



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**

**LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO**

**“AUDITORIA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE  
TURISMO CIA. LTDA. DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA,  
PROVINCIA DE TUNGURAHUA. PERÍODO 2019.”**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO**

**AUTORA:**

**JESSICA CAROLINA VEGA LARA**

Ambato – Ecuador

2021



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**  
**LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO**

**“AUDITORIA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE  
TURISMO CIA. LTDA. DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA,  
PROVINCIA DE TUNGURAHUA. PERÍODO 2019.”**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO**

**AUTORA: JESSICA CAROLINA VEGA LARA**

**DIRECTOR: ING. NORBERTO HERNÁN MORALES MERCHÁN**

Ambato – Ecuador

2021

**©2022, Jessica Carolina Vega Lara**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho del Autor.

Yo, JESSICA CAROLINA VEGA LARA declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

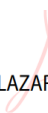
Riobamba, 01 de julio de 2021



**Jessica Carolina Vega Lara**  
**C.I. 180444125-9**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**  
**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**  
**LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO**

El Tribunal de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de Investigación, **“AUDITORIA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA. PERIODO 2019.”**, realizado por la Señorita Jessica Carolina Vega Lara, ha sido minuciosamente revisado por los miembros del Tribunal de Trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. Marcelo Eduardo Sánchez Salazar <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>	MARCELO EDUARDO SANCHEZ SALAZAR  Firmado digitalmente por MARCELO EDUARDO SANCHEZ SALAZAR	2021-07-01
Ing. Norberto Hernán Morales Merchán <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	NORBERTO HERNAN MORALES MERCHAN  Firmado digitalmente por NORBERTO HERNAN MORALES MERCHAN	2021-07-01
Ing. Pedro Pablo Bravo Molina <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	 Firmado electrónicamente por: <b>PEDRO PABLO BRAVO MOLINA</b>	2021-07-01

## **DEDICATORIA**

A mi Dios y Salvador Jesucristo, por estar siempre a mi lado guiándome en sabiduría todo mi caminar y por permitirme cumplir una propuesta más, a mi esposo que con su amor y paciencia me ha apoyado en toda mi carrera universitaria, a mis hijos que es una razón más por esforzarme y seguir adelante, a mis padres por su confianza y apoyo incondicional, a toda mi familia y amigos que con su gran cariño me han dado una palabra de aliento, que juntos nos hemos unido a este logro alcanzado.

Jessica

## **AGRADECIMIENTO**

Toda mi gratitud a mi Dios que hizo posible este logro, a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, quien abrió sus puertas y encaminarme por el sendero del aprendizaje y la superación profesional, a todos los docentes quien compartieron todo su saber y depositaron en mi para cumplir esta meta, en especial a mis tutores el Ing. Norberto Morales, y el Ing. Pedro Bravo, mil gracias por su paciencia y que, con mucha sabiduría, hizo posible esta culminación de mi carrera.

Jessica

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....</b>	<b>4</b>
<b>1.1. Auditoría.....</b>	<b>4</b>
<b>1.1.1. Clasificación de la auditoría.....</b>	<b>4</b>
<b>1.1.2. Auditoría de gestión.....</b>	<b>8</b>
<b>1.1.2.1. Objetivos de auditoría de gestión.....</b>	<b>9</b>
<b>1.1.2.2. Alcance de la auditoría de gestión.....</b>	<b>9</b>
<b>1.1.2.3. Técnicas utilizadas en la auditoría de gestión.....</b>	<b>10</b>
<b>1.1.2.4. Fases de auditoría de gestión.....</b>	<b>11</b>
<b>1.1.3. Fases del proceso de la auditoría de gestión.....</b>	<b>11</b>
<b>1.1.4. Control interno.....</b>	<b>12</b>
<b>1.1.4.1. Componentes del control interno.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1.5. Ambiente de control.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1.6. Evaluación de riesgo.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1.7. Actividades de control.....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.8. Información y comunicación.....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.9. Monitoreo.....</b>	<b>16</b>
<b>1.1.10. Tipos de riesgo.....</b>	<b>17</b>
<b>1.1.11. Papeles de trabajo.....</b>	<b>17</b>
<b>1.1.12. Evidencias.....</b>	<b>18</b>
<b>1.1.13. Física.....</b>	<b>18</b>
<b>1.1.14. Documental.....</b>	<b>18</b>
<b>1.1.15. Testimonial.....</b>	<b>18</b>
<b>1.1.16. Analítica.....</b>	<b>19</b>
<b>1.1.17. Indicadores de gestión.....</b>	<b>19</b>
<b>1.1.18. Informe de auditoría.....</b>	<b>19</b>
<b>1.1.19. Tipos de informe.....</b>	<b>20</b>



<b>1.2. Variable dependiente</b> .....	23
1.2.1. <i>El turismo</i> .....	23
1.2.2. <i>Importancia del turismo en la economía</i> .....	23
1.2.3. <i>Principales características del turismo</i> .....	24
1.2.4. <i>Tipos de turismo</i> .....	25
1.2.5. <i>Operadora de turismo</i> .....	26
1.2.6. <i>Elementos del proceso administrativo</i> .....	26
1.2.7. <i>Servicios turísticos</i> .....	27
1.2.8. <i>Tipos de servicios turísticos</i> .....	28
1.2.3. <i>Idea general</i> .....	29
<b>1.3. Variables</b> .....	29
1.3.1. <i>Variable independiente</i> .....	29
1.3.2. <i>Variable dependiente</i> .....	29
<b>1.4. Operacionalización de variables</b> .....	30
1.4.1. <i>Variable independiente: auditoria de gestión</i> .....	30
1.4.2. <i>Variable dependiente: operadora de turismo</i> .....	31

## CAPÍTULO II

<b>2 MARCO METODOLÓGICO</b> .....	32
<b>2.1. Enfoque de la investigación</b> .....	32
2.1.1. <i>Modalidad de la investigación</i> .....	32
2.1.2. <i>Método cualitativo</i> .....	32
2.1.3. <i>Método cuantitativo</i> .....	32
2.1.4. <i>Método inductivo</i> .....	32
2.1.5. <i>Método deductivo</i> .....	32
2.1.6. <i>Investigación bibliográfica documental</i> .....	32
2.1.7. <i>Investigación de campo</i> .....	33
<b>2.2. Tipos de investigación</b> .....	33
2.2.1. <i>Investigación exploratoria</i> .....	33
2.2.2. <i>Investigación descriptiva</i> .....	33
2.2.3. <i>Investigación correlacional</i> .....	34
<b>2.3. Población y muestra</b> .....	34
2.3.1. <i>Población</i> .....	34
2.3.2. <i>Muestra</i> .....	34
<b>2.4. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de la información</b> .....	35
2.4.1. <i>Técnicas de investigación</i> .....	35
2.4.1.1. <i>Ocular</i> .....	35

2.4.1.2. Verbal.....	35
2.4.1.3. Escrita.....	35
2.4.1.4. Documental.....	36
2.4.1.5. Física.....	36
<b>2.4.2. Instrumentos de investigación.....</b>	<b>36</b>
2.4.2.1. Entrevista.....	36
2.4.2.2. Encuesta.....	36
2.4.2.3. Observación.....	36
2.4.2.4. Cuestionarios.....	36
<b>2.4.3. Procesamiento de la información.....</b>	<b>37</b>
2.4.3.1. Tabulación.....	37
2.4.3.2. Comprobación.....	37
2.4.3.3. Inspección.....	38
<b>2.5. Análisis de los resultados.....</b>	<b>38</b>
2.5.1. Estructura de la población investigada.....	38
<b>2.6. Análisis e interpretación de datos.....</b>	<b>38</b>
<b>2.7. Conclusion final de la investigación.....</b>	<b>56</b>

## CAPÍTULO II

<b>3. MARCO DE RESULTADOS, DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....</b>	<b>57</b>
3.1. Tema.....	57
3.2. Antecedentes de la propuesta.....	57
3.2.1. Datos estadísticos de la afluencia turística del cantón baños de agua santa.....	58
3.2.2. Demanda turística.....	58
3.2.3. Turismo extranjero.....	59
3.2.4. Turismo nacional.....	59
3.3. Justificación.....	61
3.4. Objetivos.....	61
3.4.1. Objetivo general.....	61
3.4.2. Objetivos específicos.....	61
3.5. Beneficiarios.....	62
3.6. Fundamento de la propuesta.....	62
3.7. Modelo operativo.....	64
3.8. Desarrollo de la propuesta.....	64
3.8.1. Auditoría de gestión.....	64
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>159</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>160</b>

**BIBLIOGRAFÍA**  
**ANEXOS**

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-1:</b>	Alcance de la auditoría .....	9
<b>Tabla 2-1:</b>	Tipos de turismo .....	25
<b>Tabla 3-1:</b>	Operacionalización variable "auditoria de gestión" .....	30
<b>Tabla 4-1:</b>	Operacionalización variable "operadora de turismo" .....	31
<b>Tabla 1-2:</b>	Población total de estudio.....	34
<b>Tabla 2-2:</b>	Cálculo de la muestra .....	35
<b>Tabla 3-2:</b>	Recolección de información .....	37
<b>Tabla 4-2:</b>	Estructura organizacional adecuada .....	39
<b>Tabla 5-2:</b>	Planificación estratégica y procesos definidos .....	40
<b>Tabla 6-2:</b>	Definición de actividades, metas, y objetivos. ....	41
<b>Tabla 7-2:</b>	Auditorias de gestión y evaluaciones de planificación.....	42
<b>Tabla 8-2:</b>	Necesidad de auditoría de gestión .....	43
<b>Tabla 9-2:</b>	Mejora del control de actividades con la auditoría de gestión.....	44
<b>Tabla 10-2:</b>	Aporte a la economización de recursos .....	45
<b>Tabla 11-2:</b>	Aplicación de indicadores de gestión .....	46
<b>Tabla 12-2:</b>	Nivel de liquidez óptimo .....	47
<b>Tabla 13-2:</b>	Toma de decisiones y organización adecuada.....	48
<b>Tabla 14-2:</b>	Desarrollo empresarial de mercado .....	49
<b>Tabla 15-2:</b>	Dependencia de procesos internos para el posicionamiento.....	50
<b>Tabla 16-2:</b>	Mejoramiento de técnicas para incremento de ventas .....	51
<b>Tabla 17-2:</b>	Incremento de clientes en base a la gestión administrativa .....	52
<b>Tabla 18-2:</b>	Mejoramiento de satisfacción del cliente .....	53
<b>Tabla 19-2:</b>	Paquetes turísticos atractivos.....	54
<b>Tabla 20-2:</b>	Flujo actual de clientes es rentable .....	55
<b>Tabla 1-3:</b>	Foda, fortaleza y oportunidades.....	106
<b>Tabla 2-3:</b>	Foda, debilidades y amenazas .....	107

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-1.</b>	Fases de la auditoría de gestión .....	11
<b>Gráfico 1-2.</b>	Estructura organizacional adecuada.....	39
<b>Gráfico 2-2.</b>	Planificación estratégica y procesos definidos .....	40
<b>Gráfico 3-2.</b>	Definición de actividades, metas, y objetivos.....	41
<b>Gráfico 4-2.</b>	Auditorías de gestión y evaluaciones de planificación y desempeño .....	42
<b>Gráfico 5-2.</b>	Necesidad de auditoría de gestión .....	43
<b>Gráfico 6-2.</b>	Mejora del control de actividades con la auditoría de gestión.....	44
<b>Gráfico 7-2.</b>	Aporte a la economización de recursos .....	45
<b>Gráfico 8-2.</b>	Aplicación de indicadores de gestión .....	46
<b>Gráfico 9-2.</b>	Nivel de liquidez óptimo .....	47
<b>Gráfico 10-2.</b>	Toma de decisiones y organización adecuada .....	48
<b>Gráfico 11-2.</b>	Desarrollo empresarial de mercado .....	49
<b>Gráfico 12-2.</b>	Dependencia de procesos internos para el posicionamiento.....	50
<b>Gráfico 13-2.</b>	Mejoramiento de técnicas para incremento de ventas .....	51
<b>Gráfico 14-2.</b>	Incremento de clientes en base a la gestión administrativa .....	52
<b>Gráfico 15-2.</b>	Mejoramiento de satisfacción del cliente.....	53
<b>Gráfico 16-2.</b>	Paquetes turísticos atractivos.....	54
<b>Gráfico 17-2.</b>	Flujo actual de clientes es rentable .....	55
<b>Gráfico 1-3.</b>	Afluencia de turismo en el ecuador .....	60
<b>Gráfico 2-3.</b>	Fases de la auditoría de gestión .....	64
<b>Gráfico 3-3.</b>	Ubicación del proyecto .....	67
<b>Gráfico 4-3.</b>	Organigrama estructural de chebastour .....	69
<b>Gráfico 5-3.</b>	Logo de “chebastour”.....	83
<b>Gráfico 6-3.</b>	Instalaciones de la empresa “chebastour” cía. Ltda.....	87
<b>Gráfico 7-3.</b>	Oficina Sucursal.....	87
<b>Gráfico 8-3.</b>	Departamento de contabilidad .....	88
<b>Gráfico 9-3.</b>	Buses panorámicos de dos pisos.....	88

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-3.</b> Verificación del proceso de adquisiciones .....	131
<b>Figura 2-3.</b> Verificación del proceso de ventas.....	135

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

- ANEXO A.** ENCUESTA A LOS CLIENTES Y PERSONAL DE “CHEBASTOUR”  
OPERADORA DE TURISMO
- ANEXO B.** GUION DE ENTREVISTA AL GERENTE ADMINISTRATIVO DE  
“CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO.
- ANEXO C.** REGISTRO DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL
- ANEXO D.** PROYECCIÓN DE VENTAS
- ANEXO E.** PRINCIPALES SERVICIOS TURÍSTICOS A OFERTARSE
- ANEXO F.** MIRADOR DE LA CIUDAD Y EL VOLCÁN
- ANEXO G.** SERVICIOS O PAQUETES TURÍSTICOS

## RESUMEN

El presente trabajo de titulación tuvo como objetivo realizar una Auditoría de Gestión a “Chebastour” Operadora de Turismo Cia. Ltda. del Cantón Baños De Agua Santa, Provincia de Tungurahua. período 2019., con la finalidad de evaluar el control interno y analizar el cumplimiento adecuado de las funciones realizadas además determinar el correcto manejo de los recursos administrativos. Las técnicas de investigación que se utilizaron fueron la observación directa para obtener información durante la ejecución de una actividad o proceso, encuestas aplicadas al personal de la entidad auditada y entrevista a las personas beneficiarias de los programas o actividades a su cargo. Por este motivo se ejecutó una Auditoria de Gestión donde se evaluó el control interno mediante la utilización del sistema Coso 1 con la aplicación de cuestionarios se logró estabilizar los procesos internos y la aplicación de indicadores de gestión se pudo demostrar la eficiencia de la aplicación de la auditoría de gestión por medio del cual se pudo recomendar el diseño de indicadores de cumplimiento y así ser una herramienta de apoyo para cuantificar los niveles de confianza y de riesgo y un informe de auditoría. Los hallazgos encontrados fueron: la falta de reglamento interno, no tiene un manual de funciones hace que exista la mezcla de actividades propias con otras áreas, no considera la carga de trabajo y no dispone de áreas exclusivas de actividades relevantes propias de la empresa. Se recomienda contratar profesionales y expertos en publicidad y marketing para implementar un plan de estrategias para la captación de clientes e incremento de ventas y así establecer alianza estratégica con otras operadoras turísticas para implementar el desarrollo y crecimiento de la empresa

**Palabras clave:** <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <AUDITORÍA DE GESTIÓN>, <PROCESOS ADMINISTRATIVOS>, <OPERADORA DE TURISMO>, <CONTROL INTERNO >, <INDICADORES DE GESTION>, <BAÑOS (CANTÓN)>



30-05-2022

0903-DBRA-UTP-2022





## ABSTRACT

The present study was aimed to carry out a management audit to "Chebastour CIA LTDA" a tour operator company located in Baños de Agua Santa, province of Tungurahua, period 2019 in order to evaluate the internal control and analyze the proper fulfillment of functions, as well as determining the correct management of administrative resources. The research techniques that were used were the direct observation to obtain information during the execution of an activity or process, surveys applied to the personnel of the audited institution and interviews applied to the beneficiaries of their programs or activities. For this reason, a management audit was carried out where internal control was evaluated through the use of the Coso 1 system with the application of questionnaires, it was possible to stabilize the internal processes and the application of management indicators, it was possible to demonstrate the efficiency of the application of the management audit through which it was possible to recommend the design of compliance indicators and thus become a useful tool to quantify the levels of trust and risk and an audit report. The findings found were: the lack of internal regulations, it does not have a manual of functions, which means that there is a mixture of its own activities with other areas, it does not consider the workload and it does not have exclusive areas of relevant activities of the company. It is recommended to hire professionals and experts in advertising and marketing to implement a strategy plan to attract customers and increase sales and thus establish a strategic alliance with other tour operators to implement the development and growth of the company.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <MANAGEMENT AUDIT>, <ADMINISTRATIVE PROCESSES>, <TOURIST OPERATOR>, <INTERNAL CONTROL>, <MANAGEMENT INDICATORS>, <BAÑOS (CANTON)>



Luis Fernando Barriga Fray

0603010612

## **INTRODUCCIÓN**

La oferta turística cada vez es amplia en el mundo entero, y en Ecuador la situación es semejante, el boletín N° 4 “Principales Indicadores de Turismo abril 2014” del Ministerio de Turismo del Ecuador, indica que el ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) asciende a 1.251,3 millones de dólares durante el año 2013 lo que representa el 21% en comparación con el 2012.

Esto hace que la oferta cada vez sea mayor produciendo competitividad en la empresa turística. En la ciudad de Baños de Agua Santa esta situación ha empezado desde los últimos años, tal es el caso que los pobladores viven el 90% de la actividad turística, el 10% de actividades afines como la agricultura, ganadería y el comercio.

El ambiente competitivo obliga a que los directivos de las empresas hagan un reajuste en sus estrategias y departamentos, para así mantenerse a flote en el mercado.

Es así que el presente trabajo de investigación “AUDITORIA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA., DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, PERÍODO 2019”. Es una herramienta en la cual ayudará a medir la correcta utilización de los recursos, realizando un conjunto de actividades sistemáticamente para verificar, analizar y evaluar los resultados, identificando situaciones de riesgo que amenacen la estabilidad de la empresa y a la vez presentar alternativas que permitan mejorar las deficiencias encontradas en la misma.

## **Antecedentes investigativos**

El tema que se ha propuesto, responde a un problema vital de la realidad y medio social, siendo muy importante conocer el grado de cumplimiento de las disposiciones que se dan en la institución y de esta manera reflejar el manejo adecuado de la gestión por parte de los directivos y así mejorar el bienestar colectivo de los mismos.

Por lo tanto, para sustentar esta investigación es necesario proceder a consultar en diferentes artículos académicos y tesis en los diferentes repositorios digitales tanto de la biblioteca de la Facultad de Administración de Empresas de la Escuela Politécnica del Chimborazo y otras fuentes investigativas, se puede mencionar que se ha encontrado información relevante que aporta para este proyecto de investigación sobre las dos variables en estudio, las mismas que cuentan con los siguientes antecedentes:

En el siguiente trabajo investigativo realizado en el año (2014), la tesis cuyo tema es **“AUDITORÍA DE GESTIÓN A LOS PROCESOS DEL DEPARTAMENTO CONTABLE DE LA EMPRESA CHAIDE Y CHAIDE S.A. POR EL PERIODO 2012”** de la universidad de las fuerzas armadas ESPE, Departamento de ciencias económicas administrativas y de comercio carrera de ingeniería en finanzas y auditoría C.P.A. previo a la obtención del título de Ingeniero en Finanzas, Contador Público – Auditor.

La autora Katherine Chora Verdezoto, se planteó como objetivo primordial el “Realizar una Auditoría de Gestión al departamento contable de la empresa Chaide y Chaide S.A., identificando deficiencias, irregularidades y posibles problemas que están afectando directa o indirectamente a la organización, con la finalidad de determinar los niveles de eficiencia, efectividad, economía y ética en los procesos, y emitir recomendaciones de mejora para ayudar al departamento a lograr un correcto funcionamiento”. Pudiendo así llegar a las siguientes conclusiones:

## **Conclusiones**

- Mediante la aplicación práctica de la ejecución de este examen de auditoría se han reforzados los conocimientos y destrezas aprendidas en el aula de clases, ya que el ejercicio práctico nos hace partícipes del rol como profesionales en el campo de la Auditoría.
- A través de la ejecución del examen de auditoría se logró cumplir con el objetivo planteado de identificar las deficiencias, irregularidades y posibles problemas que están afectando directa o indirectamente a la organización, y se pudo de determinar los niveles de eficiencia, efectividad, economía y ética en los procesos.

- Con la investigación de los fundamentos teóricos para llevar a cabo la Auditoría de Gestión facilitó la realización y aplicación de procedimientos y técnicas de auditoría que permitieron la ejecución del examen.
- Con el trabajo desarrollado se obtuvo un conocimiento completo de la empresa Chaide y Chaide S.A. en toda su parte organizativa, estructural, direccionamiento estratégico y demás aspectos con los cuales se pudo llevar a cabo la Auditoría de Gestión.
- El informe de auditoría contiene las conclusiones y recomendaciones de mejora para ayudar al departamento a lograr un correcto funcionamiento, y que estas apoyen la toma de decisiones.
- En la empresa Chaide y Chaide S.A. no cuentan con manuales de procedimientos para cada uno de los puestos de trabajo, que guíen sus bajo un esquema preestablecido. (Chora, 2014, pág. 282)

### **Antecedentes históricos**

En la Empresa “CHEBASTOUR” Operadora de Turismo Cia. Ltda., no existen temas similares investigados en cuanto se refiere a “Auditoría de Gestión a “CHEBASTOUR” Operadora de Turismo Cía. Ltda., del Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua, Período 2019.”

