.3.4 CEDULADE HALLAZGOS

C & A AUDITORES, S.A DE C.V.



EMPRESA LA SABROSURA S.A DE C.V.

Periodo del 01 de enero al 31 de octubre 2016

Hallazgo 1

Al evaluar el desempeño en las actividades del personal en cuanto al compromiso con la empresa se determinó un bajo número de personal motivado a realizar sus actividades con calidad, eficiencia y eficacia, esto debido a sobrecarga laboral y falta de políticas de incentivos que premie el esfuerzo de los empleados en cada una de las áreas de la entidad y sobre todo que motive a la superación laboral y profesional.

Criterio:

Premiar al trabajador por su profesionalismo y aplicar el reglamento interno determinado por la administración para sancionar todas aquellas conductas de falta de responsabilidad y disciplina.

Causa

- ✓ impuntualidad de parte de los empleados al no respetar los horarios de trabajos
- ✓ Falta de incentivos por parte de la empresa para premiar a los empleados destacados en sus operaciones.
- ✓ Falta de personal para cubrir todas las operaciones de la entidad y no sobrecargar de actividades a los empleados.

Efecto

- Mal servicio en la atención al cliente al no poder cubrir la demanda por falta de personal.
- Falta de superación laboral y profesional
- Pérdida de clientes por no brindar un buen servicio al no tener personal motivado.

Recomendaciones del auditor

- Implementar políticas para premiar con bonos u otro tipo de incentivos al personal.
- Contratar más personal para poder cubrir la demanda de clientes.

Respuesta de la administración:

Como administración de la Sabrosura S.A DE C.V. nos comprometemos a revisar las políticas internas y establecer parámetros para dar premios y bonos al personal sobresaliente en sus actividades y hacer un análisis para determinar cuál es el número

específico de empleados que se deben contratar para cubrir la demanda de clientes y no saturar al personal en sus labores.

Hallazgo 11

Al realizar la evaluación de control interno a los empleados de la empresa se pudo confirmar a través de entrevistas el desconocimiento total de la misión, visión y objetivos de la entidad, lo cual causa un bajo involucramiento del personal como miembro principal de la empresa, por ello su desempeño no está enfocado a lograr las metas propuestas en la organización. Esto se da a causa de no realizar un monitoreo al personal por parte de la gerencia para que verifique el conocimiento de la misión, visión y objetivos.

Criterio:

Informar al recurso humano sobre la misión, visión y objetivos de la entidad con el propósito de trabajar en conjunto para el logro de las metas de la entidad y destacar la importancia de fijar objetivos para determinar el rumbo de la empresa.

Causa

Falta de monitoreo y evaluación al personal sobre el conocimiento de elementos fundamentales de la organización.

Efecto

El desempeño del personal en sus actividades no está enfocado en la misión, visión y objetivos de la entidad, los empleados no están capacitados para transferir

información relevante de la empresa a los clientes, muchas veces no laboran con empeño solamente por una remuneración salarial.

Recomendación del auditor

Utilizar todos los canales de comunicación posible para dar a conocer a los empleados la misión, visión y objetivos y así fortalecer la cultura empresarial dentro de la entidad y lograr todas las metas en conjunto.

Respuesta de la administración

Se usaran todos los medios necesarios para dar a conocer a los empleados los objetivos, visión y misión de la empresa y se realizaran evaluaciones constantes a los empleados para evaluar el conocimiento de la visión, misión y objetivos de la entidad y así cumplir las metas de la organización.

Hallazgo III

Al realizar entrevistas a los agentes de servicio al cliente a domicilio, servicio al cliente por call center y servicio al cliente en restaurante y para llevar se comprobó la falta de conocimiento en algunos de ellos sobre los productos que forman parte del menú por ofrecer a los clientes, debido a que no se encuentran actualizados sobre los nuevos productos que se han incluido en el menú, también una parte de ellos desconocen las

promociones y descuentos, afectando la comunicación con el cliente al ofrecer la variedad de platillos.