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

### 1.1. Auditoría

“Es el proceso exhaustivo de revisión o control para la comprobación de un hecho, situación o condición general e incluso específica.” (Vásquez & Pinargote, 2018, pág. 7)

Mientras que, la auditoría es:

*Una recopilación, acumulación y evaluación de evidencia sobre información de una entidad, para determinar e informar el grado de cumplimiento entre la información y los criterios establecidos.*

*Un proceso sistemático para obtener y evaluar de manera objetiva, las evidencias relacionadas con informes sobre actividades económicas y otras situaciones que tienen una relación directa con las actividades que se desarrollan en una entidad pública o privada.*

*El fin del proceso consiste en determinar el grado de precisión del contenido informativo con las evidencias que le dieron origen, así como determinar si dichos informes se han elaborado observando principios establecidos para el caso. (Biler , 2017, p 23)*

La auditoría es revisar que los hechos, fenómenos y operaciones se den en la forma en que fueron planteadas, que los procedimientos y cada una de las políticas establecidos se han respetado y a su vez observado. Es evaluar la forma en que se administra y la forma en que aprovecha cada uno de los recursos.

#### **1.1.1. Clasificación de la auditoría**

Es prudente aclarar que los diferentes tipos de auditoría existentes convergen en su propósito esencial de revisión, verificación, evaluación y asesoría, así mismo guardan semejanza en su forma y modo de realización.

Las auditorías responden a las diversas necesidades de validación que tienen los entes respecto a determinados objetos de estudio o situaciones auditadas, éstas son tomadas individualmente, pero la complejidad que envuelve las actividades que conforman el quehacer del ente y el sinnúmero de factores que intervienen en él, hacen que al auditar un objeto de estudio individualmente se llegue a auditar otros objetos de estudio por extensión, los que directa o indirectamente afectan y determinan el principal objeto de estudio o situación auditada, por consecuencia en la práctica no se puede separar, ni delimitar exactamente el campo de acción de la auditoría, generando de ese

modo confusiones en su clasificación, si se piensa encasillar como un solo tipo de auditoría, motivo por el que una auditoría puede tener simultáneamente distintas clasificaciones, correspondientes a los diferentes enfoques que se utilicen para la realización del examen.

La delimitación y definición de cada tipo o clase de auditoría tiene como fines entablar conceptos de diferenciación claves respecto a las características principales y profundizar en el estudio e investigación de cada tipo o clase de auditoría.

### **Auditoría financiera**

El conjunto de procesos sistemáticos, ejecutados por auditores de acuerdo a normas y métodos técnicos, que tienen por finalidad obtener y evaluar de forma independiente los eventos de carácter económico administrativo de una entidad, permitiendo determinar el grado de veracidad de dichos eventos conforme a las disposiciones legales vigentes.

Determina que:

*En este sentido, la auditoría financiera se focaliza básicamente en el dictamen de los estados financieros, los cuales tienen su esencia en los libros y registros contables. En lo expuesto anteriormente, la auditoría examina, evalúa e investiga todas las operaciones que están representadas en los estados financieros con el propósito de cerciorarse en la transparencia y razonabilidad de los mismos, para lograr emitir un dictamen lógico a la actualidad financiera y con absoluta independencia.* (Forero , Forero, & Cerquera, 2017, pág. 50)

Y, en consecuencia, se considera que la Auditoría Financiera tiene como objetivo principal emitir un dictamen profesional de manera veraz, independiente y transparente sobre las partidas que se consagran en los estados financieros y sobre el cumplimiento de las normas que la regulan, además de realizar una revisión exhaustiva para determinar la exactitud y legalidad de las operaciones financieras del ente contable.

### **Auditoría operacional**

Busca ayudar a promover la eficiencia de su operación, aumentando los ingresos, reduciendo sus costos, simplificando las tareas, reduciendo también desperdicios de materiales y tiempo, etc. Ayuda a la empresa a aumentar su eficiencia mediante la presentación de recomendaciones tendentes a ese fin. (Acosta, 2018, p. 18)

### **Auditoría administrativa**

Determina que:

*Revisa los procesos administrativos, busca la detección de fallas dentro de una organización a fin de corregirlas y reducir los riesgos como tal; evalúa las decisiones tomadas por la gerencia dentro de una empresa, en este caso sobre su estructura, políticas, procesos, sistemas de información, entre otras áreas; considerando que los recursos son escasos y se deben tomar las decisiones óptimas en la organización. (Durán, Alcívar, León , & Vélez, 2018, p. 27)*

### **Auditoría fiscal**

Para mantener un control estable se llevan a cabo un conjunto de medidas e instrumentos que toma el estado para recaudar los ingresos necesarios para la realización de la función del sector público a través de la Política Fiscal. El propósito de la política fiscal es darle mayor estabilidad al sistema económico, al mismo tiempo que se trata de conseguir el objetivo de ocupación plena.

Explica que:

*Se aplica también con generalidad a la labor de verificación llevada a cabo por funcionarios estatales con el fin de comprobar el cumplimiento de las obligaciones tributarias por los contribuyentes, analizo algunos aspectos comunes de ambas acepciones, profundizando en aquellas partes de la Auditoría Fiscal pública necesarios para comprender el significado del término en el ámbito privado. (Yennifer, 2017, p. 7)*

### **Auditoria de sistemas**

Determina que:

*En esta modalidad podemos incluir lo que se conoce por auditorías especiales, como la auditoría medioambiental, auditoría informática y otras formas que empiezan a tomar nombre (económico-social, ética y otras). Especial relevancia ocupa la auditoría medioambiental, debido a la creciente conciencia social sobre asuntos relativos a la conservación y preservación de la calidad medioambiental (se trata de uno de los condicionantes actuales de la actividad humana que no había en épocas pasadas). (Educación, 2017, p. 14)*

### **Auditoría ambiental**

La auditoría ambiental es la estrategia de evaluación y control de la calidad, la eficacia y la rentabilidad de los procesos y productos de un determinado organismo, institución o empresa. (Alaña, Morán , & Sanmartín, 2017, p. 7)

### **Auditoría integral**

Explica que:

*La auditoría integral nos ofrece una metodología que permita además de evaluar la información financiera, identificar las diferentes inconformidades de la gestión administrativa en relación, al uso óptimo y de los recursos y al cumplimiento de las metas propuestas, así mismo, garantiza que el control interno de la entidad ofrece la seguridad razonable para el cumplimiento de dichas metas y de la normativa aplicable al ente.*  
(Cantos, 2019, p. 424)

### **Auditoría de calidad**

La auditoría de un sistema de gestión de calidad es importante ya que de ella emanan las revisiones de cumplimiento sobre los puntos que 0020 las normas ISO consideran dentro de las organizaciones tanto públicas como privadas, y en el caso de la norma ISO 19011:2011 esta puede ser aplicable tanto para la revisión de la ISO 9001 y de la ISO 14000. (Sotelo, 2018, p.34)

### **Auditoría gubernamental**

Explica que:

*La auditoría gubernamental es un modelo de cobertura global y, por lo tanto, no se trata de una suma de auditorías. Es el proceso de obtener y evaluar objetivamente, en un período determinado, la evidencia relativa a la información financiera, al comportamiento económico y al manejo de una entidad, con el propósito de informar sobre el grado de correspondencia entre aquellos y los criterios o indicadores establecidos o los comportamientos generalizados.* (Sánchez, 2017, p. 79)

### **Auditoría de cumplimiento**

Determina que:

*La auditoría de cumplimiento es un tipo de servicio de control posterior realizado por las unidades orgánicas de la Contraloría y los OCI, de acuerdo con su competencia funcional, en el marco de la normativa y principios del control gubernamental, establecidos en la Ley; así como las normas, métodos y procedimientos técnicos establecidos por la Contraloría.* Sánchez, 2017, p. 80)

### **Auditoría forense**

Es un conjunto de técnicas efectivas para la prevención e identificación de actos irregulares de fraude y corrupción, que se centra en excepciones, rarezas, irregularidades contables y patrones



de conducta poco usuales, no en errores y omisiones. Se direcciona a tres principales actividades: Prevención de Fraudes, Detección de Fraudes, Soporte a Litigio. (León & Lagunas, 2017, págs. 5-6)

### **Auditoría externa o auditoría legal**

Explica que:

*Examen de las cuentas anuales de una empresa por un auditor externo, normalmente por exigencia legal. El objetivo de un examen de los estados financieros de una compañía, por parte de un auditor independiente, es la expresión de una opinión sobre si los mismos reflejan razonablemente su situación patrimonial, los resultados de sus operaciones y los cambios en la situación financiera, de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados y con la legislación.* (Educación, 2017, p. 13)

### **Auditoría interna**

Control realizado por los empleados de una empresa para garantizar que las operaciones se llevan a cabo de acuerdo con la política general de la entidad, evaluando la eficacia y la eficiencia, y proponiendo soluciones a los problemas detectados. (Educación, 2017, p. 13)

### **Auditoría operativa**

Revisión del sistema de control interno de una empresa por personas calificadas, con el fin de evaluar su eficacia e incrementar su rendimiento. La auditoría operativa consiste en el examen de los métodos, los procedimientos y los sistemas de control interno de una empresa u organismo, público o privado; en definitiva, se fundamenta en analizar la gestión. (Educación, 2017, p. 13)

#### **1.1.2. Auditoría de gestión**

Beneficios de realizar una Auditoría: Identificar los riesgos de la empresa, Detectar sus vulnerabilidades, Otorgar confianza a los directivos, integrantes y clientes, Prevenir errores y fraudes y Proporcionar una mejora continua a la Compañía. (Biler , 2017, p. 56)

“La auditoría de gestión está enfocada a medir niveles de eficiencia, eficacia y economía dentro de una organización, así como determinar las posibles deficiencias o desviaciones que afectan al desarrollo normal de las actividades empresariales u organizacionales”. (Arias, 2018, p. 3)

### 1.1.2.1. *Objetivos de auditoría de gestión*

Como punto clave menciona que esta permite verificar el alcance obtenido de las metas y objetivos establecidos, brindando de este modo “un enfoque a la administración de eficiencia en el cumplimiento de sus operaciones”. (Arias, 2018, p.24)

Entre estos objetivos para los cuales una empresa podría efectuar una auditoría se encuentran los siguientes:

- Establecer el nivel de cumplimiento con las actividades, funciones y tareas asignadas en cada nivel de la organización.
- Determinar el nivel de control y de posibilidades para que el objeto de estudio opere con eficiencia, eficacia y economía.
- Medir el nivel de calidad que la compañía auditada ha implementado en sus procesos y en lo ofertado al cliente, para que éste se encuentre satisfecho. (Arias, 2018, p. 4)

### 1.1.2.2. *Alcance de la auditoría de gestión*

Es el limitante de hasta que parte el auditor debe llegar en este tipo de auditoría

**Tabla 1-1:** Alcance de la auditoría

Departamento Comercial	La estrategia comercial, la oferta de bienes y servicios, la distribución física del producto, la política de precios, la función publicitaria y de ventas.
Departamento Financiero	Evaluar el capital de trabajo, la financiación a largo plazo, la planeación financiera y la relación internacional.
Departamento de Producción	Evaluar el diseño del sistema productivo, la programación de la producción, el control de la calidad, la bodega, etc.
Departamento de Talento Humano	Evaluar la productividad, el clima organizacional, las políticas de promoción e incentivo, políticas de selección y formación del personal, puestos de trabajo.
Departamento Administrativo	Evaluar los proyectos y programas, la forma de procesamiento de datos, procesamientos administrativos, formas de control.

Fuente: (Arias, 2018)

Elaborado por: Vega, J. (2021)

### 1.1.2.3. Técnicas utilizadas en la auditoría de gestión

El empleo de las técnicas va de la mano con el uso de los papeles de trabajo, que contribuyan a plasmar la evidencia competente; de una forma más específica se explicará cada una de las técnicas a continuación:

**Técnica de la observación:** *permite observar o presenciar hechos realizados por otras personas o condiciones físicas que permiten visualizar cumplimiento de requisitos. A través de esta técnica el Auditor utiliza sentidos como el oído, el tacto, el olfato direccionando éstos hacia el objeto de la Auditoría. Se complementa con la utilización de fotos, videos; evidencia que debe ser analizada de forma objetiva.*

**Técnica de la comparación:** *confronta hechos para determinar igualdad o diferencias, en el cumplimiento de planificaciones y metas de programas. Ejemplos: resultados de producción frente a lo planificado; resultados de rendimientos comparados con el estándar.*

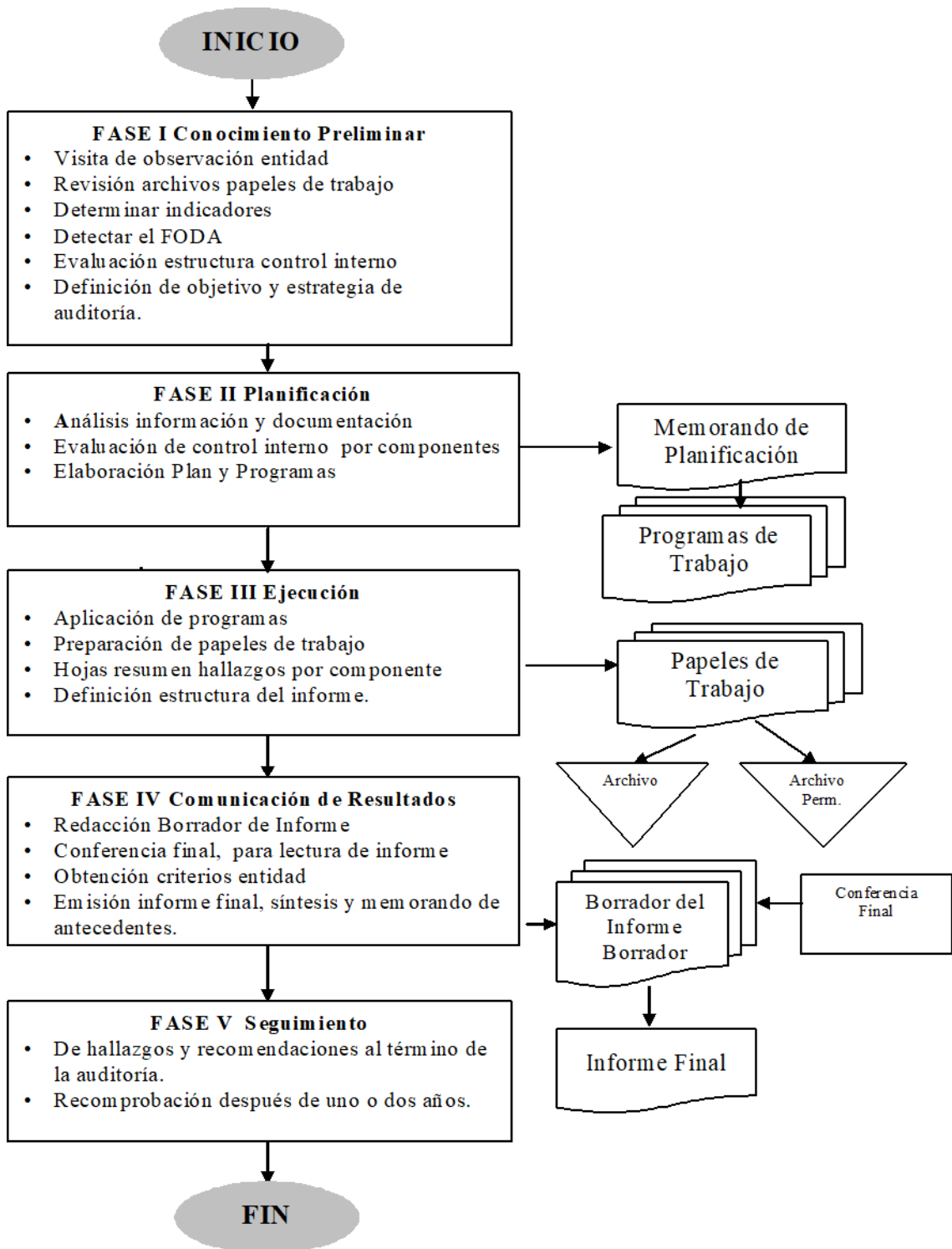
**Técnica de revisión selectiva:** *esta técnica va a permitir al Auditor seleccionar hechos concretos, productos, lotes, etc. con la finalidad de validar que los procesos y el cumplimiento de requisitos se cumpla.*

**Técnica de Rastreo:** *término utilizado en la Auditoría Financiera y que se aplica para la Auditoría de Gestión mediante la trazabilidad, consiste en determinar un producto en su estado final, cómo ha sido su proceso histórico a lo largo de la cadena productiva, esto es desde el inicio del producto o servicio hasta su estado final.*

**Técnica de Indagación:** *esta técnica se afianza en entrevistas formales e informales, encuestas, conversaciones, averiguaciones que permiten respuestas a preguntas planificadas por el Auditor con la finalidad de obtener juicios objetivos del hecho auditado.*

**Técnica de la comprobación:** *consiste en comprobar hechos a través de documentos, de test o pruebas físicas para validar los cumplimientos de requisitos, frente a la autenticidad de los documentos o estándares establecidos. (Vásquez & Pinargote, 2018, p. 57)*

1.1.2.4. Fases de auditoría de gestión



**Gráfico 1-1.** Fases de la Auditoría de Gestión

Fuente: Congacha, J. (2020)

Elaborado por: Vega, J. (2021)

1.1.3. Fases del proceso de la auditoría de gestión

**Fase i: conocimiento preliminar**

Etapa en la que se lleva a cabo a visita de observación de la entidad o visita inicial; revisión de archivos, papeles de trabajos y la evaluación del control interno. (Vásquez & Pinargote, 2018, p. 31)

### **Fase ii: planificación}**

En este lapso se elabora el plan y el programa de auditoría, determinando aspectos como requisitos aplicables, personal interviniente, recursos a emplear y tiempo estimado de realización de auditoría. (Vásquez & Pinargote, 2018, p. 31)

### **Fase iii: ejecución**

En esta fase se desarrollan las actividades programadas en el plan y programa de auditoría previamente desarrolladas en la fase anterior, exponiendo en los papeles de trabajo pertinentes las No Conformidades detectadas y demás evidencias que sustentan el proceso. (Vásquez & Pinargote, 2018, p. 31)

### **Fase iv: comunicación de resultados**

En este periodo se mantiene la reunión de cierre con la gerencia para exponer la derivación de las actividades ejecutadas y establece a su vez, compromisos que serán monitoreados en la siguiente etapa. (Vásquez & Pinargote, 2018, p. 32)

### **Fase v: seguimiento**

Se realiza la verificación del cumplimiento de las metas o correcciones establecida en la fase anterior. Este monitoreo le sirve de base al auditor para el siguiente proceso de auditoría, puesto que le proporciona una idea de la capacidad de la empresa para cumplir con lo planteado. (Vásquez & Pinargote, 2018, pág. 32)

#### **1.1.4. Control interno**

El control interno es un proceso efectuado por el consejo de administración, la dirección y el resto del personal de una entidad, diseñado con el objetivo de proporcionar un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de objetivos dentro de las siguientes categorías:

- Eficacia y eficiencia de las operaciones.
- Fiabilidad de la información financiera.
- Cumplimiento de las leyes y normas aplicables.

En su sentido más amplio, comprende la estructura, las políticas, el plan de organización, el conjunto de métodos y procedimientos y las cualidades del personal de la empresa que asegure. (Quinaluisa, Ponce, Muñoz, Ortega, & Pérez, 2018, p. 5)

#### 1.1.4.1. *Componentes del control interno*

El control interno COSO consta de cinco categorías o componentes que la administración diseña y aplica para proporcionar la seguridad razonable de que sus objetivos de control se llevarán a cabo adecuadamente. Estos son:

1. Ambiente de control.
2. Evaluación de los riesgos.
3. Actividades de control.
4. Información y comunicación.
5. Monitoreo.

El control interno es el proceso para salvaguardar los recursos de la entidad y cumplir con los objetivos de eficacia y eficiencia. Las herramientas de aplicación del modelo COSO permite rendir cuentas de su gestión a los administradores, en la medida en que demuestran el aprovechamiento máximo de los recursos disponibles y previenen su desperdicio y uso inadecuado o ilícito.

El modelo COSO, tanto con el concepto de control que propone, como con la estructura de control que describe, impulsa una nueva cultura administrativa en todo tipo de organizaciones y ha servido de plataforma para diversas definiciones y modelos de control a nivel internacional. (Quinaluisa, Ponce , Muñoz , Ortega, & Pérez, 2018, p. 7)

- 1. Ambiente de control.**
- 2. Evaluación de los riesgos.**
- 3. Actividades de control.**
- 4. Información y comunicación.**
- 5. Monitoreo.**

#### 1.1.5. *Ambiente de control*

Consiste en acciones, políticas y procedimientos que reflejan las actitudes generales de los altos niveles de la administración, directores y propietarios de una entidad en cuanto al control interno y su importancia para la organización. Tiene gran influencia en la manera en que se estructuran las actividades de una empresa, se establecen los objetivos y se valoran los riesgos. Por ello, es considerado el fundamento o la base del resto de los componentes del control interno. En él se distinguen siete factores a considerar:

**Integridad y valores éticos:** son el resultado de las normas éticas de la empresa, así como de la forma en que ellas se comunican y refuerzan en la práctica. Incluyen las acciones de la

administración para eliminar o reducir iniciativas o tentaciones que podrían llevar al personal de la empresa a cometer actos deshonestos, ilegales o poco éticos.

**Compromiso por la competencia:** este aspecto se refiere al conocimiento y las habilidades que son necesarias para cumplir con una determinada tarea. En tal sentido, cada profesional que labora en una empresa posee una serie de destrezas que, combinadas con sus saberes sobre un área, le permiten ejecutar determinadas acciones.

**Consejo de directores o comité de auditoría:** debe estar integrado por miembros independientes que no sean funcionarios ni empleados y que no tengan otras relaciones con la empresa que puedan desviar su independencia. De esta manera podrán cumplir con su función supervisora de los reportes financieros e impedir que los ejecutivos desatiendan los controles existentes y se comenten actos deshonestos.

**Filosofía y estilo operativo de la gerencia:** abarca el enfoque de la gerencia para monitorizar riesgos del negocio, sus actitudes y acciones hacia el reporte financiero y el procesamiento de la información, las funciones contables y el personal.

**Estructura organizacional:** su adecuado diseño se considera como el marco de la planeación y el control de las operaciones.