Criterio

Es necesario capacitar al personal operativo sobre las actualizaciones de nuevos productos, promociones y descuentos por ofrecer a los clientes y lograr brindar una atención eficiente.

Causa

Falta de comunicación con el personal sobre las actualizaciones en el menú.

Efecto

Molestias de los clientes por recibir información errónea sobre productos que ya no existen en el menú y promociones ya no disponibles. Esto puede generar en muchos casos pérdida de valiosos clientes.

Recomendación del auditor

Comunicar en el momento que se realicen cambios en los menús y capacitar constantemente a todos los agentes de servicio al cliente por call center, servicio a domicilio, servicio al cliente para llevar y restaurante sobre los nuevos productos, promociones y descuentos a ofrecer al público y comprometer al personal a brindar servicio de calidad en busca de un beneficio en común de mantener y adquirir nuevos clientes.

Respuesta de la administración

Se realizar una capacitación previa a los empleados de operaciones sobre los cambios en el menú para dar a conocer los nuevos productos, descuentos y promociones y así mantener una buena comunicación entre el personal y los clientes y evitar dar información errónea a la hora de ofrecer los productos.

Hallazgo IV

Al evaluar el desempeño personal a los empleado de operaciones en tiendas se determinó que realizan otras funciones ajenas al cargo que se les ha asignado, esto para cubrir la demanda de clientes en temporadas alta de venta lo cual ha generado molestias a los clientes en el servicio recibido.

Criterio

Se deben respetar las funciones asignadas a cada personal no mezclando actividades que están fuera de los compromisos ya establecidos, no se debe sobrecargar al personal con trabajo por la alta demanda de clientes porque esto puede generar desconcentraciones al atender a los clientes.

Causa

- Inexistencia de un número adecuado de personal
- Falta de cumplimiento en el desarrollo de las asignaciones propias de cada empleado.
- Mal servicio brindado a los clientes debido a la sobrecarga laboral.

Efecto

- ✓ Retraso en las actividades normales de las operaciones.
- ✓ Pedidos no entregados en el tiempo establecido
- ✓ Pérdida de clientes por recibir mal servicio.

Recomendación del auditor

Analizar las temporadas en las cuales se da el mayor número de ventas y así contratar personal temporal en esas fechas para poder cubrir la demanda de clientes y no interrumpir el buen funcionamiento de la entidad ni sobrecargar a los empleados con actividades adicionales a las ya asignadas.

Respuesta de la administración

Se realizara un análisis para determinar el número adecuado de empleados que se deben contratar para la demanda de clientes en temporadas altas y se quitaran las sobrecargas laborales a los empleados para que desempeñe de forma óptima las actividades asignadas.

Hallazgo V

Los equipos informáticos no están teniendo un debido cuidado se notan muchos objetos sobre los CPU innecesarios para su funcionamiento lo cual impide el buen desempeño de los equipos al verificar los documentos que amparen los mantenimientos

realizados a los equipos se verifico que no cuentan con contratos de mantenimientos preventivos y correctivos para los equipos informáticos.

Criterio:

De acuerdo a las políticas internas de la entidad se han establecido normas que todos los empleados deben cumplir en cuanto al uso, cuidado y manejo que se debe tener a los equipos informáticos, para ayudar al mejor funcionamiento y mantenimiento de todos los equipos que se encuentran dentro de las instalaciones y evitar deterioro físico y daños en general por mal uso.

CAUSA:

No se ha informado a los usuarios de los equipo informáticos sobre la política para el buen uso que deben dar a los equipos asignados. En cuanto al mantenimiento correctivo y preventivo a los equipos informáticos la entidad no lo había considerado en el presupuesto anual.