**Asignación de autoridad y responsabilidades:** incluye la manera en que se asignan ambas nociones según las actividades operativas y el modo en que se establecen las relaciones de reporte y las jerarquías de autorización.

**Políticas y procedimientos de recursos humanos:** incluye el conjunto de lineamientos, normas, políticas y procedimientos relacionados con la contratación, orientación, entrenamiento, evaluación, asesoría, promoción, compensación y acciones de corrección. (Quinaluisa, Ponce , Muñoz , Ortega, & Pérez, 2018, p. 67)

#### **1.1.6. Evaluación de riesgo**

Determina que:

*La entidad debe conocer, predecir y aproximarse a los riesgos, que podrían afectar la consecución de los objetivos, con el objeto de implementar mecanismos que identifiquen, examinen y mitiguen los potenciales riesgos. Se pueden diferenciar dos tipos de riesgos en una organización: el riesgo de control y el riesgo inherente. El riesgo inherente es propio de las actividades o procesos de la organización, que pueden incidir en la probabilidad de continuar el postulado de negocio en marcha; en tanto que el riesgo de control se entiende como la posibilidad de que presentándose errores de importancia no*

*puedan ser detectados por los sistemas de control de la entidad impidiendo el logro de los objetivos organizacionales.*

*Existen metodologías favorables para la identificación y valoración de los riesgos, entre las más comunes encontramos las matrices y los manuales de referencia. En este proceso de identificar riesgos internos y/o externos, por cada objetivo importante a nivel de actividad. Posterior a la identificación y valoración es necesario reducir, administrar o compartir los riesgos, se puede realizar este análisis mediante un plan de mitigación. (López & Pesántez, 2017, p. 33)*

#### **1.1.7. Actividades de control**

Explica que:

*Las actividades de control son las gestiones implantadas por medios de políticas y procedimientos que ayudan a garantizar que se ejecuten las instrucciones de la dirección para debilitar los riesgos con impacto potencial de los objetivos. Las actividades de control se llevan a cabo en todos los niveles de la entidad, en todas las etapas de los procesos de negocio, y en el entorno tecnológico. Según su naturaleza pueden ser preventivos o de detección y pueden abarcar una amplia gama de actividades manuales y automatizadas. La segregación de funciones normalmente está integrada en la definición y funcionamiento de las actividades de control. (Gonzabay & Torres, 2017, p. 27)*

#### **1.1.8. Información y comunicación**

Determina que:

*La información es necesaria en todos los niveles de la organización para operar el negocio y encaminarlo hacia la consecución de los objetivos de la entidad, en todas las categorías: operaciones, información financiera y cumplimiento. El talento humano que trabaja en una organización debe no solo asimilar la información, sino también compartirla en virtud de que este factor destaca la importancia y la necesidad de mantener canales permanentes de intercambio de información que permitan la transmisión eficaz del conocimiento de cada miembro de la organización. (López & Pesántez, 2017, p.23)*

Explica que:

*Son elementos esenciales en una estructura de control interno. La información acerca del ambiente de control, la evaluación de los riesgos, los procedimientos de control y la supervisión, resulta necesaria para que los administradores puedan dirigir las operaciones y garantizar el empleo de las normativas legales, reglamentarias y de*



*información. Este componente se refiere, entonces, a los métodos empleados para identificar, reunir, clasificar, registrar e informar acerca de las operaciones de la entidad y para conservar la contabilidad de los activos relacionados.* (Quinaluisa, Ponce , Muñoz , Ortega, & Pérez, 2018, p. 34)

### **1.1.9. Monitoreo**

El monitoreo determina que:

*Las evaluaciones continuas, las evaluaciones autónomas o una composición de ambas se utilizan para establecer si cada uno de los cinco componentes del control interno, incluidos los controles para cumplir los principios de cada componente, está vigente y marchan adecuadamente. Los descubrimientos son valorados y las deficiencias son comunicadas oportunamente, las significativas son comunicadas a la alta gerencia y al directorio.* (Gonzabay & Torres, 2017, p. 28)

### **Controles generales**

Los controles generales son las políticas y procedimientos que se aplican a la totalidad o a gran parte de los sistemas de información de una entidad, incluyendo la infraestructura y plataformas TI de la organización auditada y ayudan a asegurar su correcto funcionamiento.

El propósito de los controles generales de un entorno informatizado es establecer un marco conceptual de control general sobre las actividades del sistema informático y asegurar razonablemente la consecución de los objetivos generales de control interno y el correcto funcionamiento de los controles de aplicación. (Minguillón , 2017, p. 67)

### **Controles de aplicación**

Determina que:

*Evalúan los controles de acceso que limitan o restringen el acceso a determinadas aplicaciones y ficheros relacionados (como, por ejemplo, el fichero maestro de empleados y los ficheros de transacciones de nóminas) a usuarios autorizados. También se puede evaluar la seguridad establecida en la propia aplicación para restringir el acceso en mayor medida, normalmente mediante creación de usuarios con palabra clave de acceso y otras restricciones programadas en el software de la aplicación mediante una adecuada gestión de los perfiles de usuario y sus privilegios. Así, un empleado responsable de las nóminas puede tener acceso a las aplicaciones sobre nóminas, pero puede tener restringido el acceso a una determinada función, como puede ser la revisión*

*o actualización de datos de las nóminas sobre los empleados del propio departamento de nóminas. (Minguillón , 2017,p. 45)*

#### **1.1.10. Tipos de riesgo**

La Norma Internacional de Auditoría NIA 400, especifica los diferentes tipos de riesgos que se presentan durante los exámenes que se realizan a las empresas, estos tipos de riesgos son: Inherente, de Control y riesgo de Detección:

**Riesgo Inherente.** - *Su relación directamente con la actividad económica de la empresa a más de los sistemas de control que maneja, la auditoría se enfoca en los estados financieros por la existencia de errores significativos que suelen presentarse por motivo de este riesgo, está fuera de la responsabilidad de auditor ya que no se lo puede determinar, lo que dificulta la toma de decisiones presentándose este de forma natural dentro de la empresa.*

**Riesgo de Control.** - *Este riesgo se centra en verificar los niveles de control que maneja la empresa y como se da su ejecución, también analiza cuál es su incidencia e importancia al momento de su aplicación para constatar si son adecuados y suficientes ante los problemas que generen irregularidades. Es por esta la necesidad y relevancia que tiene la administración en sus constantes revisiones, verificaciones y ajustes de sus procesos de control interno. Cuando se presentan bajos niveles de riesgo de control se debe a que están efectuando o implementando excelentes procedimientos para el correcto desempeño de sus procesos de organización.*

**Riesgo de detección.** - *Como su nombre lo especifica va directamente relacionado con los procedimientos que se realicen en la auditoría, es por ello, que las empresas al momento de contratar al auditor responsable, verifican que sea confiable y que los resultados que van hacer expuestos sean reales, ya que, este riesgo hace que no se puedan detectar con facilidad la existencia de errores mientras se ejecute el proceso. (Solózano, 2017, pp. 33-34)*

#### **1.1.11. Papeles de trabajo**

Los papeles de trabajo son todos aquellos documentos desarrollados por el auditor para la conservación y muestreo de las evidencias obtenidas durante el desarrollo de la auditoría. Todo papel de trabajo debe estar estructurado bajo características claves y generales entre estas tenemos:

- Deben ser claros, precisos, con referencias y marcas lógicas y competentes.
- Su contenido debe limitarse para lo cual fue creado.
- Deben asegurar la permanencia de lo evidenciado.

- Debe garantizarse su custodia y confidencialidad

Los papeles de trabajo pasan a formar parte del Archivo Corriente o del Permanente según su utilidad y empleo. es así:

***Archivo corriente:** corresponde a aquellos archivos que se generan durante la auditoría, que son nuevos o que contribuyen a una información actual.*

***Archivo permanente:** son aquellos archivos o documentación generada en procesos anteriores o que son principalmente de conocimiento general de la compañía como los manuales, instructivos, escrituras de constitución, el informe de auditoría anterior, entre otros. (Vásquez & Pinargote, 2018, p. 34)*

#### **1.1.12. Evidencias**

Determina que:

*La evidencia de auditoría representa un asunto de especial cuidado para el auditor, por cuanto le permite sustentar y dar credibilidad a su opinión. Por esta razón, los estándares internacionales han fomentado, a través de su adopción, que la misma debe cumplir una serie de características que le faculten a cualquier auditor sin experiencia previa en el proceso entender la naturaleza de los procedimientos aplicados, así como la oportunidad y conclusiones alcanzadas a partir de los mis. (Valderrama, Colmenares, Sánchez, & Briseño, 2017, p-57).*

#### **1.1.13. Física**

Consiste en la inspección física de los bienes de la empresa auditada. Por ejemplo, una revisión física del inventario en bodegas. (Lozano, 2020,p.25))

#### **1.1.14. Documental**

Se realiza una inspección de los documentos, teniendo en cuenta que la fiabilidad de los mismos depende de si es un documento creado en la entidad o fuera de ella, o si puede ser fácilmente falsificado. Por ejemplo, una revisión a las facturas tanto entregadas a los clientes como recibidas de proveedores. (Lozano, 2020,p.25)

#### **1.1.15. Testimonial**

Es una forma de evidencia en la que el auditor sostiene pláticas con diferentes empleados o servidores de la entidad con la finalidad de descubrir situaciones que pueden requerir más investigación. (Lozano, 2020,p. 25)

### **1.1.16. Analítica**

Determina que:

*Se obtiene al analizar o verificar la información obtenida durante la auditoría, esta evidencia proporciona una base de respaldo para opinar sobre la materia examinada. Comprende cálculos, comparaciones, razonamiento y desagregación de la información en sus componentes; cuyas bases deben ser sustentadas documentadamente en caso necesario y especialmente en el deslinde de responsabilidades civiles o penales. (Lozano, 2020, p. 34)*

### **1.1.17. Indicadores de gestión**

Es un indicador de control que sirve para conocer en que partes se presentan algunas dificultades y en donde deben hacerse las correcciones que permitan mejorar. Por tanto, el indicador de gestión se constituye en una herramienta que permite medir la gestión, o calcular el logro de objetivos sociales e institucionales.

Los indicadores de gestión son una relación entre las variables cuantitativas o cualitativas, que permite observar la situación y las tendencias de cambio generadas en el objeto o fenómeno observado, respecto a los objetivos y metas previstas e influencias esperadas; además menciona que pueden ser valores, unidades, índices y series estadísticas; además agregan valor cuando se presentan agrupados. Los indicadores de gestión pueden ser de tres tipos: de eficiencia, de eficacia y de efectividad.

Contar con un sistema de indicadores en la empresa, genera un conjunto de beneficios entre los cuales se encuentran: Satisfacción del cliente, monitoreo del proceso, benchmarking y la gerencia del cambio. (Álvarez, 2017, p18)

### **1.1.18. Informe de auditoría**

Este motivo:

*El informe de auditoría es entonces un documento que emite un auditor externo en el que expresa su opinión acerca de la razonabilidad de dichos estados financieros que, de acuerdo con un marco normativo contable tiene la pretensión de aumentar el grado de confianza para los diferentes usuarios de la información. Este informe emitido por el auditor debería cobrar mayor relevancia en el contexto del mercado de valores, en tanto que allí el contacto entre los inversionistas y las empresas se ve materializado en muchas ocasiones por medio de comunicación del informe de auditoría, dichos mercados se vuelven relevantes en el contexto de la auditoría, en la medida*

*que estos se estructuran bajo dinámicas que parten de la búsqueda de la eficiencia y la maximización de beneficios para las partes involucradas en las diversas transacciones.* (Zamarra, Pérez, & Pareja, 2020, p.56)

### **1.1.19. Tipos de informe**

#### **Informe general**

Los informes de auditoría poseen una estructura definida para la redacción de los contenidos que debe incluir. Aquí es donde encontramos los conocidos párrafos del informe de auditoría. Las entidades que tengan la obligación de someterse a auditorías legales antes de entregarse en el Registro Mercantil deberán contener como mínimo la siguiente información:

- Título o identificación
- Encargados de la auditoría y destinatarios
- Párrafo de alcance: en este párrafo se describe la amplitud del trabajo realizado en la auditoría. Se delimitará el marco de actuación de la auditoría realizada, señalando los estados financieros auditados y haciendo referencia a las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas (NAGA) utilizadas para hacer la auditoría.
- Párrafo legal o comparativo: deberá informar de que las cuentas son únicamente del último año. Las cuentas anuales deben incluir las cifras del balance, la cuenta de pérdidas y ganancias y el cuadro de financiación del año anterior.
- Párrafo de énfasis: en este párrafo el auditor debe señalar aspectos que le hayan resultado relevantes, pero que no hayan llegado a afectar en la opinión que se ha formado sobre la auditoría.
- Párrafo de salvedades: aquí el auditor mostrará si existe algún reparo que señalar sobre algún tipo de estado financiero y explicará la causa que lo ha provocado. Estas salvedades sí que afectan a la opinión y pueden deberse a alguna diferencia en la interpretación de diferentes cuestiones.
- Párrafo de opinión: es aquí donde el auditor mostrará su propio juicio sobre las cuentas que está auditando. Encontraremos en este párrafo un juicio valorativo sobre la situación financiera, el patrimonio, los resultados de las operaciones, los recursos obtenidos y aplicados. También valorará si dispone de la situación necesaria para poder ofrecer una valoración real de las cuentas.
- Párrafo sobre “otras cuestiones”: aunque este párrafo no es obligatorio, los auditores podrán utilizar otros párrafos para añadir la información sobre determinadas circunstancias que sea necesaria para completar el informe sobre la auditoría.

- Párrafo sobre el informe de gestión: en este párrafo se comentará la concordancia del informe de gestión con las cuentas anuales de la empresa o si por el contrario existe algo que no le hace ser diferente.
- Nombre, dirección y datos registrales del auditor
- Fecha del informe
- Firma del auditor (Caurin, 2017, p.67)

### **Informe ejecutivo**

El informe ejecutivo contiene:

Responsable: Área o unidad administrativa encargada de preparar el informe.

Período de revisión: Tiempo que comprendió el examen.

Objetivos: Propósitos que se pretenden lograr con la auditoría.

Alcance: Profundidad con la que se examinó la organización.

Metodología: Explicación de las técnicas y procedimientos utilizados con el fin de captar y analizar la evidencia necesaria para cumplir con los objetivos de la auditoría.

Síntesis: Relación de los resultados y logros obtenidos con los recursos asignados.

Conclusiones: Concentrado de aspectos prioritarios, acciones llevadas a cabo y propuestas de atracción.

**Aspectos relevantes:** Este rubro se incluye en el informe con el objeto de contemplar los aspectos que reflejan los obstáculos, deficiencias o desviaciones captadas durante la auditoría, así como la fundamentación de cada observación, así como sus causas y efectos, consecuencias de las observaciones. Algunas de estas observaciones relevantes son: falta de concordancia entre misión, objetivos, metas, estrategias, políticas y programas en relación con las condiciones establecidas, y / o la inobservancia del marco normativo aplicable.

**Seguimiento:** Las observaciones que se producen como resultado de la auditoría deben sujetarse a un estricto seguimiento, ya que no solo se orientan a corregir las fallas detectadas, sino también a evitar su recurrencia, el seguimiento aporta elementos de crecimiento a la organización lo que hace posible:

Verificar que las acciones realizadas como resultado de las observaciones, se lleven a la práctica en los términos y fechas establecidos juntamente con el responsable del área función, proceso, programa, proyecto o recurso revisado, a fin de alcanzar los resultados esperados.

Facilitar al titular de la organización la toma de decisiones.

Constatar las acciones que se llevaron a cabo para instrumentar las recomendaciones, y al finalizar la revisión, rendir un nuevo informe referente al grado y forma como estas se atendieron.

## Lineamientos generales

A continuación, se mencionarán los lineamientos que se seguirán en la implantación y seguimiento de las recomendaciones:

- Definir las áreas en que se comprobará la implantación de los cambios propuestos por el auditor, tomando como referencia el informe de la auditoría y las sugerencias o comentarios del titular de la organización.
- Considerar la participación de especialistas, cuando se estime que la aplicación de las recomendaciones así lo requiere.
- Realizar, con la amplitud necesaria las pruebas adecuadas para obtener evidencia que fundamente la adopción de las sugerencias del auditor.
- Establecer los mecanismos necesarios para mantener un adecuado control del cumplimiento de estas propuestas en los términos y fechas establecidos.
- Brindar el apoyo a las áreas involucradas durante el proceso de seguimiento e instrumentación de tales recomendaciones.
- Evaluar los resultados y logros alcanzados como producto de las modificaciones efectuadas de acuerdo con dichas propuestas.

## Acciones específicas

Establece que:

*Para examinar el grado de avance en la puesta en práctica de los cambios sugeridos y sentar bases para una auditoría de seguimiento, se requiere que el auditor verifique como se efectúa, lo cual puede visualizar desde dos perspectivas: Las recomendaciones se han implantado conforme al programa y si tal implantación se ha realizado fuera de éste.*

(Rodríguez, 2019, p.56)

## **Informe de aspectos relevantes**

- Identificación de la entidad auditada, de las cuentas que son objeto de la auditoría, del marco normativo de información financiera que se aplicó en su elaboración, de las personas físicas o jurídicas que encargaron el trabajo y, en su caso, de las personas a quien vaya destinado; así como la referencia a que las cuentas anuales han sido formuladas por el órgano de gobierno de la entidad auditada.
- Una descripción general del alcance del trabajo de la auditoría realizada, con referencia a las normas de auditoría conforme a las que ésta se ha llevado a cabo y, en su caso de los

procedimientos previstos en ellas que no haya sido posible aplicar como consecuencia de cualquier limitación puesta de manifiesto en el desarrollo de la auditoría.

- Una opinión técnica en la que se manifestará, de forma clara y precisa, si las cuentas anuales ofrecen la imagen fiel de la información financiera.
- Una opinión sobre la concordancia o no del informe de gestión con las cuentas anuales correspondientes al mismo ejercicio, en el caso que el citado informe de gestión acompañe a las cuentas anuales.
- Fecha y firma de quien o quienes lo hubieran realizado. (Mallorca, 2020, p.45)

## **1.2. Variable dependiente**

### ***1.2.1. El turismo***

Explone que:

*El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (Organización Mundial del Turismo , 2017, p.34)*

### ***1.2.2. Importancia del turismo en la economía***

El turismo no debe entenderse como una actividad económica aislada y que funciona de forma independiente. Por el contrario, el turismo depende de numerosos sectores de la economía que lo abastecen de bienes y servicios (alimentación, transporte, seguros, energía, tecnología, construcción, mobiliario, etc.). Se presentan en los espacios turísticos presiones excesivas sobre el territorio y los intereses socioeconómicos muy a menudo están enfrentados, se hace necesario un enfoque que permita la confluencia de posiciones antagónicas que contemplen la mayor parte posible de necesidades y prioridades de los agentes sociales locales y los sectores económicos. En esta medida cobra sentido la implementación de modelos de participación ciudadana, como paso fundamental hacia una gestión sostenible.

Con el fin de identificar los beneficios netos del turismo en una economía en términos de crecimiento económico y desarrollo sustentable es fundamental contar con una medición adecuada de las variables del turismo.

Los beneficios del aumento del turismo internacional en un país se derivan del mayor ingreso de divisas, del aumento de la recaudación tributaria y, por ende, del aumento de los ingresos del



sector público y un mayor nivel de actividad económica debido a los efectos del multiplicador del gasto turístico. (Altmira & Muñoz, 2017, p.89)

El turismo es un importante motor de la economía de Ecuador. En el contexto internacional, el sector turístico aporta con el 9,8% del PIB, empleando a una de cada 11 personas en el planeta, lo que equivale en promedio a 277 millones de personas, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo. (Alcívar, 2018, p.56)

De acuerdo a la Coordinación General de Estadística e Investigación del MINTUR, en el 2017 se registraron 1,617,914 llegadas internacionales al país, lo que representa un crecimiento del 14% en relación al 2019, y que en dólares significa \$1,204.5 millones, que equivale a un crecimiento del 12% en relación al año 2019. (Alcívar, 2018, p. 57)

### **1.2.3.**

#### **1.2.4. Principales características del turismo**

A lo largo de su evolución, el hombre se ha caracterizado por un deseo de visión del mundo y descubrimiento para desarrollar el comercio, conquistar y desarrollar nuevas tierras, buscar recursos y nuevas rutas de transporte.

A lo largo de los siglos de historia de los viajes, los descubrimientos geográficos, el desarrollo industrial de nuevos territorios, la expansión de las relaciones económicas mundiales, se han recopilado numerosos materiales científicos literarios, informes y diarios. Desempeñaron un papel inestimable en la acumulación de conocimiento por parte del hombre en diversos campos de la ciencia, la cultura y la tecnología. Muchas personas necesitan ver nuevas áreas y países para familiarizarse con la vida y las costumbres de sus pueblos. Todo esto ha llevado a la aparición de una forma especial de viaje: el turismo.