Efecto:

El no tener el mantenimiento adecuado y el debido uso los equipos informáticos se deterioraran rápidamente no llegando a cumplir con la vida útil estimada y generando un desgaste significativo durante su uso lo cual generara más gasto a la entidad.

Recomendación del auditor:

Se deben retomar las políticas sobre el buen uso y cuidado que deben tener los usuarios al utilizar los equipos informáticos para evitar futuros inconvenientes por el rápido desgaste físico de dichos equipos; además es necesario considerar en el presupuesto de la entidad el costo por el mantenimiento a los equipos informáticos.

Respuesta de la administración:

La administración ha considerado retomar las políticas ya establecidas sobre el buen uso a los equipos informáticos, además ve necesario incluir en su presupuesto mantenimientos para sus equipos informáticos.

Hallazgo VI

La empresa está brindando mal servicio a domicilio a los clientes debidos que estos están recibiendo los pedidos pasados los 30 minutos establecidos por la entidad como tiempo máximo para entregar las órdenes.

Criterio

Se deben establecer lineamientos claros y oportunos para que los agentes de servicio a domicilio cumplan los tiempos definidos para cada entrega a domicilio y evitar las molestias en los clientes

Causa

- ✚ Falta de personal para cubrir toda la demanda de pedidos a domicilio
- ✚ Las zonas de coberturas son demasiado extensas para las sucursales que las cubren.
- ✚ Poco capacitación al personal sobre las direcciones de las zonas de cobertura

Efecto

- Clientes insatisfechos con el servicio
- Pérdida de clientes
- Pedidos no recibidos en consecuencia ingresos sin percibir.

Recomendación del auditor

- Se debe realizar un estudio para verificar que el personal a cargo del servicio a domicilio sea el necesario.
- Realizar capacitaciones a los empleados para que conozcan las direcciones de las zonas de cobertura.
- Realizar un estudio para verificar si las sucursales pueden cubrir todas las zonas de cobertura establecidas o si estas son muy extensas.

Respuesta de la administración

La administración realizara capacitaciones mensuales al personal del servicio a domicilio sobre las zonas de cobertura, se analizara la capacidad de cobertura a cada sucursal para establecer si pueden cubrir todas las zonas delimitadas para entregar los

productos y se realizara un estudio para determinar si es necesario contratar más personal para atender la demanda de clientes.

Hallazgo VII

En el momento de la revisión de las bitácoras de respaldo que se encuentran dentro del sistema y el control en físico que se lleva de los mismos; encontramos que estos respaldos no se están haciendo diariamente. Al tomar de muestra el mes de agosto 2016, tuvimos que solo se hizo respaldo una vez por semana.

A pesar que los respaldos pueden ser de forma automática por el mismo sistema al cierre del día, no se ha hecho uso de esta herramienta.

Criterio:

Es necesario que la información que posee la empresa de clientes como de las actividades propias de la entidad se encuentre bien resguardada y se realicen copias de seguridad para evitar cualquier pérdida lamentable de información registrada en la base de datos.

Causa:

- Desconocimiento de la herramienta para salvaguardar la información diariamente.

- Determinación de periodos muy largos para realizar las copias de seguridad

Efecto:

Pérdida total o parcial de la información de la base de datos.

Recomendación del auditor:

Es de mucha importancia realizar copias de la información suministrada por los clientes como direcciones, números de cuentas bancarias, teléfonos y nombres ya que son datos de mucha importancia para poder brindar un buen servicio al cliente, también es necesario que toda la información generada por todas las actividades de la empresa es muy bien resguardada ante cualquier inconveniente que se pueda generar extraordinariamente por eso se recomienda realizar los back up cada día.

Respuesta de la administración:

Se ha considerado realizar las copias de toda la información administrada por la entidad diariamente y así evitar que se pierda información valiosa y que es necesaria para desarrollar los procesos operacionales con calidad.

3.3.5 Informe de auditoría de gestión

Informe de auditores independientes

A la administración de

LA SABROSURA, S.A. de C.V.

Se ha realizado una revisión al control interno de los procesos de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente entre el período comprendido del 1 de Enero del 2016 al 31 de octubre del 2016.

Responsabilidad de la administración

Los procesos y controles son responsabilidad de la administración de la compañía por ende nos remitimos solo al examen realizado. El examen se efectuó tomando en cuenta aspectos de las normas internacionales de auditoría generalmente aceptadas NIA'S y en lo referente a procesos de gestión de la calidad en las normas ISO 9001,27000 Y 31000.

Responsabilidad del auditor.

Nuestra responsabilidad es expresar conclusiones y recomendaciones sobre los procesos y controles establecidos por la administración sobre la calidad del servicio al cliente .Nuestra

auditoría se ha efectuado tomando en cuenta aspectos de las Normas Internacionales de Auditoría y en lo referente a procesos de gestión de la calidad en las normas ISO 9001, 27000,31000. Dichas normas exigen que cumplamos los requerimientos de ética, así como que planifiquemos y ejecutemos la auditoría con el fin de obtener una recomendación razonable sobre el control de los procesos de servicio al cliente y seguridad de la información de los procesos del servicio al cliente.

Una auditoría conlleva la aplicación de procedimientos para obtener evidencia sobre la calidad de los procesos del servicio al cliente. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluida la valoración de los riesgos. Al efectuar dichas valoraciones del riesgo, el auditor tiene en cuenta el control interno relevante para el desarrollo de los procesos de la calidad servicio al cliente por parte de la entidad. Una auditoría de gestión también incluye la evaluación de la adecuación de las políticas establecidas por la administración y aplicadas, así como la evaluación global de todos los procesos de calidad en el servicio al cliente.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra conclusión.

Opinión.

Como conclusión, damos fe del buen desarrollo de los procesos de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente de la sociedad LA SABROSURA, S.A. de C.V. en el periodo del 1 de enero al 31 de octubre de 2016.

Párrafo de énfasis.

La sociedad a pesar de recibir inspecciones sobre la aplicación de estándares de calidad establecidos por la franquicia debe tomar como referencia en sus procesos de calidad la aplicación de las normas ISO 9001,27000 y 31000 lo cual le permitirá definir mejores procesos en el servicio al cliente y en la seguridad de información de los procesos del servicio al cliente.

San Salvador, 31 de octubre de 2016

C & A AUDITORES S.A DE C.V.

Inscripción profesional 5124

Socio Lic. Mauricio Landaverde

Inscripción profesional 4532

4 **CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

4.1. **Conclusiones**

a.) El principal beneficio que los auditores obtendrían al poseer y usar un modelo de auditoría de gestión para aplicar a las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio es poder determinar el cumplimiento de los procesos establecidos por las empresas con relación a la calidad del servicio al cliente y la seguridad de la información en los procesos y poder dar una recomendación y conclusiones a la administración sobre la eficiencia, eficacia y economía sobre el rendimiento de cada uno de los controles establecidos.

b). Partiendo de la investigación ejecutada y considerando los datos recopilados mediante las encuestas se concluyó la importancia para las empresas de venta de comida rápida con servicio a domicilio de realizar auditorías de gestión de calidad de servicio al cliente, y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente. Este tipo de auditorías deberán ser ejecutadas por profesionales especializados, con el fin de garantizar que se cumplirán con los objetivos propuestos por la administración y que a su vez ayudara que el recurso humano será más comprometido en prestar servicio de calidad en sus actividades consecuentes a las responsabilidades atribuidas a sus cargos.

c.) La mayoría de las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio desconocen el propósito de realizar una auditoría de gestión, la cual es de mucho beneficio para

medir los niveles de rendimiento que se tiene en todos los procesos operativos de la entidad.

d.) para las empresas de comida rápida es una necesidad el realizar auditorías de gestión a los procesos del servicio al cliente que verifique el cumplimiento de las buenas prácticas en el servicio y atención al cliente con enfoque a la calidad y así determinar si estos servicios capaces de satisfacer las necesidades demandas de los clientes.