Por lo tanto:

*El turismo se está convirtiendo en una forma especial de movimiento de personas. Se desarrolló sobre la base de viajes y descubrimientos realizados por marineros, investigadores, historiadores, geógrafos y representantes del mundo de los negocios, que han recopilado numerosos estudios científicos, observaciones, descripciones, materiales literarios, históricos y geográficos, informes y diarios. El surgimiento del turismo fue posible como resultado de cambios fundamentales en la naturaleza de la producción social, el desarrollo de medios de transporte y comunicaciones, y el establecimiento de relaciones económicas mundiales en varios campos. (Ceupe, 2020, p.23)*

### 1.2.5. Tipos de turismo

Con la siguiente clasificación se pretende exclusivamente dar cuenta de la realidad turística en la que actualmente estamos inmersos. No es una clasificación definitiva ni cerrada y procura dar lugar a nuevas sistematizaciones. Cada uno de estos tipos de turismo se pueden practicar de forma simultánea y conllevan a la par la búsqueda del descanso, la diversión y sobre todo el contacto con nuevas experiencias, en mayor o menor medida:

**Tabla 2-1:** Tipos de turismo

<b>Tipos de turismo según el objeto del turista</b>		
1. Corporal	De salud	Médico
		De bienestar
	De gestión	De parto
		Abortivo
	Sexual	
	Activo	De aventura
deportivo		
2. Intelectual	Religioso	
	Educativo	Artístico / Patrimonial
		Congresos y Ferias
		Idiomático
		Científico
	Gastronómico	
Virtual		
3. Material	De transferencia	De compras
		De venta
		De encaje
	De negocios	
	Empresarial	
	De lujo	
4. Ambiental	De naturaleza	Responsable
		Recreativo
		Negativo

	Social	Etnográfico
		Solidario
		Rural
		De celebración
	De la muerte	Del dolor
		Del terror
		Suicida
	Del universo	Astronómico
		Espacial

FUENTE: (Ledhesma, 2018)  
 Elaborado por: Vega, J. (2021)

### 1.2.6. Operadora de turismo

Son aquellos agentes que participan en la actividad turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico) aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restaurantes, hoteles, conjunto de oferta de alojamiento, etc. (Ceupe, 2020, p.56)

### 1.2.7.

### 1.2.8. Elementos del proceso administrativo

Principales funciones gerenciales como:

**Planeación.** - Permite visualizar el futuro de las acciones a realizar y prever de alguna manera su comportamiento, al definir a dónde se quiere llegar y tener claros los objetivos a partir de análisis con los que se obtendrán diagnósticos de los eventos a realizar.

**Organización.** - Se debe definir la estructura de las acciones, funciones, jerarquías y puestos, con la finalidad de promover la máxima eficiencia, en el ahorro de los recursos humanos, materiales y económicos.

**Dirección.** - La dirección de un evento consiste en delegar autoridad y responsabilidad, mediante el uso adecuado de canales de comunicación y la supervisión constante a fin de detectar.

**Ejecución.** - Es la acción de la reunión que consiste en implementar las actividades planeadas, para la consecución de los objetivos y metas, en donde se toman decisiones fundamentales para el desarrollo óptimo del evento, designando actividades por equipos de trabajo, dependiendo del tipo y magnitud de la reunión.

Para la ejecución de las múltiples tareas es recomendable contar con el siguiente personal:

- Coordinador
- Secretaría
- Recepcionista
- Responsable de administración y finanzas
- Responsable de redacción, edición y difusión
- Traductores (sí fuera necesario)
- Técnicos de: audio, video, etc.
- Personal de apoyo: limpieza, montaje, mensajería, choferes, etc., dependen de las características del evento.

**Control.-** Es el conjunto de actividades encaminadas a vigilar la ejecución de acciones acordes a lo definido en la fase de planeación, es parte del proceso administrativo de los eventos turísticos, es un mecanismo preventivo y correctivo que permite la oportuna detección y corrección de desviaciones, insuficiencias o incongruencias en el curso del evento, pues consiste en la recopilación, análisis y evaluación de información para la toma de decisiones de forma oportuna durante el desarrollo de las reuniones, permitiendo

**Evaluación.** - Es la última etapa del proceso administrativo. Es el conjunto de actividades que permiten valorar cualitativa y cuantitativamente el evento una vez que éste ha concluido, pues permite detectar fallas y anomalías, para mejorar los eventos futuros al contrastar los logros alcanzados contra los objetivos y metas planeados, realizado esto al final del evento. (Augusto, 2017, p.67)

### ***1.2.9. Servicios turísticos***

Es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística”.

Este va de la mano con el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, diversiones, enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.

*El servicio turístico comprende el conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor. Constituye política de entidades turísticas en relación con la oferta y la demanda, preparación del producto turístico para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción óptima de necesidades de un segmento*

*determinado de consumidores. El servicio turístico está directamente mandado a satisfacer la corriente turística, cual comprende personas con fines turísticos que se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a la rutina, para así satisfacer la demanda turística en cualquier ámbito hotelero o no hotelero. (Ramírez, 2017, p.32)*

#### **1.2.10. Tipos de servicios turísticos**

##### **Servicio de alojamiento:**

*Lugar de establecimiento que provee de un espacio para pernoctar, puede ofrecer además servicios complementarios. Es una expectativa que insta y produce agrado, esta va de la mano con la tentación. Es un elemento crucial en la motivación del turista a viajar, y generalmente la afluencia de turistas a un lugar genera actividad económica conexas como ser hotelería, gastronomía, agencias receptoras que realizan excursiones, comercios locales, entre otros; y desarrollo de infraestructura para el acceso y disfrute del atractivo turístico (rutas, aeropuertos, señalización, etc.). (Ramírez, 2017, p.35)*

##### **Servicio de alimentación**

Se denomina servicio, al área que cumple la función fundamental de brindar alimentación a un determinado grupo poblacional, a través de la transformación de la materia prima (alimentos) en raciones alimenticias (preparaciones o producto terminado) que satisfagan los gustos, hábitos y necesidades nutricionales del usuario. (Pino & Bejar, 2018, p.23)

##### **Servicio de guía**

Personal con conocimiento profesional de dos o más idiomas, así como de lugares turísticos. Sus servicios generalmente se integran a las excursiones, circuitos turísticos, convenciones, congresos, etc., aunque también pueden solicitarse aisladamente, en el caso de paquetes, viajes individuales o de negocios. (Entorno Turístico, 2017, p.28)

Es el responsable de la recepción, coordinación, orientación, información, asistencia y animación de los visitantes nacionales e internacionales en el idioma de su elección. (Entorno Turístico, 2017, p.29)

##### **Servicio de OPC**

Cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.

### **Servicio de información**

Cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

### **Servicio de intermediación. (agencias de viajes)**

Cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.

### **Servicios de consultoría turística**

Este dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística.

### **Servicios de transporte:**

Si se viaja a lugares cercanos al lugar de origen, muy probablemente tomar un autobús será suficiente, si se viaja por mar, definitivamente un barco o crucero y si se busca llegar a lugares, por ejemplo, entre dos continentes, el medio de transporte indicado sería el avión. Todos estos son tipos de transportación que una agencia de viajes está capacitada para conseguir, englobadas en: marítima, aérea, ferroviaria, terrestre. (Entorno Turístico, 2017, p.67)

#### ***1.2.11. 1.2.3. Idea general***

La aplicación de una auditoría de gestión en “CHEBASTOUR” Operadora de Turismo, optimizará los procesos administrativos y mejorará el servicio al cliente, logrando impulsar el turismo y por ende la satisfacción de los consumidores del servicio brindado por la organización, lo cual generará un desarrollo económico y organizacional sostenido.

### **1.3. Variables**

#### ***1.3.1. Variable Independiente***

- Auditoría de Gestión

#### ***1.3.2. Variable Dependiente***

- Operadora de Turismo

## 1.4. Operacionalización de Variables

### 1.4.1. 1.4.1. Variable independiente: Auditoría de gestión

**Tabla 3-1:** Operacionalización variable "Auditoría de gestión"

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
Es aquella que se realiza para evaluar el grado de eficiencia, eficacia y económico en el logro de los objetivos previstos por la organización	Evaluar	Control de las actividades	¿Considera que el control de las actividades de "CHEBASTOUR" se optimizará en base a una auditoría de gestión aplicada periódicamente?	Entrevista al Gerente de "CHEBASTOUR"	Guion de entrevista
	Grado de eficiencia	Economización de recursos	¿Está de acuerdo en que un apropiado trabajo de auditoría en la operadora de turismo "CHEBASTOUR" aportará a la economización de sus recursos?		
	Grado de Eficacia	Mejora de los procesos	¿Está de acuerdo en que "CHEBASTOUR" operadora de turismo necesita de una auditoría de gestión para lograr la mejora de los procesos internos de manera constante?	Encuesta a los clientes internos y externos	Cuestionario
	Grado económico	Liquidez	¿Considera que la empresa alcanzará un nivel óptimo de liquidez si se aplica el proceso de auditoría para mejorar sus métodos administrativos actuales?		
	Logro de objetivos	Organización departamental	¿Considera usted que la optimización de la toma de decisiones, además de la organización adecuada de los departamentos de "CHEBASTOUR", está determinada por una buena gestión de auditoría?		
Organización	Desarrollo empresarial	¿Cree usted que una auditoría de gestión es una herramienta que ayudará a que "CHEBASTOUR" operadora de turismo se desarrolle establemente como empresa en el mercado?			

Fuente: Chebastour operadora de turismo

Elaborado por: Vega L. (2021)

1.4.2. 1.4.2. Variable dependiente: Operadora de turismo

**Tabla 4-1:** Operacionalización variable "Operadora de Turismo"

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
Se llama operadora de turismo a la persona o a agencias de viajes, encargadas de poner a la venta los paquetes o servicios turísticos y posee habilidades para comunicar, orientar e informar al cliente sobre las opciones con que cuenta para vacacionar	Persona o agencia de viajes	Posicionamiento en el mercado	¿Está usted de acuerdo en que el incremento del posicionamiento en el mercado de "CHEBASTOUR" depende de procesos internos apropiados?	Entrevista al Gerente de "CHEBASTOUR"	Guion de entrevista
	Venta de servicios turísticos	Incremento de ventas	¿Considera que el mejoramiento de métodos y técnicas internas ayudará a lograr un incremento de ventas de "CHEBASTOUR" operadora de turismo?		
	Habilidades	Incremento de clientes	¿Está de acuerdo en que el incremento de clientes de "CHEBASTOUR" operadora de turismo se logrará en base al mejoramiento de la gestión administrativa y a la habilidad para manejar sus clientes?		
	Comunica, orienta, informa	Satisfacción de los clientes	¿Considera que, con una buena comunicación, orientación apropiada, e información oportuna con los clientes se logrará la satisfacción de los mismos en cuanto a los servicios obtenidos en "CHEBASTOUR" operadora de turismo?		
	Opciones	Paquetes turísticos	¿Considera que los paquetes turísticos de "CHEBASTOUR" operadora de turismo son los suficientemente buenos como para atraer la atención del cliente y lograr que accedan a ellos?		
Vacacionar		Flujo interno de turistas	¿Está de acuerdo en que el flujo interno de turistas actualmente es el apropiado como para generar una rentabilidad sostenida y el desarrollo organizacional de "CHEBASTOUR" operadora de turismo?	Encuesta a los clientes internos y externos	Cuestionario

Fuente: Chebastour operadora de turismo

Elaborado por: Vega L. (2021)



## CAPÍTULO II

### 2. MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1. Enfoque de la investigación

##### 2.1.1. *Modalidad de la investigación*

La presente investigación se enfoca en el análisis del Control Interno para la Empresa “CHEBASTOUR” Operadora de Turismo Cia. Ltda. Se considera importante analizar y participar en esta difícil pero necesaria labor, que contribuye al conocimiento y a la recopilación de información y opinión que serán de gran interés para la toma de decisiones oportunas de la Empresa.

##### 2.1.2. *Método cualitativo*

El enfoque cualitativo, a veces referido como investigación naturalista, fenomenología, interpretativa o etnología, es una especie de “paraguas”, en el cual se incluye una variedad de concepciones, visiones, técnicas, y estudios no cuantitativos.

##### 2.1.3.

##### 2.1.4. *Método cuantitativo*

Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

##### 2.1.5. *Método inductivo*

Permitirá determinar particularidades de la gestión o de las actividades desarrolladas por las autoridades de la entidad y luego para realizar la evaluación del Sistema de Control Interno implantado en la gestión institucional.

##### 2.1.6. *Método deductivo*

El uso de este método hará posible analizar aspectos generales como son el estudio de Leyes, Normas, Principios generales de la Auditoría de Gestión y así establecer la aplicación en los procesos de gestión desarrollados en la Empresa “CHEBASTOUR” Operadora de Turismo Cía. Ltda.

##### 2.1.7. *Investigación bibliográfica documental*

Para el desarrollo de la investigación se utiliza fuentes bibliográficas documentadas, acudiendo a fuentes bibliografías como libros, tesis, proyectos, informes técnicos, revistas, manuales, páginas

web las mismas que tienen una estrecha relación con nuestro tema de estudio, que ha permitido ampliar y profundizar los conocimientos para la fundamentación teórico científica acerca de enfoques, teorías, conceptualizaciones basadas en publicidad y promoción, administración financiera,

#### **2.1.8. Investigación de campo**

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizará las siguientes modalidades: Se empleará la investigación de campo, porque la información necesaria para el estudio será proporcionado en el lugar de los hechos.

### **2.2. Tipos de investigación**

Se utilizará los diferentes tipos de investigación que se exponen a continuación:

#### **2.2.1. 2.2.1. Investigación exploratoria.**

Se utilizará la investigación exploratoria, porque al inicio no se tenía conocimiento suficiente del tema, por lo que se acudió en primera instancia a fuentes bibliográficas anteriores para adquirir conocimientos suficientes y posteriormente ir a la empresa para determinar el verdadero problema de investigación para luego formular sus causales y efectos, y seleccionar la metodología adecuada para esta investigación.

#### **2.2.2. 2.2.2. Investigación descriptiva**

Este tipo de investigación ha facilitado conocer detalladamente las características del problema, permitiendo delimitarlo de un modo temporal y espacial es decir las características y como se manifiestan en sí los procedimientos actuales utilizados en “CHEBASTOUR” Operadora de Turismo, además permite identificar las características demográficas de las unidades a investigarse tales como número de población y la planificación de los procesos administrativos, Con frecuencia, la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar como son y se manifiestan los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetivos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones, componentes del fenómeno a investigar. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas. Para así describir lo que se describe.

### 2.2.3. 2.2.3. Investigación correlacional.

Se utilizará la investigación correlacional, porque facilitará la medición de la relación que existe entre las dos variables, por lo que esta investigación ayuda a medir los efectos que tiene la auditoria de gestión frente a los procesos administrativos de “CHEBASTOUR” Operadora de Turismo.

## 2.3. Población y muestra

### 2.3.1. 2.3.1. Población

Puede ser:

*La población o universo de estudio está integrada por el personal directivo administrativo y el personal operativo, mismos que se encuentran inmersos en “CHEBASTOUR” operadora de turismo los cuales ascienden a 10 personas, y a la vez se toma la población turística del cantón Baños de Agua santa, en base a datos tomados de la dirección de turismo, la misma afirma que aproximadamente 50 mil turistas entre nacionales y extranjeros arribaron al cantón, en los meses de más afluencia turística como lo son junio y septiembre y entre diciembre, enero, febrero, (La Hora, 2016,p.24)*

Por lo tanto, la población total será de 50.010 personas las cuales constituyen la totalidad de dicha población, misma que se detalla en el cuadro a continuación.

**Tabla 1-2:** Población total de estudio

<b>POBLACIÓN TOTAL DE ESTUDIO</b>		
<b>CATEGORIAS</b>	<b>CASOS</b>	<b>%</b>
Accionistas de Chebastour Operadora de Turismo	4	0,008%
Empleados de Chebastour Operadora de Turismo	6	0,012%
Flujo turístico del cantón Baños de Agua Santa	50.000	99,980%
<b>Total</b>	<b>50.010</b>	<b>100%</b>

Fuente: “CHEBASTOUR” Cía. Ltda y (La Hora, 2016)

Elaborado por: Vega J. (2021)

### 2.3.2. 2.3.2. Muestra

En vista de que la población es demasiado grande es necesario obtener una muestra misma que representa al conjunto de elementos que se desea investigar, para realizar este cálculo es necesario aplicar la formula respectiva la cual se expone a continuación.

$$n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$$

**Tabla 2-2:** Cálculo de la muestra

<b>Z</b>	Nivel de confiabilidad	95%	47,50%	<b>Z=</b>	<b>1,96</b>
<b>P</b>	Probabilidad de ocurrencia	50%		<b>Z=</b>	<b>3,8416</b>
<b>Q</b>	Probabilidad de no ocurrencia	50%			
<b>N</b>	Población	50.010			
<b>e</b>	Error de muestreo	5%			
<b>n</b>	<b>Muestra</b>	<b>381</b>			

**Fuente:** “CHEBASTOUR” Cía. Ltda y (La Hora, 2016)

**Elaborado por:** Vega J. (2021)

Una vez realizado el cálculo de la muestra se pudo determinar que la muestra de trabajo o estudio asciende a 381 personas a las cuales se les aplicará la respectiva encuesta, por medio de la cual se obtendrá la información necesaria para llevar a cabo esta investigación.

#### **2.4. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de la información**

##### **2.4.1. 2.4.1. Técnicas de investigación**

Las técnicas que se utilizarán en el desarrollo de la Auditoría de Gestión son:

###### *2.4.1.1. Ocular*

Verificar en forma directa y paralela, la manera como los responsables desarrolla y documentan los procesos o procedimientos, mediante los cuales la entidad evaluada ejecuta las actividades objeto de evaluación

###### *2.4.1.2. Verbal*

Obtención de información oral, mediante averiguaciones o indagaciones dentro o fuera de la entidad, sobre posibles puntos débiles en la aplicación de los procedimientos, prácticas de control interno u otras situaciones que el auditor considere relevantes para su trabajo.

###### *2.4.1.3. Escrita*

Se obtiene al analizar o verificar la información. Esta evidencia proporciona una base de respaldo para una inferencia respecto a la razonabilidad de una partida específica de un estado financiero.

#### *2.4.1.4. Documental*

Obtener información escrita, para soportar las afirmaciones, análisis o estudios realizados por los actores.

#### *2.4.1.5. Física*

Esta forma de evidencia es utilizada por el auditor en la verificación de saldos de activos tangibles y se obtiene a través de un examen físico de los recursos; sin embargo, tal evidencia no establece la propiedad o valuación del activo.

### **2.4.2. Instrumentos de investigación**

#### *2.4.2.1. Entrevista*

Pueden ser efectuadas al personal de la entidad auditada o personas beneficiarias de los programas o actividades a su cargo. Para obtener mejores resultados debe prepararse apropiadamente, especificar quienes serán entrevistados, definir las preguntas a formular, alertar al entrevistado acerca del propósito y puntos a ser abordados. Asimismo, los aspectos considerados relevantes deben ser documentados y/o confirmados por otras fuentes y su utilización aceptada por la persona entrevistada.

#### *2.4.2.2. Encuesta*

Es un estudio en el cual el investigador obtiene los datos a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

#### *2.4.2.3. Observación*

Es la verificación visual que realiza el auditor durante la ejecución de una actividad o proceso para examinar aspectos físicos incluyendo desde la observación del flujo de trabajo, documentos, materiales, etc.

#### *2.4.2.4. Cuestionarios*

Un cuestionario de control interno es un documento que un auditor les proporciona a los empleados de una empresa antes de realizar una auditoría. El cuestionario es útil para determinar en qué áreas la auditoría debe centrarse.

Por otro lado, para la recolección de la información, se aplicó técnicas de investigación e instrumentos de recolección, tanto para información secundaria como primaria, los mismos que se detallan a continuación:

**Tabla 3-2:** Recolección de información

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
<b>1.- ¿Para qué?</b>	Para alcanzar los objetivos propuestos en la presente investigación
<b>2.- ¿A qué personas?</b>	La investigación está dirigida al gerente y clientes de “CHEBASTOUR” Operadora de Turismo.
<b>3.- ¿Sobre qué aspectos?</b>	Sobre la determinación de si los procesos internos de la empresa son adecuados para mejorar la rentabilidad y la atención al cliente.
<b>4.- ¿Quién?</b>	Jessica Vega Lara
<b>5.- ¿Cuándo?</b>	Desde el inicio del perfil de investigación hasta noviembre 2019
<b>6.- ¿Cuántas veces?</b>	Para aplicar una vez las encuestas a los clientes internos y externos
<b>7.- ¿Técnicas de recolección?</b>	Encuestas
<b>8.- ¿Con qué?</b>	Cuestionario
<b>9.- ¿En qué situación?</b>	Se realizó en los días laborables de la “CHEBASTOUR” Operadora de Turismo.

Fuente: “CHEBASTOUR” Cía. Ltda

Elaborado por: Vega J. (2021)

### **2.4.3. Procesamiento de la información**

El procesamiento de la información obtenida está determinado en diferentes procesos de análisis los cuales se exponen a continuación:

#### **2.4.3.1. Tabulación**

Es la técnica de auditoría que consiste en agrupar los resultados obtenidos en áreas, segmentos o elementos examinados, de manera que se facilite la elaboración de conclusiones.

#### **2.4.3.2. Comprobación**

Técnica que se aplica en el curso de un examen, con el objeto de verificar la existencia, legalidad, autenticidad y legitimidad de las operaciones efectuadas por una entidad, mediante la verificación de los documentos que las justifican.

#### *2.4.3.3. Inspección*

Es el examen físico y ocular de activos, obras, documentos y valores, con el objeto de establecer su existencia y autenticidad. La aplicación de esta técnica es de mucha utilidad, especialmente, en cuanto a la constatación de efectivo, valores, activo fijo y otros equivalentes.

### **2.5. Análisis de los resultados**

#### **2.5.1. Estructura de la población investigada**

El procesamiento de la información “tiene como fin generar datos agrupados y ordenados que faciliten al investigador el análisis de la información según los objetivos, idea a defender y preguntas de la investigación construidas”

Por medio de datos numéricos que ya están procesados y analizados se llega a un determinado resultado. El paso posterior al procesamiento de la información es el análisis, etapa en que se determina los datos y herramientas de análisis que serán utilizadas. El tipo de análisis de los datos depende de los siguientes factores.

- El nivel de medición de las variables
- El tipo de hipótesis formulada
- El diseño de investigación utilizado indica el tipo de análisis requerido para la comprobación de hipótesis.

Las etapas que constituyen el Procesamiento de la Información son:

- Revisión y Organización de la Información
- Clasificación y Compilación de los datos.
- Presentación mediante gráficos y tablas. (Meraz, 2015)
- Para el análisis de resultados se consideró el cuestionario de preguntas relacionado a los clientes internos y a los clientes externos.

### **2.6. Análisis e interpretación de datos**

Este apartado presenta los resultados del proceso de investigación a “CHEBASTOUR” Operadora de Turismo Cía., para próximamente dar paso a las conclusiones y recomendaciones.