4.2. Recomendaciones

- a) Se recomienda a todas las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio realizar auditorías de gestión de calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, porque mediante el desarrollo de este tipo de verificar los indicadores de los servicio midiendo así los niveles de rendimiento optimización de los recursos que posee la entidad y comprobar que los procesos de calidad establecidos se estén cumpliendo o si es necesario modificarlos o incluir nuevos y así mejorar la competitividad de la entidad.

- b) Es necesario que las empresas de comida rápida establezcan políticas y procesos de calidad del servicio al cliente apropiadas a los objetivos de mejora en la calidad del servicio al cliente que la compañía desea crear y deben ser evaluadas mediante una auditoría de gestión.

c) Es recomendable para los auditores poseer un modelo de auditoría de gestión de calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente de auditoría de gestión determinado para las empresas de comida rápida con servicio a domicilio, que les permita brindar una recomendación y conclusión sobre los controles internos de este tipo de compañías y proporcionar de esta manera un beneficio de mejora en las áreas más problemáticas de este tipo de empresas.

d.) las empresas de comida rápida deben poseer estándares de calidad descritos en sus políticas que se apeguen a las necesidades y exigencias necesarias para el cumplimiento de los objetivos y ambiente de mejora continua en el servicio al cliente para satisfacer las necesidades de los consumidores y poder incrementar sus utilidades mediante la buena práctica de brindar servicios de calidad es necesario existan las herramientas necesarias y precisas para evaluar que la gestión de servicio funcione bajo normas y políticas.

BIBLIOGRAFÍA

ALVAREZ. (2006). *introduccion a la calidad:aproximacion a los sistemas de gestion y herramientas de calidad. españa: ideas propias.*

analiza calidad. (n.d.). From <http://www.analizacalidad.com/docftp/fi1122iso14.htm>

Blogspot. (2011, Abril). Retrieved Mayo, 2015 from <http://informa-temas.blogspot.com/2011/04/antecedentes-historicos-de-los.html>

La pagina mas rapido y veraz. (2015, Noviembre 06). Retrieved Noviembre 06, 2015 from http://mobile.lapagina.com.sv/detail.php?news_id=111750

Ley de Proteccion al Comidor. (2016). From <http://defensoria.gob.sv/leyes/ley-proteccion-al-consumidor/>

Ley de Proteccion al Medio Ambiente. (n.d.). From <http://www.asamblea.gob.sv/eparlamento/indice-legislativo/buscador-de-documentos-legislativos/ley-del-medio-ambiente>

Pizzo, M. (2013). *Como servir con exelencia.* Retrieved octubre 31, 2015 from <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>

profesionales-asociados.com. (n.d.). Retrieved Octubre 2015, 2015 from <http://profesionales-asociados.com/gestion/servicios/auditoria-de-gestion/>

sistema de gestion monografia. (n.d.). From <http://www.monografias.com/trabajos98/consultoria-y-auditoria-sistema-gestion-calidad/consultoria-y-auditoria-sistema-gestion-calidad.shtml#ixzz466yQP0E2>

Telemundo. (2015, Noviembre 03). Retrieved Noviembre 05, 2015 from <http://www.telemundo.com/shows/2015/11/03/una-nina-muerde-un-wrap-de-mcdonalds-y-descubre-algo-horripilante-en-su-comida>

trabajo.com.mx. (n.d.). Retrieved Octubre 31, 2015 from http://www.trabajo.com.mx/la_comida_rapida_caracteristicas_y_ventajas.htm

transparenciaactiva.gob.sv. (2010, Octubre 31). Retrieved Noviembre 4, 2015 from <http://www.transparenciaactiva.gob.sv/detectan-productos-no-aptos-para-personas-en-restaurantes-y-supermercados/>

transparenciaactiva.gob.sv. (2010, octubre 30). Retrieved nov 4, 2015 from <http://www.transparenciaactiva.gob.sv/detectan-productos-no-aptos-para-personas-en-restaurantes-y-supermercados/>

ANEXOS

GLOSARIO**Consumidor:**

Toda persona natural o jurídica que adquiera, utilice, disfrute, o reciba bienes o servicios de cualquier naturaleza, resultado de una transacción comercial.