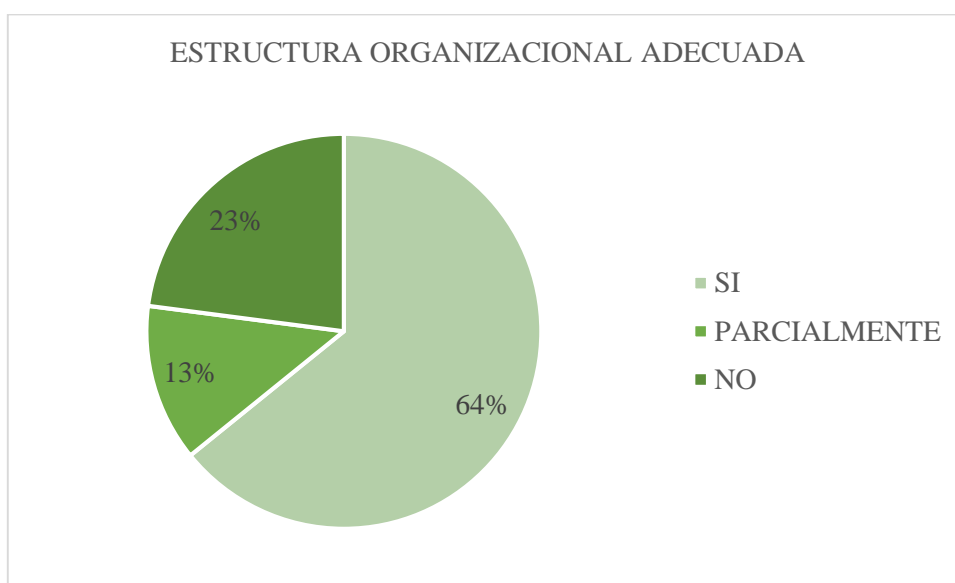
**Pregunta N°1.-** ¿La operadora de turismo “CHEBASTOUR” cuenta con una estructura organizacional adecuada?

**Tabla 4-2:** Estructura organizacional adecuada

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
SI	249	64%
PARCIALMENTE	50	13%
NO	89	23%
<b>TOTAL</b>	<b>388</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.

Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 1-2.** Estructura organizacional adecuada

Fuente: Tabla 4-2

Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** Del 100% de los encuestados se tiene que el 64% indican que la operadora de turismo “CHEBASTOUR” SI cuenta con una estructura organizacional adecuada, mientras que el 23% opinan que no tiene una buena estructura organizacional, por otra parte, el 13% manifiestan que la operadora de turismo cuenta con una estructura organizacional parcialmente buena.

**Interpretación:** De acuerdo a los datos obtenidos se puede ver existe mucha seguridad en los encuestados para responder que la empresa “CHEBASTOUR” es organizacionalmente óptima, esto indica que la percepción por parte de los clientes internos y externos en cuanto a sus jerarquías administrativas están bien definidas, esto lógicamente genera un muy buen nivel de confianza en el mercado de la ciudad de Baños de Agua Santa.

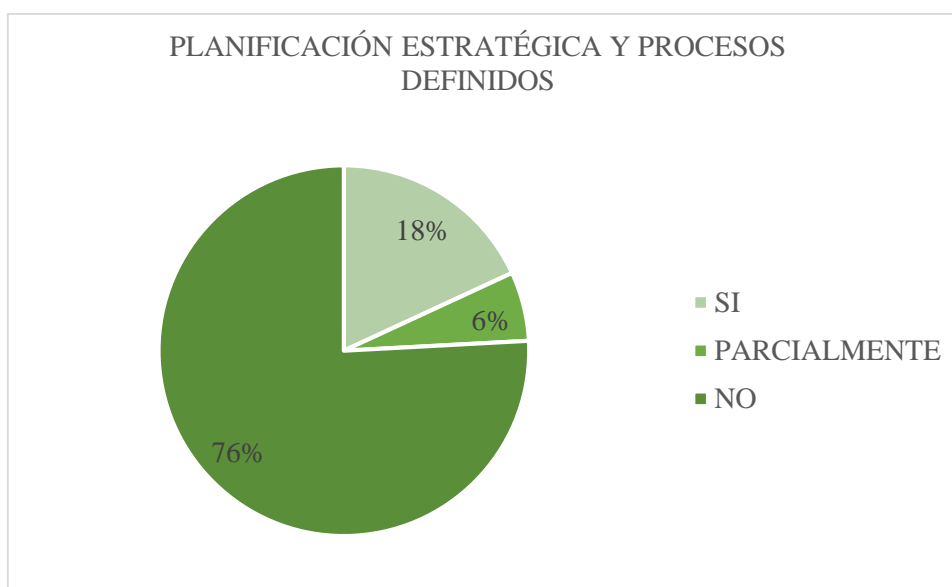


**Pregunta N° 2.-** ¿Cuenta la empresa “CHEBASTOUR” con una planificación estratégica apropiada y con procesos bien definidos para sus áreas más importantes?

**Tabla 5-2:** Planificación estratégica y procesos definidos

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
SI	69	18%
PARCIALMENTE	23	6%
NO	289	76%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 2-2.** Planificación estratégica y procesos definidos

Fuente: Tabla 5-2  
Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** En este ítem se puede ver que el 76% de los encuestados piensan que “CHEBASTOUR” Cía. Ltda., no cuenta con una planificación estratégica adecuada y buenos procesos para sus actividades más importantes, el 18% en cambio dicen que, si cuenta con dicha planificación estratégica y procesos definidos para sus áreas principales, mientras que un 6% dicen que esta planificación estratégica y dichos procesos están parcialmente establecidos.

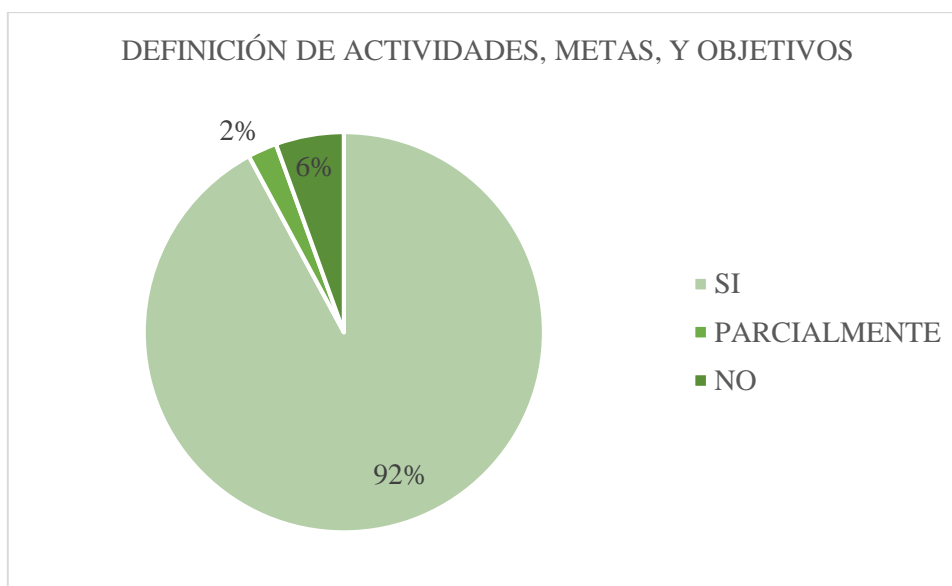
**Interpretación:** En este caso se puede determinar que la empresa muestra signos de estar dejando de lado la preparación de estrategias y el establecimiento de actividades positivas para cada una de sus áreas de trabajo lo cual puede ser completamente negativo ya que la falta de planificación y procesos bien definidos pueden generar desorganización en el desenvolvimiento de las diferentes actividades generando descontento en los clientes.

**Pregunta N° 3.-** ¿Considera que “CHEBASTOUR” operadora de turismo define sus actividades diarias por áreas de trabajo, y se fija metas y objetivos en las actividades turísticas?

**Tabla 6-2:** Definición de actividades, metas, y objetivos.

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
SI	351	92%
PARCIALMENTE	9	2%
NO	21	6%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 3-2.** Definición de actividades, metas, y objetivos

Fuente: Tabla 6-2  
Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** Los resultados de las encuestas exponen que el 92% de los encuestados dicen que “CHEBASTOUR” SI define diariamente sus actividades turísticas de acuerdo al área de trabajo, se fija metas y objetivos para dichas actividades, por otro lado 6 % manifiestan que la empresa No cumple con estas características de trabajo, así mismo un 2% en cambio dicen que dichas actividades son realizadas parcialmente por la empresa.

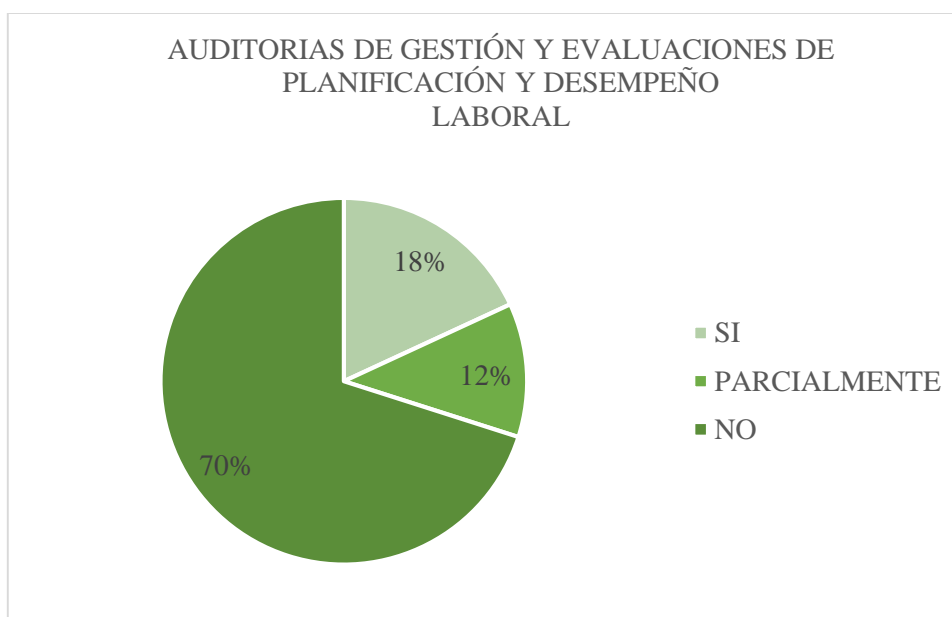
**Interpretación:** En la entidad se define las actividades a ser ejecutadas para el cumplimiento de objetivos, por lo que, para lograrlo, en la empresa “CHEBASTOUR” existe el establecimiento de metas fijadas para las diferentes actividades turísticas, y ventas de paquetes turísticos en los diferentes tours que la empresa ofrece por tal motivo se puede ver que “CHEBASTOUR” tiene un muy buen reconocimiento en cuanto a lo que esta pregunta formula en la encuesta.

**Pregunta N.º 4.-** ¿Se han llevado a cabo periódicamente auditorías de gestión, evaluaciones del desempeño laboral, planificación estratégica, y procesos internos de “CHEBASTOUR” operadora de turismo?

**Tabla 7-2:** Auditorias de gestión y evaluaciones de planificación y desempeño laboral

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
SI	69	18%
PARCIALMENTE	45	12%
NO	267	70%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 4-2.** Auditorias de gestión y evaluaciones de planificación y desempeño laboral

Fuente: Tabla 7-2  
Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** Del 100% de los encuestados tan solo un 18% dicen que la empresa Si ha llevado periódicamente auditorias de gestión y evaluaciones tanto de planificación estratégica como de desempeño laboral, mientras que un 12% opinan que dichos procesos son realizados parcialmente por la empresa, y por otro lado la gran mayoría que asciende al 70% piensan que la empresa “CHEBASTOUR” NO ha realizado auditorias de gestión mucho menos evaluaciones de las planificaciones ni el desempeño laboral.

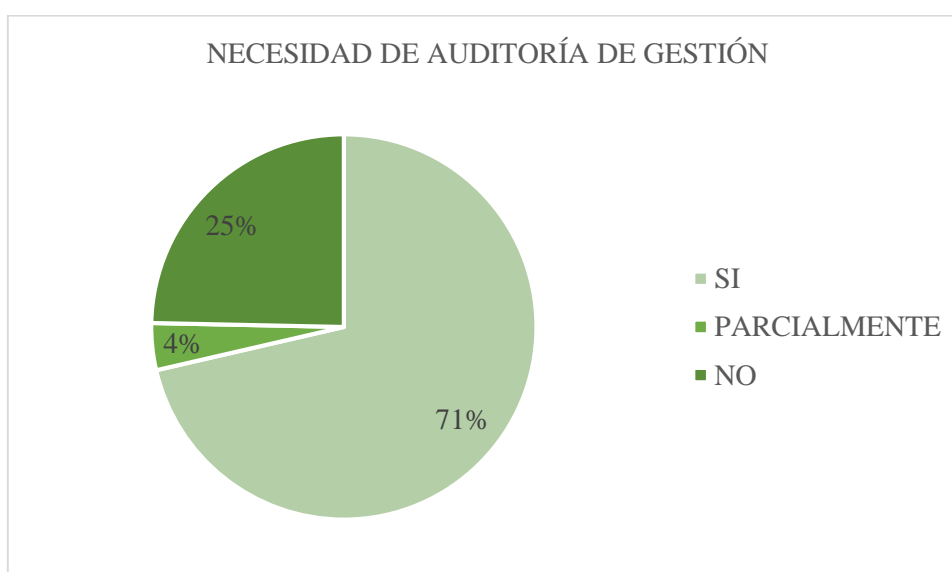
**Interpretación:** De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que la operadora de turismo ha descuidado el control de los procesos administrativos de la misma, por lo que puede generar en cierta forma inconvenientes en el desarrollo de las actividades turísticas pudiendo dañar la imagen corporativa que hasta el momento mantiene entre sus clientes, por lo que es necesario que se tomen cartas en el asunto para cambiar con urgencia las actividades de control de la empresa para lograr una planificación y un desempeño laboral eficiente, además de la realización de auditorías de gestión frecuentes.

**Pregunta N° 5.-** ¿Está de acuerdo en que “CHEBASTOUR” operadora de turismo necesita de una auditoria de gestión para lograr la mejora de los procesos internos de manera constante?

**Tabla 8-2:** Necesidad de auditoría de gestión

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
SI	272	71%
PARCIALMENTE	15	4%
NO	94	25%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 5-2.** Necesidad de auditoría de gestión

Fuente: Tabla 8-2

Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** Este ítem muestra que el 71% de los encuestados dicen la operadora de turismo “CHEBASTOUR” SI necesita de una auditoría de gestión para lograr mejorar los procesos internos de la misma, así mismo el 25% opinan que la empresa NO necesita de una auditoria de gestión para mejorar sus procesos internos, y finalmente el 4% piensan que la empresa necesita de esta auditoría de gestión, pero de forma parcial.

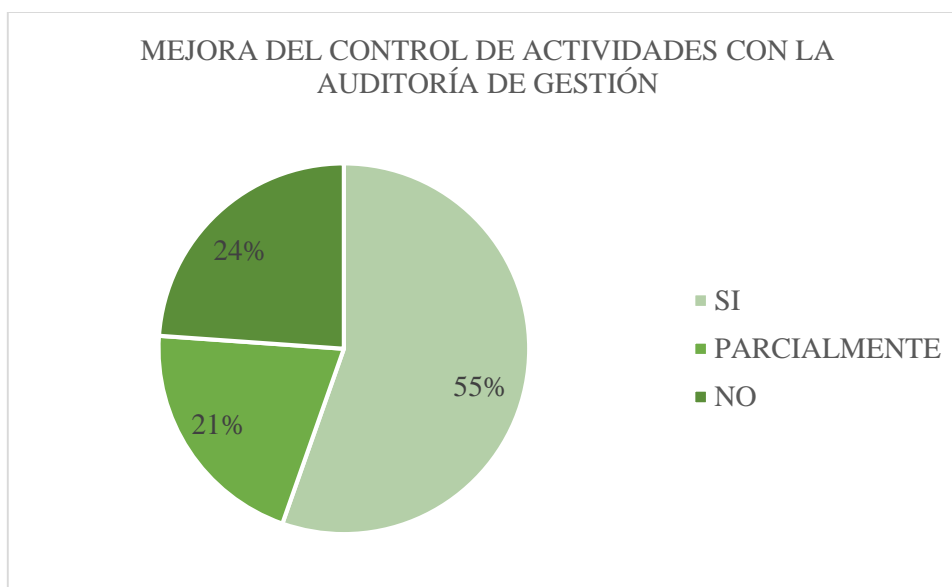
**Interpretación:** La empresa ha llevado sus actividades comerciales con normalidad durante los últimos años pero todas sus actividades se las ha estado llevando a cabo si realizar un proceso técnico de evaluación del cumplimiento de sus objetivos, sin tener el cocimiento claro de que si se está actuando correctamente y si se está teniendo el éxito esperado en sus actividades por lo que es necesario que se aplique con urgencia una auditoria de gestión para definir y establecer todos estos parámetros mencionado, y por supuesto mantener el proceso de auditoria en adelante y continuamente.

**Pregunta N° 6.-** ¿Considera que el control de las actividades de “CHEBASTOUR” se optimizará en base a una auditoría de gestión aplicada periódicamente?

**Tabla 9-2:** Mejora del control de actividades con la auditoría de gestión

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
SI	211	55%
PARCIALMENTE	79	21%
NO	91	24%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 6-2.** Mejora del control de actividades con la auditoría de gestión

Fuente: Tabla 9-2  
Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** los resultados de la encuesta señalan que el 55% de los encuestados dicen que las actividades de control SI se mejorarán en base a una auditoría de gestión, así también un 24% expresan que las actividades de control NO se mejorarán en base a una auditoría de gestión, mientras que el 21% opinan que las actividades de control se mejorarán parcialmente en base a una auditoría de gestión

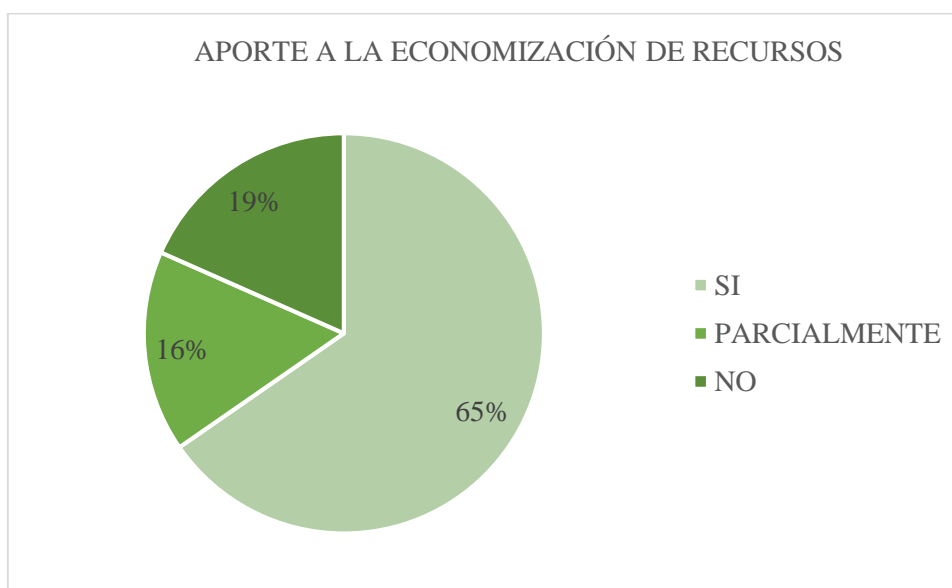
**Interpretación:** Tomando en cuenta el análisis anterior queda claro que la empresa necesita aplicar esta propuesta de auditoría ya que se puede ver que la misma ayudará a mejorar los procesos de control en la misma, de esta manera la empresa podrá desarrollar sus actividades comerciales bajo el control apropiado para lograr el cumplimiento de objetivos sin riesgo de tener que afrontar errores que pueden generar problemas dentro de los procesos administrativos de “CHEBASTOUR”.

**Pregunta N° 7.-** ¿Está de acuerdo en que un apropiado trabajo de auditoría en la operadora de turismo “CHEBASTOUR” aportará a la economización de sus recursos?

**Tabla 10-2:** Aporte a la economización de recursos

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
SI	249	65%
PARCIALMENTE	62	16%
NO	70	18%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 7-2.** Aporte a la economización de recursos

Fuente: Tabla 10-2  
Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** En cuanto a este ítem se puede ver que el 65% del total de los empleados manifiestan que un apropiado trabajo de auditoría SI aportará a la economización de los recursos de “CHEBASTOUR”, mientras que el 19% expresan que un apropiado trabajo de auditoría NO mejorará la economización de los recursos de “CHEBASTOUR”, y finalmente el 16% en cambio piensan que un apropiado trabajo de auditoría mejorará Parcialmente la economización de los recursos de “CHEBASTOUR”

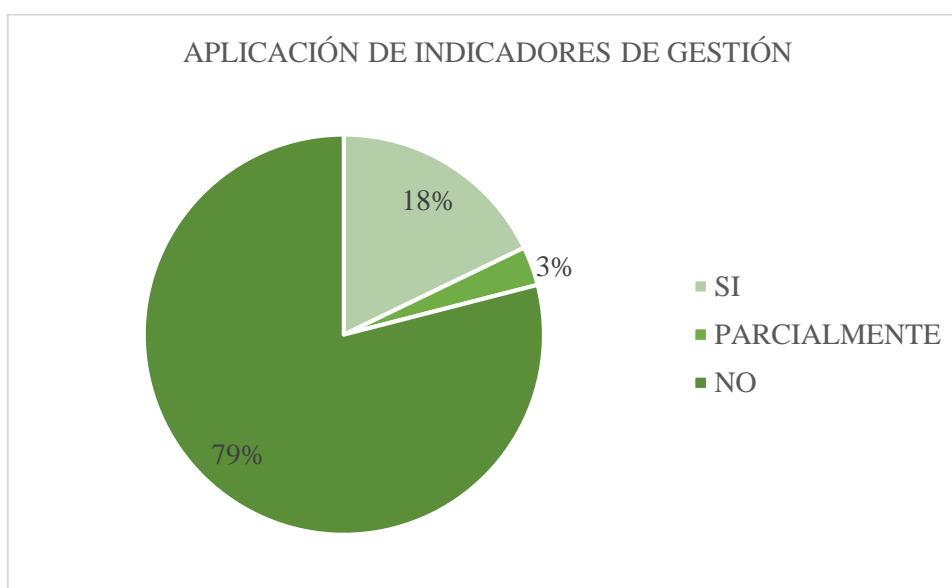
**Interpretación:** El generar un eficiente trabajo de auditoría traería grandes beneficios para la empresa “CHEBASTOUR”, en vista de que un control interno apropiado generaría un gran ahorro de recursos económicos, haciendo que la empresa crezca financieramente fortaleciendo sus bases económicas, lo cual será el puntal para su desarrollo y crecimiento empresarial, afianzando de esta manera su imagen corporativa en el mercado turístico de la ciudad de Baños de Agua Santa.

**Pregunta N° 8.-** ¿Cree usted que la operadora de turismo “CHEBASTOUR” aplica indicadores de gestión para evaluar su eficiencia y cumplimiento de sus objetivos?

**Tabla 11-2:** Aplicación de indicadores de gestión

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
SI	68	18%
PARCIALMENTE	12	3%
NO	301	79%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 8-2.** Aplicación de indicadores de gestión

Fuente: Tabla 11-2  
Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** Del total de los encuestados en esta investigación el 79% consideran que la operadora de turismo “CHEBASTOUR” NO aplica indicadores de gestión para evaluar su eficiencia y cumplimiento de sus objetivos, así mismo el 18% dicen que la operadora de turismo “CHEBASTOUR” SI aplica indicadores de gestión para evaluar su eficiencia y cumplimiento de sus objetivos, mientras que 3% exponen que la operadora de turismo “CHEBASTOUR” aplica indicadores de gestión para evaluar su eficiencia y cumplimiento de sus objetivos parcialmente.

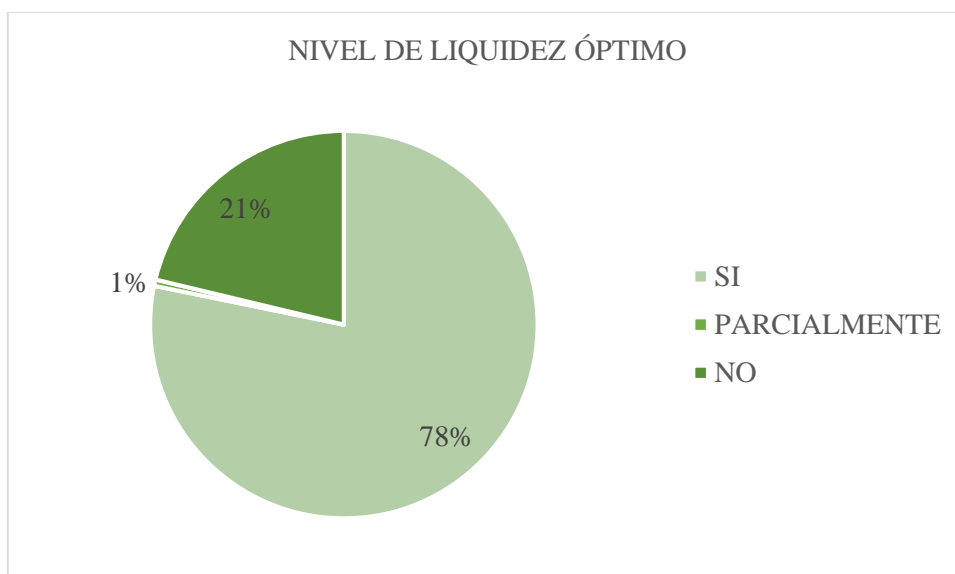
**Interpretación:** Los indicadores de gestión muestran de forma cuantitativa el comportamiento y el desempeño de una actividad o proceso, por lo que al no aplicar esta herramienta la empresa “CHEBASTOUR” no podrá tener claro cuáles son los resultados de sus diferentes actividades de turismo, lo cual es completamente negativo para la misma puesto que estaría actuando a ciegas, sin tener claro cuáles son los resultados cuantitativos de las acciones emprendidas y cuál es la perspectiva de los clientes en cuanto al servicio brindado.

**Pregunta N° 9.-** ¿Considera que la empresa alcanzará un nivel óptimo de liquidez si se aplica el proceso de auditoría para mejorar sus métodos administrativos actuales?

**Tabla 12-2.** Nivel de liquidez óptimo

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
SI	298	78%
PARCIALMENTE	2	1%
NO	81	21%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 9-2.** Nivel de liquidez óptimo

Fuente: Tabla 12-2  
Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** En este caso la encuesta mostro datos como el 78% de los encuestados que opinan que la empresa SI alcanzará un nivel óptimo de liquidez si se aplica el proceso de auditoría para mejorar sus métodos administrativos actuales, así mismo se puede ver que el 21% manifiestan que NO se mejorarán los procesos administrativos si se aplica una auditoría de gestión, pero el 1% dicen que la empresa mejorará parcialmente los métodos administrativos si se aplica dicha auditoría de gestión.

**Interpretación:** Esto demuestra que en cierta manera los procesos administrativos de la empresa no son completamente eficientes, por lo que se busca la mejora inmediata de los mismos, ya que estos procesos son el pilar de la empresa y de ellos depende el éxito o el fracaso de la empresa por lo que es necesario que se tomen en cuenta que la aplicación de una auditoria de gestión podrá determinar la eficiencia de los procesos internos por lo tanto se podrá mejorar notablemente los resultados del servicio ofrecido por la empresa para sus clientes, logrando así satisfacer las diferentes y exigentes necesidades de los mismos.

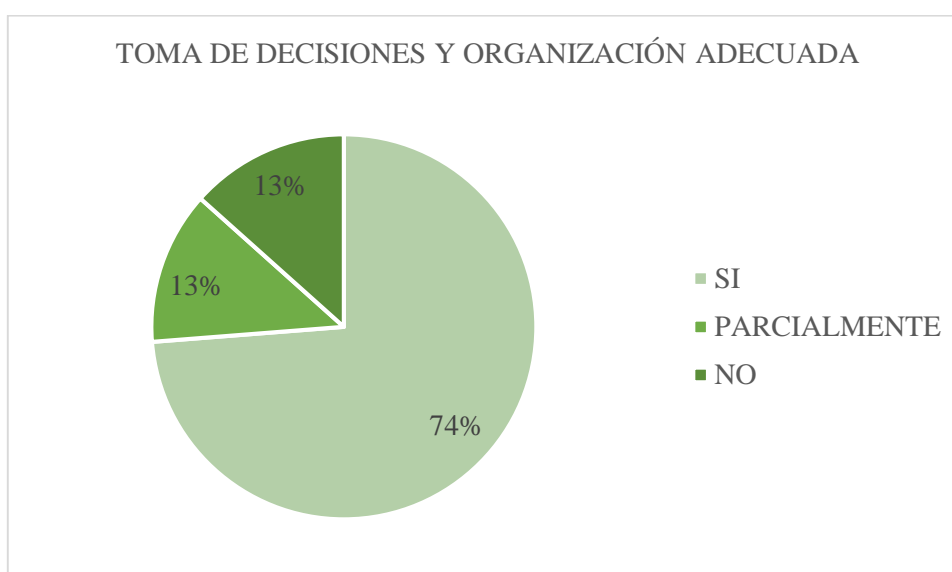


**Pregunta N° 10.-** ¿Considera usted que la optimización de la toma de decisiones, además de la organización adecuada de los departamentos de “CHEBASTOUR”, está determinada por una buena gestión de auditoría?

**Tabla 13-2.** Toma de decisiones y organización adecuada

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
SI	281	74%
PARCIALMENTE	49	13%
NO	51	13%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 10-2.** Toma de decisiones y organización adecuada

Fuente: Tabla 13-2  
Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** Del 100% de los encuestados se puede ver que el 74% expresan que la optimización de la toma de decisiones y la organización de los departamentos de la empresa “CHEBASTOUR” SI está determinada por una buena gestión de auditoría, por otro lado el 13% piensan que todo lo mencionado NO se cumple de ninguna manera, y finalmente el 13% manifiestan que la optimización de la toma de decisiones y la organización de los departamentos de la empresa “CHEBASTOUR” está determinada parcialmente por una buena gestión de auditoría.

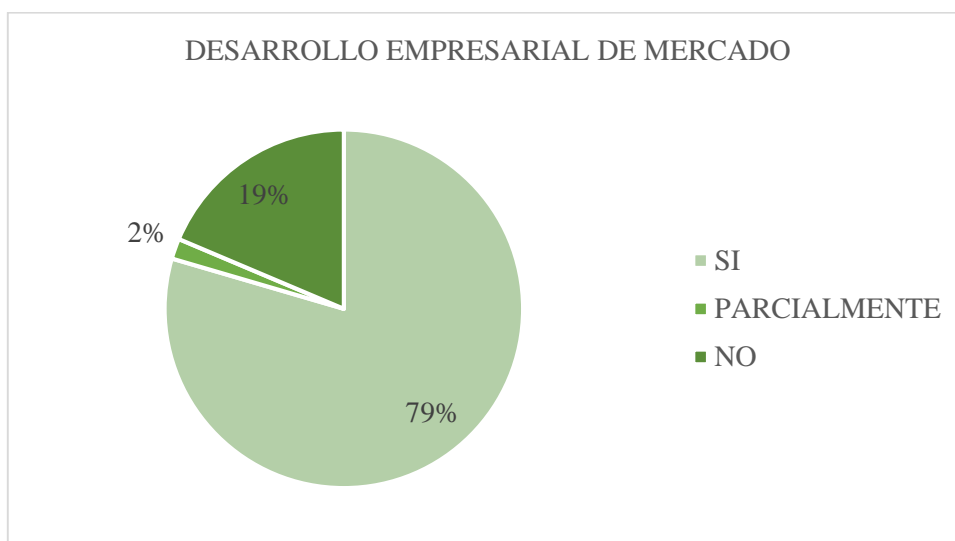
**Interpretación:** En base a lo obtenido queda claro que para optimizar cualquier tipo de proceso interno en la empresa es necesario que se aplique una estrategia o una herramienta apropiada, en busca de la obtención de resultados positivos que ayuden a mejorar los procesos, por lo tanto es necesario que la auditoría de gestión sea aplicada urgentemente ya que de esta depende la optimización de muchos aspectos administrativos, de la empresa “CHEBASTOUR” para de esta manera ofrecer mejores servicios a los clientes de la operadora de turismo “CHEBASTOUR”.

**Pregunta N° 11.-** ¿Cree usted que una auditoría de gestión es una herramienta que ayudará a que “CHEBASTOUR” operadora de turismo se desarrolle establemente como empresa en el mercado?

**Tabla 14-2.** Desarrollo empresarial de mercado

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
SI	303	80%
PARCIALMENTE	7	2%
NO	71	19%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 2-2.** Desarrollo empresarial de mercado

Fuente: Tabla 14-2  
Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** Del 100% de los encuestados en el proceso de investigación se puede ver que el 79% dicen que la auditoría de gestión SI es una herramienta que ayudará a que “CHEBASTOUR” se desarrolle en el mercado, por otro lado, el 19% opinan que dicha auditoría NO es una herramienta que aportará al desarrollo de la empresa y finalmente el 2% exponen que la auditoría de gestión es una herramienta que ayudará parcialmente al desarrollo de la empresa en el mercado.

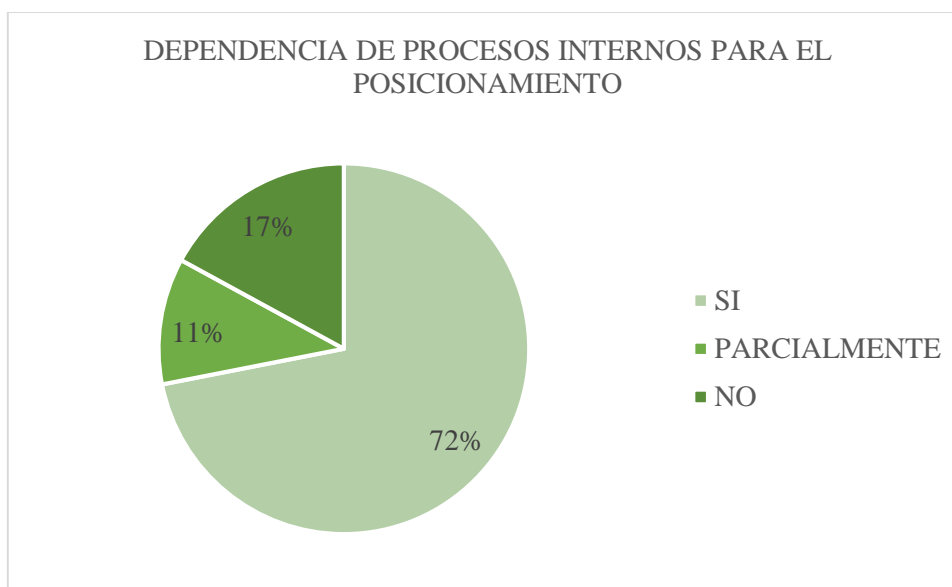
**Interpretación:** El desarrollo de una empresa en el mercado es un proceso complejo por lo que cualquier organización debe trabajar mucho para lograrlo, sin embargo esto está determinado en factores como el servicio, o los productos de calidad, mismos que hacen que se genera una imagen en la percepción del cliente, sin embargo el uso de herramientas apropiadas es otro de los caminos que conducirían a la empresa a desarrollarse sostenidamente en el mercado por tal motivo es necesario que “CHEBASTOUR” aplique la auditoría de gestión propuesta para lograr este importante objetivo.

**Pregunta N° 12.-** ¿Está usted de acuerdo en que el incremento del posicionamiento en el mercado de “CHEBASTOUR” depende de procesos internos apropiados?

**Tabla 15-2.** Dependencia de procesos internos para el posicionamiento

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
SI	274	72%
PARCIALMENTE	42	11%
NO	65	17%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 12-2.** Dependencia de procesos internos para el posicionamiento

Fuente: Tabla 15-2  
Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** En cuanto a esta pregunta se obtuvo que el 72% de los encuestados dicen que el posicionamiento en el mercado de “CHEBASTOUR” SI depende de un buen manejo de los procesos internos de la empresa, mientras que el 17% manifiestan que esta aseveración NO se cumple, sin embargo el 11% expresan que el posicionamiento en el mercado depende parcialmente del manejo de los procesos internos de la empresa.

**Interpretación:** La administración de una empresa es muy importante pues este es el punto clave del éxito de la misma pues un buen manejo de los recursos económicos, una planificación estratégica apropiada, y un buen servicio al cliente son un ejemplo de procesos administrativos que ayudarán a posicionar a la empresa en el mercado por lo tanto es claro que “CHEBASTOUR” debe mejorar de inmediato sus procesos internos para lograr posicionarse de mejor manera en el mercado turístico del cantón Baños, esto lógicamente se logrará en base a un seguimiento y control de los procesos por medio de una auditoría de gestión apropiada.

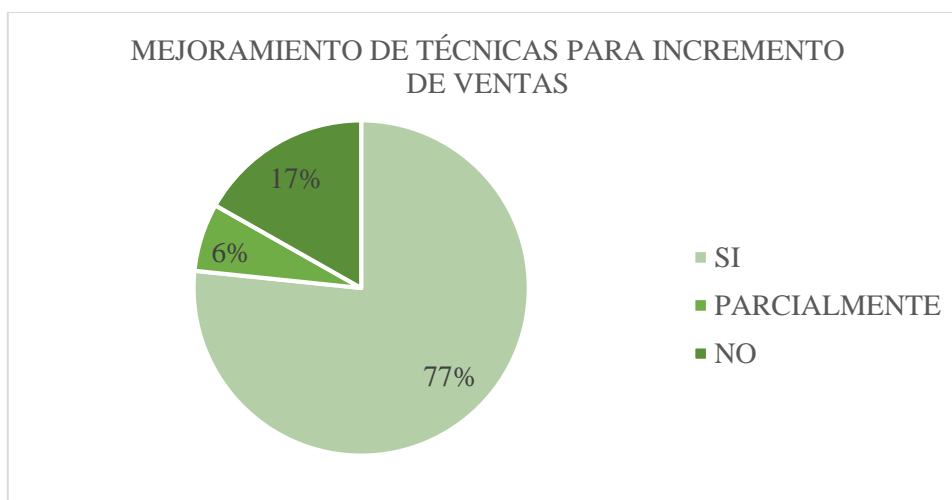
**Pregunta N° 13.-** ¿Considera que el mejoramiento de métodos y técnicas internas ayudará a lograr un incremento de ventas de “CHEBASTOUR” operadora de turismo?

**Tabla 16-2.** Mejoramiento de técnicas para incremento de ventas

<b>FRECUENCIA</b>	<b># PERSONAS</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	292	77%
<b>PARCIALMENTE</b>	25	7%
<b>NO</b>	64	17%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.

Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 3-2.** Mejoramiento de técnicas para incremento de ventas

Fuente: Tabla 16-2

Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** Esta investigación indica en sus resultados que el 77% del total de los encuestados manifiestan que el mejoramiento de los métodos y técnicas internas en la empresa aportarán al incremento de las ventas de la misma, por otro lado el 17% expresan que dicho incremento de ventas NO se logrará con la mejora de procesos empresariales, mientras que el 6% opinan que las ventas de la empresa crecerán parcialmente en base al mejoramiento de los diferentes métodos y técnicas utilizadas internamente en “CHEBASTOUR”.

**Interpretación:** La ventas de una empresa son el objetivo primordial pues es por ello que la empresa existe, ya que si pone en el mercado un producto o servicio es con el fin de obtener un rédito económico en base a la satisfacción de las necesidades del mercado, además de que este es el punto por que las empresas siempre están en competencia en el mercado con el fin de lograr llevar a la mayoría de clientes a consumir sus productos o servicios, por lo tanto la empresa “CHEBASTOUR” no es la excepción por lo que para lograr incrementar sus ventas es necesario que ponga su interés en la mejora de sus procesos internos puesto que son estos procesos los que ayudarán a lograr estos objetivos de incremento.

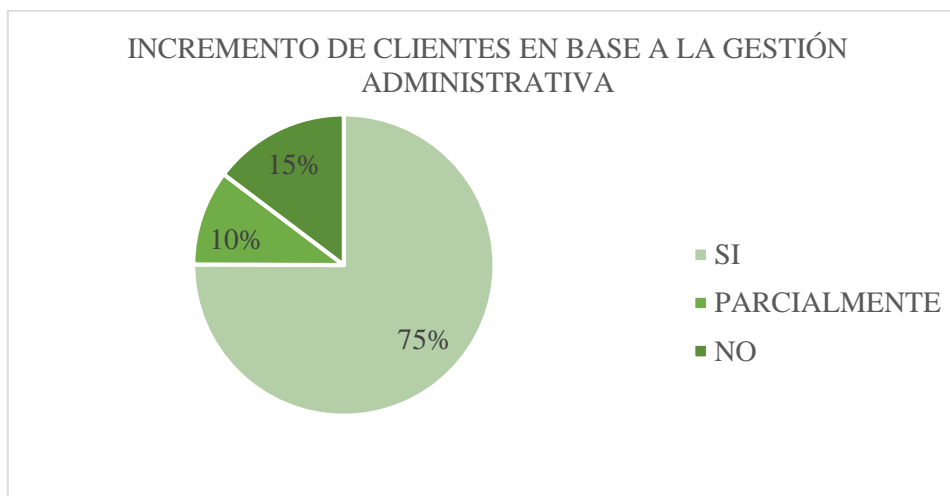
**Pregunta N.º 14.-** ¿Está de acuerdo en que el incremento de clientes de “CHEBASTOUR” operadora de turismo se logrará en base al mejoramiento de la gestión administrativa y a la habilidad para manejar sus clientes?

**Tabla 17-2.** Incremento de clientes en base a la gestión administrativa

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
SI	286	75%
PARCIALMENTE	39	10%
NO	56	15%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.

Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 4-2.** Incremento de clientes en base a la gestión administrativa

Fuente: Tabla 17-2

Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** En esta pregunta se puede ver que el 75% de los encuestados piensan que SI se incrementará los clientes de “CHEBASTOUR” si mejoran los procedimientos administrativos y el manejo de los clientes, así mismo el 15% piensan que NO se incrementarán los clientes en base a estos procedimientos mejorados, finalmente se puede ver que el 10% opinan que dicho incremento de clientes será parcial si se mejora la gestión administrativa y el manejo de los clientes de la empresa.

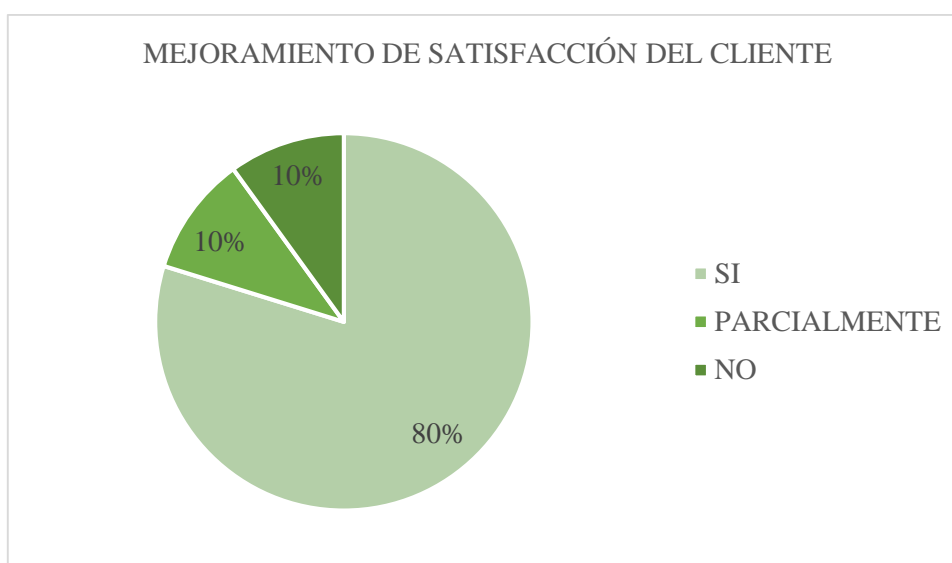
**Interpretación:** La captación de una buena cartera de clientes para una empresa es un objetivo muy importante pues no hay que olvidar que los clientes son aquellos que mantienen con vida a la empresa y sus actividades, por lo tanto le empresa debe mantener un manejo de clientes completamente apropiado para de esta manera mantenerlos completamente satisfechos con los productos y servicios que la empresa les oferta, por lo tanto “CHEBASTOUR” debe tener muy cuenta el mejoramiento de todos los procesos internos que estén relacionados con la atención al cliente para así lograr despertar el interés en los mismos y atraerlos a consumir sus productos y servicios turísticos.