Proveedor:

Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, distribución, comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores, como resultado de una transacción comercial.

Acaparador:

Toda persona natural o jurídica, que teniendo en existencia bienes intermedios y finales de uso o consumo, en las condiciones a que se refiere el literal anterior, se nieguen a colocarlos a la venta, al público consumidor; así como también la persona que condicione la compra de los referidos bienes a la adquisición de otros; o el que de cualquier forma provoque la escasez o el alza inmoderada en los precios de tales bienes.

Acaparamiento:

La sustracción, retención y el almacenamiento fuera del comercio normal, de los bienes intermedios y finales de uso o consumo, que provocaren el alza inmoderada de los precios de los productos esenciales y de los servicios.

Publicidad engañosa:

Todo tipo de información o comunicación de carácter comercial en que se utilicen textos, diálogos, sonidos, imágenes, o descripciones que directa o indirectamente, incluso por omisión, pueda inducir a engaños, errores o confusiones al usuario o consumidor.

Productos y servicios esenciales:

Son aquellos alimentos, artículos y servicios, incluyendo los públicos, que satisfagan las necesidades básicas de la comunidad.



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA**



CUESTIONARIO

DIRIGIDO A: A los Gerentes de Mercadeo de las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio, del municipio de san salvador.

OBJETIVO: Recopilar información necesaria para sustentar la investigación sobre el diseño de un modelo de procedimientos de auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, en las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio, del municipio de san salvador.

PROPÓSITO: El presente cuestionario ha sido elaborada por estudiantes de la carrera de Licenciatura en Contaduría Pública, la cual permitirá sustentar el trabajo de investigación denominado: ‘Auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, en las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio, del municipio de San Salvador.’

Cabe mencionar que la información obtenida será de carácter académico y confidencial.

INDICACIONES: Marque con una “X” la(s) respuesta(s) que usted estime conveniente.

1. ¿Han Realizado auditorías de gestión de calidad de servicio al cliente, y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente en los últimos dos años?

- SI
 NO

Objetivo: Determinar si la empresas de comida rápida realizan auditorias de gestión de calidad de servicio al cliente.

2. ¿Existen procedimientos de gestión de calidad de servicio al cliente y salvaguarda de la información confidencial de los mismos?

- SI
 NO

Objetivo: determinar la existencia de procedimientos en cuanto al servicio al cliente y manejo de la información proporcionada por los clientes.

3. ¿Por qué considera que una auditoria de gestión de calidad de servicio al cliente, ayudaría a mejorar los procedimientos establecidos por la empresa?

- Serviría como parámetro para medir que los procedimientos establecidos se cumplan
- Establecería las debilidades que se puedan tener en la seguridad de los procesos de servicio al cliente
- Las dos anteriores

Objetivo: analizar la importancia de una auditoría de gestión para mejorar los procedimientos de servicio al cliente.

4. ¿Realizan capacitaciones a los empleados en relación a brindar un buen servicio al cliente?

- Siempre

- Algunas veces
- Nunca

Objetivo: determinar la importancia de la capacitación de los empleados en la atención a los clientes.

5. ¿Qué controles de calidad de servicio al cliente se aplican al momento de atención?

Puede seleccionar más de una opción

- Monitoreo y grabacion de las llamadas a call center por servicio a domicilio
- Cliente encubierto
- Contratacion de supervisores de atencion al cliente
- No se realiza ningun tipo de control

Objetivo: conocer los diferentes controles de calidad en el servicio al cliente.