**Pregunta N° 15.-** ¿Considera que, con una buena comunicación, orientación apropiada, e información oportuna con los clientes se logrará la satisfacción de los mismos en cuanto a los servicios obtenidos en “CHEBASTOUR” operadora de turismo?

**Tabla 18-2:** Mejoramiento de satisfacción del cliente

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
SI	304	80%
PARCIALMENTE	39	10%
NO	38	10%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 5-2.** Mejoramiento de satisfacción del cliente

Fuente: Tabla 18-2  
Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** Del 100% de los encuestados se pudo obtener un 80% de respuestas positivas mismas que dicen SI en cuanto a una buena comunicación, orientación e información apropiadas con los clientes se logrará la satisfacción de los mismos, por otra parte el 10% dicen que la satisfacción del cliente se mejorará parcialmente por medio de estos parámetros de mejora, mientras que el 10% dicen que dicha satisfacción del cliente NO se mejorará en base al buen manejo de la comunicación, orientación e información para los clientes.

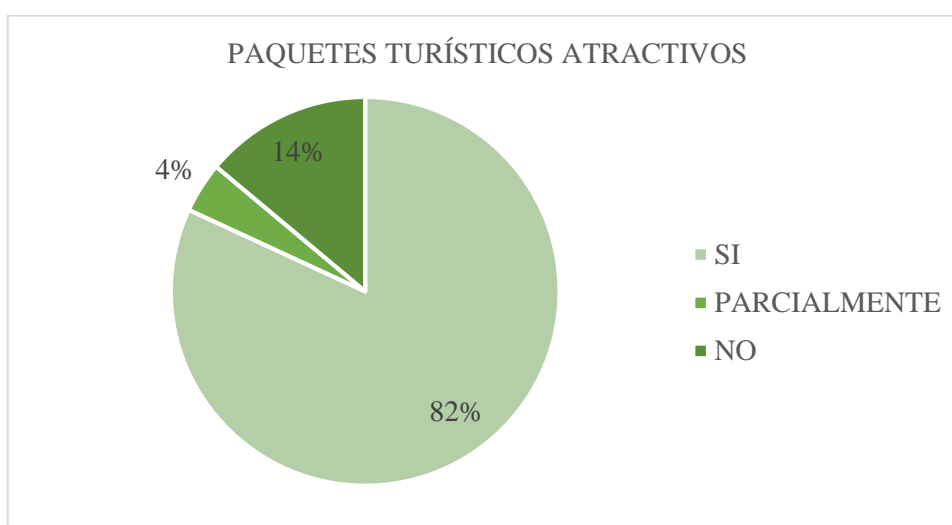
**Interpretación:** El gusto del consumidor o cliente es el punto clave que se debe satisfacer por parte de las empresas a pesar de que pueden ser muy diversos y caprichosos es esta satisfacción lo que mueve y genera las ventas de una empresa y que esta se mantenga en los niveles de venta si logra fidelizar a dicho cliente, por lo tanto “CHEBASTOUR” debe manejar muy bien los procesos de información y comunicación con el cliente para lograr este acometido, lo cual se logrará en base a la aplicación apropiada de una buena auditoria de gestión.

**Pregunta N° 16.-** ¿Considera que los paquetes turísticos de “CHEBASTOUR” operadora de turismo son los suficientemente buenos como para atraer la atención del cliente y lograr que accedan a ellos?

**Tabla 19-2:** Paquetes turísticos atractivos

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
SI	312	82%
PARCIALMENTE	16	4%
NO	53	14%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 6-2.** Paquetes turísticos atractivos

Fuente: Tabla 19-2  
Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** se puede ver en estos resultados obtenidos de este ítem que el 82% de los encuestados que los paquetes turísticos de “CHEBASTOUR” SI son lo suficientemente buenos como para atraer la atención del cliente, así mismo el 14% piensan que estos paquetes turísticos NO son los suficientemente atractivos para los clientes, sin embargo, el 4% opinan que los paquetes turísticos de “CHEBASTOUR” son parcialmente atractivos para los clientes.

**Interpretación:** las diferentes ofertas turísticas que se pueden encontrar en el cantón Baños son muy diversos por lo que para poder competir en este mercado y atraer la atención del cliente se debe manejar unos muy buenos paquetes turísticos que incluyan actividades completamente novedosas y de aventura, características con las cuales afortunadamente la empresa “CHEBASTOUR” si cuenta, y ofrece paquetes muy llamativos para los clientes, esta situación debe ser aprovechada y si es posible mejorada e innovada constantemente para que los clientes y turistas se sientan atraídos por los mismos y se sientan además motivados a consumir dichos servicios.

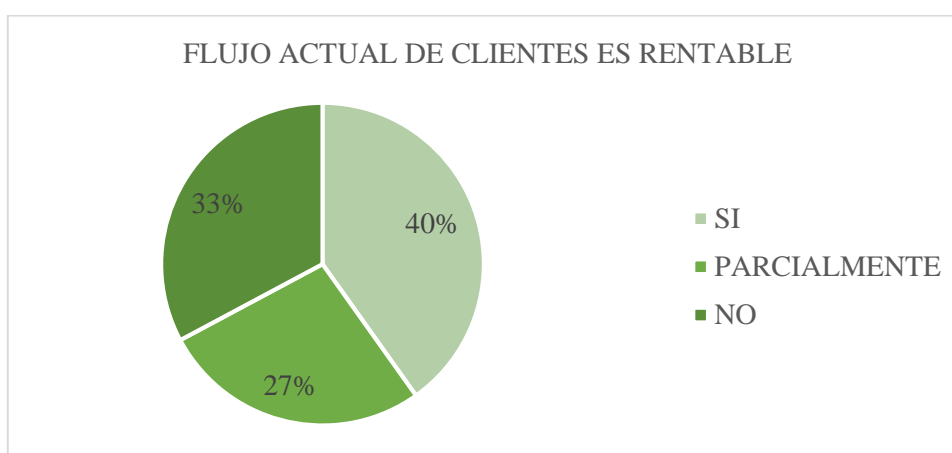
**Pregunta N° 17.-** ¿Está de acuerdo en que el flujo interno de turistas actualmente es el apropiado como para generar una rentabilidad sostenida y el desarrollo organizacional de “CHEBASTOUR” operadora de turismo?

**Tabla 20-2.** Flujo actual de clientes es rentable

<b>FRECUENCIA</b>	<b># PERSONAS</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	153	40%
<b>PARCIALMENTE</b>	103	27%
<b>NO</b>	125	33%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.

Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 7-2.** Flujo actual de clientes es rentable

Fuente: Tabla 20-2

Elaborado por: Vega J. (2021)

**Análisis:** En este caso se puede ver que el 40% de los encuestados dicen que el flujo interno de turistas actual de la empresa SI es apropiado como para generar rentabilidad para “CHEBASTOUR”, así mismo el 33% piensan que dicho flujo de turistas que mantienen actualmente la empresa NO es suficiente para ser rentable para la empresa, y finalmente el 27% manifiestan que el flujo actual de clientes de la empresa “CHEBASTOUR” es parcialmente suficiente para generar rentabilidad para la empresa.

**Interpretación:** La cantidad de turistas que arriben a la ciudad de Baños de Agua Santa es muy importante para todas las operadoras de turismo, pues la ciudad vive del flujo turístico ya que son estos turistas los que se interesan por los diferentes servicios ofrecidos para cumplir con los que estos vienen buscando, por lo tanto “CHEBASTOUR” es una de las empresas que oferta este tipo de servicios, por lo tanto queda claro que la empresa debe tratar de mejorar dichos servicios para incrementar dicha cantidad de flujo interno de turistas, el cual a pesar de ser rentable para la misma, no es lo suficientemente importante como se puede ver en los datos obtenidos en la encuesta.



## **2.7. Conclusión final de la investigación**

Una vez realizada la encuesta y el análisis de cada uno de los ítems de investigación se llega a una conclusión final diciendo que la empresa “CHEBASTOUR” a pesar de estar bien estructurada organizacionalmente y de tener muchos puntos que son claves a su favor tales como planificar sus actividades turísticas o contar con paquetes turísticos muy buenos para ser ofertados al mercado de turismo que se genera en el cantón Baños de Agua Santa, esta presenta falencias que podrían inestabilizar sus bases financieras y generar serios problemas dentro de la misma, falencias determinadas como el que la empresa no realiza evaluaciones periódicas de su planificación estratégica y del desempeño laboral, situación que no permite que se continúe dando un desarrollo sostenido dentro de la empresa, además se detectó que “CHEBASTOUR” no aplicó auditorías de gestión anteriormente, mucho menos en la actualidad esta situación ha generado que exista un serio entorpecimiento en sus actividades administrativas o procesos internos, además de que no maneja una buena comunicación, ni brinda apropiadamente la información necesaria para el cliente, entre otros aspectos negativos detectados los cuales se pueden evidenciar en la investigación, por lo tanto estos procesos negativos en la empresa han generado un retroceso significativo, por lo que se ha podido determinar que necesita de manera urgente la aplicación de una auditoría de gestión periódicamente para poder cambiar el panorama empresarial y generar una imagen corporativa apropiada en el mercado, por lo tanto esta propuesta de trabajo es completamente importante para poder mejorar todos los procesos internos de la operadora de turismo “CHEBASTOUR”, logrando de esta manera el incremento de su cartera de clientes y por supuesto su fidelización en base a la satisfacción de sus necesidades, de esta manera se da luz verde a su aplicación y desarrollo el cual se expone en el capítulo siguiente de este estudio.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO DE RESULTADOS, DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

#### 3.1. Tema

**“AUDITORIA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA. PERIODO 2019.”**

**Institución ejecutora:** El estudio se lo realizará en la Operadora de Turismo “CHEBASTOUR” en la ciudad de Baños de Agua Santa provincia de Tungurahua.

**Tiempo de ejecución:** El periodo de investigación será durante los meses de abril a noviembre del año 2019.

**Equipo técnico responsable:** Área de la unidad administrativa

**Investigador:** Jessica Carolina Vega Lara

#### 3.2. Antecedentes de la propuesta

La visión y el deseo de superación de las diferentes organizaciones las ha motivado a recurrir a un sin número de estrategias promedio de las cuales se busca lograr un crecimiento tanto empresarial con económico por lo que en esa lucha diaria por conseguirlo en base a promociones por ejemplo o mejora de servicios, entre muchas otras, la operadora de turismo “CHEBASTOUR” ha incurrido en la posibilidad de la aplicación de una auditoria de gestión, herramienta que por la que se optado en vista de la profundidad de análisis que esta permite, lo cual facilitará determinar cuáles son los puntos críticos que están generando en la empresa ciertos inconvenientes, mismos que han generado un panorama de estancamiento en la fluidez de los procesos internos de la misma, ya que se ha podido evidenciar durante el estudio que en “CHEBASTOUR” operadora de turismo no hay un manejo administrativo eficaz, mucho menos un factor diferenciador de los diferentes aspectos que se tienen que mejorar en los procesos que generan la rentabilidad económica de la empresa, además de que en “CHEBASTOUR” no existe un método de reconocimiento del nivel real actual de la gestión administrativa que permitan conocer con claridad la situación actual de la operadora de turismo, así mismo se ha podido notar que dentro de la empresa no existe un método de asesoramiento interno dirigido a la gerencia con el fin de guiar a la empresa en el proceso de adaptación que le hace falta para alcanzar sus metas y objetivos.

Por lo tanto es sumamente necesario el que esta propuesta se lleve a cabo en la operadora de turismo “CHEBASTOUR”, para de esta manera cambiar todos estos aspectos negativos dentro de la misma en vista de que no existe ninguna evidencia de que anteriormente se haya realizado un estudio similar dentro de esta organización.

### **3.2.1. 3.2.1. Datos estadísticos de la afluencia turística del cantón Baños de Agua Santa**

La ciudad de Baños ha sido la atracción de millones de personas entre nacionales y extranjeras, demostrando el gran potencial turístico que esta ofrece al país y al mundo, acorde a los objetivos del Plan del Buen Vivir y PLANDETUR 2020, dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se pretende orientar el desarrollo cantonal a través del turismo sostenible, para eliminar la pobreza y aumentar la rentabilidad, equidad y protección al medio ambiente, involucrando a los sectores públicos y privados de la comunidad.

Baños de Agua Santa a nivel mundial ha proyectado su imagen como destino natural y ecológico, ya que la mayor parte de su oferta turística está vinculada a la naturaleza, sin embargo, no se ha considerado los galardones internacionales otorgados a la biodiversidad de las áreas protegidas como una estrategia de promoción que afirme al cantón con fuente de turismo sostenible. (Báez, 2016).

### **3.2.2. 3.2.2. Demanda turística**

Acorde al registro de visitantes que hacen uso de los distintos balnearios del cantón, se conoce que mensualmente, la afluencia turística del cantón es de 26482 personas aproximadamente, sin considerar los días feriados o la caminata de la fe, contando con esta demanda se estima que anualmente llegan al cantón 1.000.000 de personas aproximadamente, de los cuales el 30% son turistas extranjeros y el 70% son visitantes nacionales.

El Ing. Enrique Mayorga Director de Turismo del GADBAS destaca que los turistas nacionales que más frecuentan la ciudad provienen de: Guayaquil, Quito, Cuenca y Ambato, mientras que los turistas extranjeros provienen de: Estados Unidos, Colombia, Argentina, Chile, Canadá, Alemania, España, Venezuela y Uruguay. Según el funcionario, aproximadamente el 90% de la población de Baños, se dedica al turismo directa (servicios turísticos), e indirectamente (Spa, melcochas y cañas).

Según el catastro 2013 de Tungurahua existen operando en Baños de Agua Santa 451 establecimientos de servicio turístico, clasificados en: alojamiento, comidas y bebidas, recreación diversión y esparcimiento, operadoras turísticas y agencias de viaje. (Báez, 2016).

### **3.2.3. 3.2.3. Turismo extranjero**

Según dirección provincial de turismo, Tungurahua es la cuarta provincia más visitada por los turistas extranjeros después de Guayas, Pichincha y Azuay, y el destino de mayor representación es la ciudad de Baños de Agua Santa con el 68,05% del total de visitantes a la provincia.

Su principal motivación de viaje son vacaciones, recreo, ocio y la actividad primordial es el turismo cultural. (Báez, 2016, p.45).

### **3.2.4. 3.2.4. Turismo nacional**

Determina que:

*Según el ministerio de turismo del Ecuador los sitios naturales y las playas ocupan el primer lugar de preferencia de los turistas nacionales con 29,5%, seguido por los balnearios termales con 15,2%. Mientras que investigaciones del turismo interno de Tungurahua determina que los viajes de la población ecuatoriana con destino a la provincia de Tungurahua equivalen al 5,9% de la totalidad de viajes realizados durante el periodo de estudio. Y que su motivación de viaje son vacaciones, recreo, ocio, dentro de los cuales se destaca la visita a balnearios termales con 57,6% del total de la población. (Báez, 2016, p.45).*

En base a estos datos a continuación se expone el flujo turístico registrado en el Ecuador.

Información relevante del Turismo en el Ecuador.  
I TRIMESTRE DEL AÑO 2015

## Llegadas



Ecuador registra por **21vo trimestre consecutivo** un crecimiento sostenido en la llegada de visitantes extranjeros al país.



Con estas cifras de llegadas, Ecuador espera obtener cerca de **USD 388 millones de ingresos por concepto de Turismo** durante el I Trimestre del año, es decir 24 millones más de lo que se recibió durante el mismo período de 2014.

### LLEGADAS POR TIPO DE TRANSPORTE:



Este último (**marítimo**) mostró el mayor dinamismo durante el I trimestre del año, al **incrementarse el número de llegadas en un 24,1%** respecto al I Trimestre del año anterior.

### Gráfico 1-3: Afluencia de turismo en el Ecuador

Fuente: (Google, 2017)

Elaborado por: Vega J. (2021)

En el gráfico 21 se puede ver que un aproximado de 420.000 personas visitan el país de las cuales según (Báez, 2016) señala que el 5,9% visitan la provincia de Tungurahua, porcentaje que representa a 24.780 turistas que llegan por trimestre a la provincia por lo tanto la operadora de turismo “CHEBASTOUR” debe aprovechar este importante flujo de turismo para lograr el crecimiento que busca, mismo que lo alcanzará por medio del mejoramiento de sus procesos administrativos que se conseguirán con la aplicación de una auditoria de gestión, para así captar la atención de un número significativo de todos estos clientes que llegan a la hermosa ciudad de Baños de Agua Santa.

### **3.3. Justificación**

En la actualidad una auditoría de gestión se ha convertido en una herramienta de suma importancia para el área gerencial de las empresas, ya que esta permite a los ejecutivos o mandos directivos estar al tanto y con detalle del nivel de cumplimiento de la gestión administrativa, dando paso por medio de esto a que la operadora de turismo “CHEBASTOUR” alcance un dinamismo en sus diligencias, conduciéndola de forma exitosa hacia el alcance de sus metas y objetivos propuestos.

El llevar a cabo una auditoría de gestión en la empresa es completamente útil ya que por medio de esta se podrá evaluar la consecución de los objetivos y metas establecidos, además del cumplimiento de la eficiencia en sus procesos internos, y sobre todo el manejo apropiado de los recursos económicos de la Operadora de turismo “CHEBASTOUR” de la ciudad de Baños de Agua santa.

De tal manera que esta propuesta es de trascendental importancia, por lo tanto, la aplicación de una auditoría de gestión dentro de la empresa es de un gran valor para poder optimizar la gestión administrativa a nivel organizacional de tal modo que se mejoren todas las diferentes actividades con la mayor eficiencia, equidad económica, y la eficacia que amerita el caso.

Esta propuesta dará paso a conseguir perspectivas completamente positivas las mismas que permitirán a los ejecutivos de la empresa tomar las decisiones más apropiadas de forma acertada y a tiempo lo cual facilitará el alcance de los objetivos y el cumplimiento de metas que la empresa se haya propuesto alcanzar.

### **3.4. Objetivos**

#### ***3.4.1. Objetivo general***

Ejecutar la auditoría de gestión, con el propósito de determinar el grado de cumplimiento de las metas, objetivos y el nivel de eficiencia, eficacia, economía, equidad en la utilización de sus recursos dentro de la Operadora de turismo “CHEBASTOUR” de la ciudad de Baños de Agua Santa provincia de Tungurahua.

#### ***3.4.2. Objetivos específicos***

- Comprobar si la operadora de turismo “CHEBASTOUR” ha empleado los recursos de manera eficiente al realizar sus actividades económicas.
- Promover el aumento del rendimiento, procurando la correcta administración de la operadora de turismo “CHEBASTOUR”.

- Cerciorarse si la operadora de turismo “CHEBASTOUR” alcanzó los objetivos y metas previstas de manera eficaz.

### **3.5. Beneficiarios**

Por medio de la implementación de esta propuesta se logrará beneficiar directamente a la operadora de turismo “CHEBASTOUR”, y por supuesto a sus propietarios en vista de que el logro del objetivo de la auditoria de gestión propuesta generará excelentes ingresos económicos lo cual fortalecerá las bases financieras de la empresa y claro está el mejoramiento de la calidad de vida de sus propietarios, sin olvidar que además se beneficiará a los miles de turistas que llegan a la ciudad de Baños en busca de grandes aventuras y en busca de ser atendidos como se merecen, servicio que lógicamente lo encontrarán en la operadora de turismo “CHEBASTOUR”, misma que por medio de sus paquetes turísticos llegará a satisfacer aquellas necesidades más exigentes de los turistas que opten por acceder a los servicios ofrecidos por la misma, logrando de esta manera posicionarse en el mercado turístico por medio de las experiencias vividas de sus clientes los cuales son un factor muy importante para lograr este posicionamiento ya que son ellos quienes se encargaran de realizar la mejor de las publicidades entre los turistas al contar las aventuras y experiencias vividas a través de los servicios ofrecidos por la operadora de turismo “CHEBASTOUR”.