6. ¿Qué herramientas utilizan para medir el grado de satisfacción de los clientes?

Puede seleccionar más de una opción.

- Encuestasvirtuales
- Entrevistas
- Buzones de comentarios y sugerencias.
- Todas las anteriores.

Objetivo: identificar las diferentes herramientas que utilizan las empresas para medir la satisfacción de los clientes en cuanto al servicio obtenido.

7. ¿Qué procedimientos de salvaguarda de la información para la base de datos confidenciales de los clientes utilizan? Puede seleccionar más de una opción.

- contraseñas a usuarios de las bases

- Permisos de accesos por medio del administrador del sistema de la base datos
- Encriptar la información
- No se permite la conexión de medios extraíbles a las computadoras
- Todas las anteriores

Objetivo: identificar los procedimientos establecidos para la salvaguarda de información confidencial de los clientes.

8. ¿Considera necesaria y útil realizar una auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, en las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio?

Si su respuesta es no, pasar a la pregunta 10.

- SI
- NO

Objetivo: determinar si es importante realizar una auditoría de gestión de calidad del servicio al cliente y seguridad de la información de los procesos de servicio al cliente.

9. ¿Por qué considera necesaria y útil realizar una auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, en las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio?

- Permitiría a la administración determinar la satisfacción de sus clientes en cuanto al servicio que reciben de sus empleados y así tomar decisiones de capacitaciones.

- Determinaría si hay debilidades en los procedimientos establecidos.
- Saber si los procedimientos cumplen con lo establecido .
- O si es necesario incorporar nuevos procedimientos
- Todas las anteriores.

Objetivo: establecer la importancia de realizar una auditoría de gestión de calidad del servicio al cliente y seguridad de la información de los procesos de servicio al cliente.

10. ¿Considera necesario el diseño de un modelo de procedimientos para desarrollar una auditoría de gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, en las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio?

- SI
- NO

Objetivo: Determinar la necesidad de diseñar un modelo de procedimientos para la gestión de la calidad del servicio al cliente y seguridad de la información, de los procesos de servicio al cliente, en las empresas dedicadas a la venta de comida rápida con servicio a domicilio

11. ¿Qué tipo de acciones existen en la empresa al darse inconformidad en los clientes por el producto o servicio brindado?

- Correctivas
- Preventivas
- Las dos anteriores

Objetivo: determinar si existen acciones correctivas y preventivas por dar mal servicio a los clientes.

12. ¿Porque considera necesario un sistema de gestión de calidad del servicio al cliente?

- Mejorar el desempeño y la productividad de la empresa
- Poner mayor énfasis en los objetivos de la empresa y en las expectativas de los clientes
- Lograr y mantener la calidad de los productos y servicios, para alcanzar los requisitos y necesidades implícitas de los clientes
- Incrementar la satisfacción de los clientes
- Abrir nuevas oportunidades de mercado o mantener la participación en el mismo
- Tener la oportunidad de competir con marcas líderes en el mercado
- Todas las anteriores

Objetivo: determinar la necesidad de la existencia de un sistema de gestión de servicio al cliente en las empresas de comida rápida

13. ¿De los siguientes principios de gestión de calidad cuales se implementan en la empresa?

- Enfoque al cliente
- Participación del personal
- Enfoque basado en procesos
- Mejora continua
- Buenas relaciones con los proveedores

Todas las anteriores

Objetivo: conocer los diferentes principios de gestión de calidad implementados por las empresas de comida rápida.

14. ¿Existen políticas de calidad en el servicio al cliente?

SI

NO

Objetivo: conocer la existencia de políticas de calidad en el servicio brindado a los clientes

15. ¿Existen objetivos de calidad de servicio al cliente?

SI

NO

Objetivo: conocer la existencia de objetivos de calidad en el servicio brindado a los clientes