### **3.6. Fundamento de la propuesta**

El desarrollo de esta propuesta para el beneficio organizacional de la operadora de turismo “CHEBASTOUR” se fundamenta en la ley de turismo, misma en la reza lo siguiente:

**Art. 2.-** Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

**Art. 3.-** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

- La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

**Art. 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- Fomentar e incentivar el turismo interno.

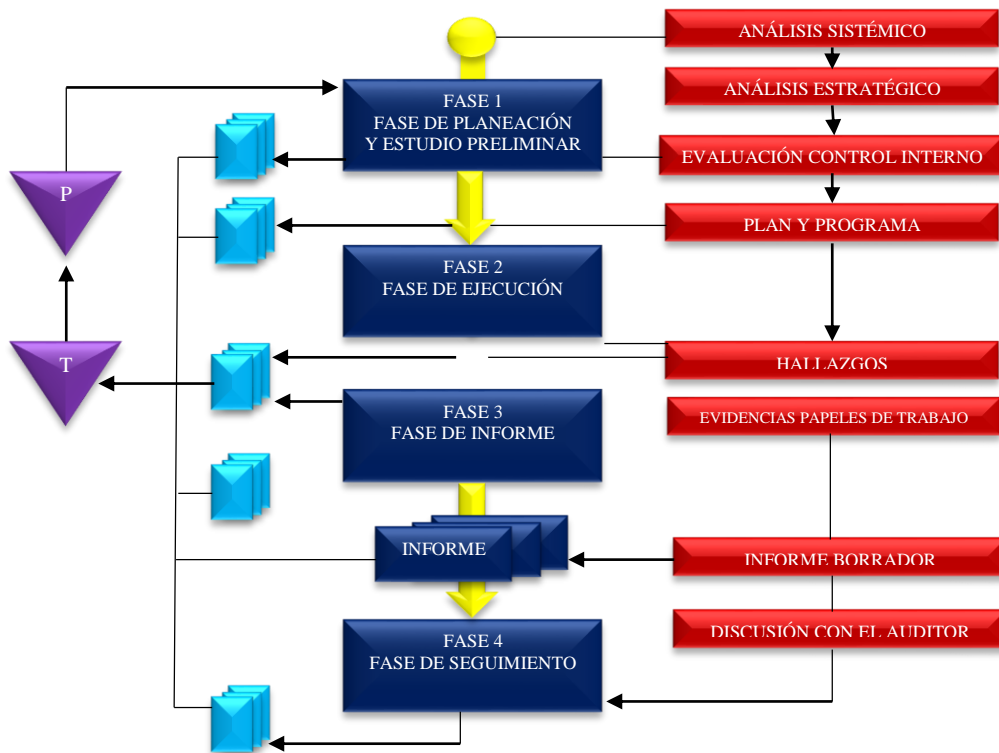
**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

**Art. 9.-** El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

**Art. 46.-** Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.



### 3.7. Modelo operativo



**Gráfico 2-3.** Fases de la auditoría de gestión

Fuente: (Google, 2017)

Elaborado por: Vega J. (2021)

### 3.8. Desarrollo de la propuesta

#### 3.8.1. Auditoría de gestión

## ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA “OPERADORA DE TURISMO CHEBASTOUR.”

# ARCHIVO PERMANENTE

**ENTIDAD:** “CHEBASTOUR” Operadora de Turismo Cía. Ltda.

**DIRECCIÓN:** Calle Ambato y Thomas Halfants.

**TIPO DE TRABAJO:** Auditoría de Gestión.

**PERÍODO:** del 01 de Enero al 31 de Diciembre del año 2019.

INICIALES Y FECHA	
PLANIFICACIÓN	FINAL
19 - Julio - 2019	15 - Octubre - 2019
AUDITOR:	Jessica Vega

ÍNDICE	REFERENCIAS
RESEÑA HISTORICA	AP1
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	AP2
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	AP3
VALORES Y PRINCIPIOS	AP4
SITUACIÓN ACTUAL	AP5
CARTA CONVENIO	AP6
HOJA DE MARCAS Y REFERENCIAS	AP7
PLANIFICACIÓN DE LAS FASES DE AUDITORÍA	AP8

ELABORADO POR: <b>JV</b>	FECHA: <b>19-07-2019</b>
REVISADO POR: <b>NM/PB</b>	FECHA: <b>19-07-2019</b>

## RESEÑA HISTORICA DE “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO

**API. 1/2**

CAÑA MANDUR Viajes y Servicio Turísticos la funda el señor Rafael Humberto Vega Castro, con la finalidad de prestar servicio de transporte turístico a las empresas e instituciones, operadoras y Agencias de Viajes que necesiten transporte para realizar tours, circuitos, paseos, etc. a diferentes lugares de nuestro Hermoso Ecuador.

Previamente el socio fundador pertenecía a la cooperativa de Transportes y Turismo Baños, la misma que la fundo su padre, el Señor Alfonso Vega. Pues la generación de transportistas ha continuado, ahora empezando una nueva modalidad de transporte, que es el transporte turístico. Al querer dar un trato diferente y personalizado, que diferencie al resto de compañías de transporte de nuestro país, nace “CHEBASTOUR” operadora de Turismo, que tiene por objetivo dar aquel servicio personalizado, ya que una compañía de transporte, no puede dar el servicio de guianza, tours, y viajes organizados, sino simplemente tiene que prestar su servicio de transporte. De esta manera las dos empresas se fusionan operando conjuntamente desde la ciudad de Baños.

En el transcurso de la creación de estas compañías se ha podido superar crisis que el Ecuador y en especial Baños ha pasado, por él proceso eruptivo de nuestra ciudad; pero gracias a la misericordia y la gracia de Dios sigue sirviendo a turistas; siendo anfitriones en este pedacito de cielo.

### UBICACIÓN

La Operadora de Turismo “CHEBASTOUR”, está ubicada en la ciudad de Baños de Agua Santa, en las calles Ambato y Thomas Halflants frente a la Cruz Roja (Matriz), teléfonos: 03-2-743450; 0998525469; correo: info@chebastour.com ; (Sucursal) calles Espejo y Thomas Halflants (Esquina), teléfonos sucursal: 03-2-742508; 0987616749; correo: chebastour@gmail.com .

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA:19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

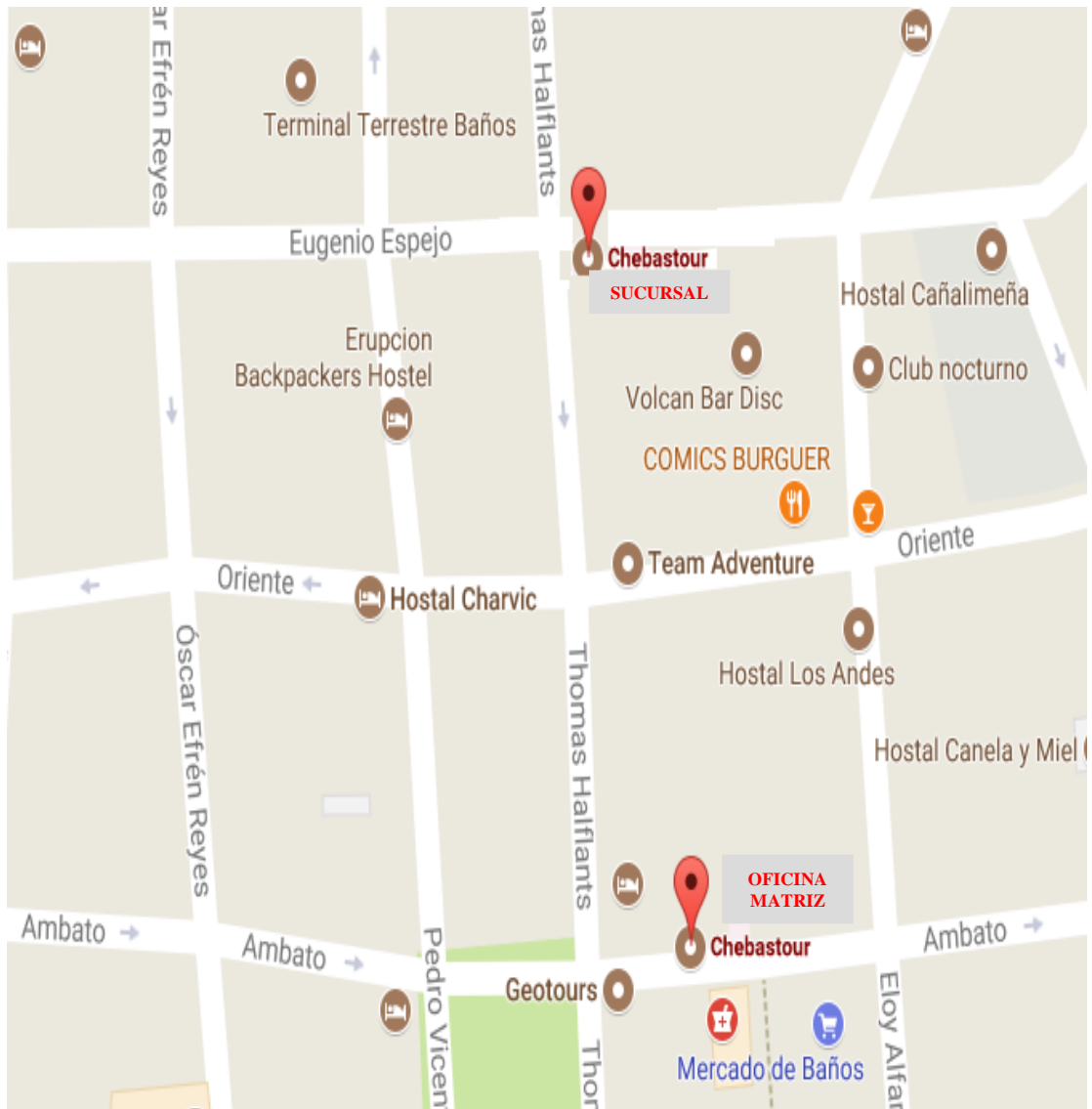


Gráfico 3-3. Ubicación del proyecto

Fuente: (Google, 2017)

Elaborado por: Vega J. (2021)

ELABORADO POR: <b>JV</b>	FECHA: <b>19-07-2019</b>
REVISADO POR: <b>NM/PB</b>	FECHA: <b>19-07-2019</b>

## **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

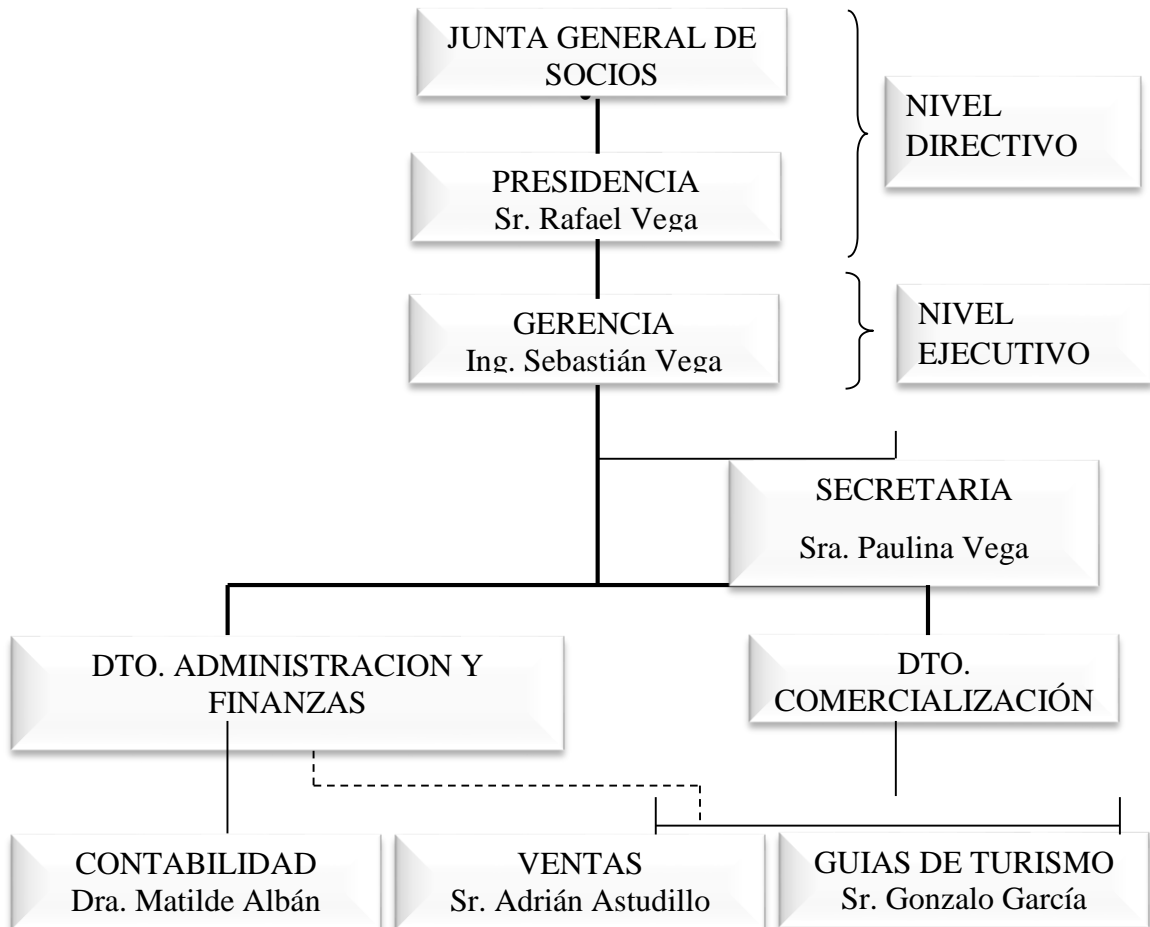
**AP 2. 1/2**

La Estructura Administrativa de la Operadora de Turismo “CHEBASTOUR” está compuesta por de la siguiente manera:

- a) Nivel directivo
  - Junta general de socios
  - Presidencia
  
- b) Nivel ejecutivo
  - Gerencia
  
- c) Nivel operativo
  - Secretaria
  - Departamento de comercialización
  - Departamento de administración y finanzas
  - Contabilidad
  - Ventas
  - Guías de turismo

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



Referencia	Elaborado por:	Fecha:	Aprobado por:
<p><b>—</b> Línea de Mando</p> <p> Unidad de Anovo</p> <p> Línea Autoridad Funcional</p>	Sebastián Vega	01/04/2011	Rafael Vega

**Gráfico 4-3.** Organigrama estructural de chebastour

Fuente: Chebastour Cia. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

## PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

**AP 3. 1/2**

### MISIÓN

Hacemos que la estadía en Baños sea un Viaje inolvidable, sirviendo con sencillez y calidad a nuestros turistas, mostrando al mundo entero la bella ciudad de Baños de Agua Santa y sus alrededores, garantizando un standard de seguridad en las actividades de aventura.

### VISIÓN

Optimizar los recursos y el tiempo de nuestros clientes; mediante la honestidad, el profesionalismo, la tecnología y trayectoria; para alcanzar ser reconocidos como operadores turísticos líderes, en la operación directa de actividades de aventura y otros servicios afines a la actividad turística que se desarrolla en la ciudad de Baños de Agua Santa.

### OBJETIVOS

- Satisfacer necesidades y gustos de los turistas que llegan a Baños en cuanto a las actividades de aventura.
- Tener una certificación internacional en manejo ambiental.
- Capacitar al personal para mejorar continuamente el servicio al cliente.
- Llegar a posicionar la marca a nivel nacional e internacional.
- Buscar nuevas rutas y actividades diferentes continuamente.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

## OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

**AP 3. 2/2**

### Objetivo para clientes

- Ampliar la cartera de clientes de la operadora de turismo “CHEBASTOUR”, con un desarrollo continuo semejante al 10% por año.

### Objetivo financiero

- Alcanzar para el 2019, un fortalecimiento financiero y operativo, en consideración de temas de administración de riesgo.

### Objetivo para procesos internos

- Reformar la operadora de turismo, de tal modo que esta pueda ofrecer servicios turísticos acertados y eficientes.

### Objetivo para tecnología

- Mantener a la gerencia informada de todos los nuevos procesos en todas las áreas de la operadora de turismo “CHEBASTOUR”, para de esta forma alcanzar la eficiencia de su personal y encaminar a que su trabajo alcance los niveles más altos de productividad y eficiencia.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA:19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>



## VALORES Y PRINCIPIOS

AP 4. 1/1

### Principios

- Dar información verídica de todas las actividades y programas que ofrecemos.
- Vender lo que ofrecemos
- Por más mínima que sea una compra siempre se facturará, está prohibido entregar notas de venta o recibos que no estén autorizados por el SRI.
- Empezar con puntualidad todas las actividades.
- Afiliar y hacer contrato legal en el ministerio de Relaciones Laborales a todas las personas que lleguen a ser colaboradores de la empresa.
- No sobornar a nadie ni a ninguna institución para conseguir cualquier permiso

### Valores

- Lealtad
- Amabilidad
- Tolerancia
- Autenticidad
- Honestidad
- Honradez
- Confiabilidad

### ESTRATEGIAS

- Establecer medios de coordinación internos
- Promover la idea del aprendizaje y servicio autónomo, favoreciendo la libertad en el uso de los servicios
- Gestionar, proporcionar y valorar con equidad el uso de los recursos para asignarlos al aprendizaje, y gestión de los diferentes servicios propios de la operadora de turismo.
- Trabajar en forma eficaz y eficientemente, brindando un buen servicio a clientes de Hoteles y Hosterías.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA:19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

## **SITUACIÓN ACTUAL**

**AP 5. 1/1**

La operadora de turismo “CHEBASTOUR” actualmente cuenta con el presidente de la empresa representado por el Sr Rafael Vega, el Ing. Sebastián Vega Gerente general de la empresa, la Sra. Paulina Vega Secretaria, La Dra. Matilde Albán Contadora, el Sr. Adrián Astudillo Vendedor de la empresa, y el Sr. Gonzalo García quien funge como Guía turístico de la operadora “CHEBASTOUR”

## **ASPECTOS COMPETITIVOS**

La operadora de turismo “CHEBASTOUR”, ofrece excelentes servicios a todos sus clientes diferenciándose de la competencia; ya que brinda solidaridad, seguridad y confianza en sus diferentes paquetes turísticos tales como la Ruta de las cascadas y los deportes de aventura, Recorrido nocturno en la ciudad de Baños de Agua Santa, Selva Full Day, Casa del árbol y Café del Cielo, Canyoning, Parapente y Canopy en Baños de Agua Santa, entre otros servicios atractivos y de calidad, la competencia más cercana que tiene la empresa son las operadoras *DISTRACTURS*, *PRINCIPAL GEOTOURS CIA.LTDA* que se encuentran ubicadas en la misma zona, prestando similares servicios.

La Operadora de turismo “CHEBASTOUR” se ha ido posesionando en el mercado turístico, prestando servicios ágiles y oportunos a sus clientes.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA:19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

## CARTA CONVENIO

**AP 6. 1/1**

Baños, 14 de Junio del 2019

Sr. Sebastián Vega

GERENTE GENERAL DE LA OPERADORA DE TURISMO CHEBASTOUR

Presente

Estimado señor gerente de la operadora de turismo “CHEBASTOUR”. Yo Jessica Carolina Vega Lara, estudiante de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo “ESPOCH” licenciatura en contabilidad y auditoría contador público autorizado por medio de la presente me dirijo a usted para presentar mi aceptación para efectuar una Auditoría De Gestión en su empresa, comprendida para el periodo 01 de enero hasta el 31 de diciembre del 2019.

El estudio incluirá:

- Compilación de documentos, registros y otras evidencias requeridas que permitirán formular un informe.
- Comprobación de cumplimiento de metas, políticas y objetivos de la empresa.
- Elaboración de interrogatorios de control interno tanto generales como específicos para cada área de trabajo auditada.
- Preparación de matrices de ponderación y determinación del riesgo y confianza.
- Preparación del informe final y exposición al gerente general, incluyendo observaciones y recomendaciones para la implementación de los cambios propuestos.

A fin de que se trabaje eficientemente en la auditoria el gerente de la operadora de turismo “CHEBASTOUR” deberá proporcionar la información que se considere necesaria para el desarrollo del trabajo investigativo.

Atentamente;

Jessica Carolina Vega Lara

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

## HOJA DE MARCAS

**AP 7. 1/2**

<b>Σ</b>	<b>SUMATORIA</b>
<b>√</b>	<b>COTEJADO CON DOCUMENTOS</b>
<b>∕</b>	<b>COTEJADO SIN DOCUMENTOS</b>
<b>⊙</b>	<b>CONFIRMACIÓN RESPUESTA AFIRMATIVA</b>
<b>⊗</b>	<b>CONFIRMACIÓN RESPUESTA NEGATIVA</b>
<b>@</b>	<b>ANALIZADO</b>
<b>⊙</b>	<b>HALLAZGO</b>
<b>↕</b>	<b>REVISADO</b>
<b>⇄</b>	<b>INSPECCIÓN</b>
<b>α</b>	<b>CONFRONTADO CON DOCUMENTACIÓN PROBATORIA</b>
<b>⊛</b>	<b>INCLUIR EN EL INFORME</b>
<b>Ⓟ</b>	<b>PROCESO</b>
<b>⊠</b>	<b>DEFICIENCIA CONTROL INTERNO</b>

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

**HOJA DE REFERENCIAS****AP 7. 2/2**

<b>ARCHIVO PERMANENTE</b>	<b>AP</b>
<b>ARCHIVO CORRIENTE</b>	<b>AC</b>
<b>ELABORAR LA NOTIFICACIÓN DE INICIO DE AUDITORIA</b>	<b>NIA</b>
<b>VISITA PRELIMINAR</b>	<b>VP</b>
<b>EFFECTUAR ENTREVISTA PRELIMINAR</b>	<b>EP</b>
<b>SOLICITAR INFORMACIÓN DE LA EMPRESA</b>	<b>SIE</b>
<b>EVALUACIÓN DEL CONTROL INTERNO</b>	<b>ECI</b>
<b>MATRIZ RIESGOS DE AUDITORÍA</b>	<b>MRA</b>
<b>ELABORACIÓN DE LA MATRIZ FODA</b>	<b>EMF</b>
<b>DEFINIR LOS COMPONENTES A SER AUDITADOS</b>	<b>DCA</b>
<b>ELABORAR EL MEMORÁNDUM DE PLANIFICACIÓN</b>	<b>MPP</b>
<b>PROCESO DE VENTAS</b>	<b>PV</b>
<b>PROCESO DE ADQUISICIÓN</b>	<b>PA</b>
<b>DETERMINAR LOS NIVELES DE CONFIANZA Y RIESGO POR COMPONENTES.</b>	<b>NCRC</b>
<b>ELABORAR LA MATRIZ DE RIESGO CON LOS PROCEDIMIENTOS A EJECUTARSE.</b>	<b>MRPE</b>
<b>ELABORAR EL INFORME DE CONTROL INTERNO.</b>	<b>MICI</b>
<b>VERIFICAR EL PROCESO DE ADQUISICIÓN DE LA EMPRESA.</b>	<b>VPA</b>
<b>APLICAR INDICADORES DE GESTIÓN A LA ADQUISICIÓN.</b>	<b>IGA</b>
<b>VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DEL PROCESO DE VENTAS</b>	<b>VPV</b>
<b>APLICAR INDICADORES DE GESTIÓN DEL PROCESO DE VENTAS.</b>	<b>IGPV</b>
<b>ELABORAR LOS HALLAZGOS DE AUDITORÍA.</b>	<b>HA</b>
<b>ELABORAR LA NOTIFICACIÓN FINAL DE AUDITORIA</b>	<b>NFA</b>
<b>EMITIR EL INFORME FINAL DE AUDITORÍA</b>	<b>IFA</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.</b>	<b>CR</b>

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

**FASE I**  
**PLANIFICACIÓN PRELIMINAR**

**AP 8. 1/4**

**AUDITORIA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE  
TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019**

**Entidad:** Operadora de Turismo “CHEBASTOUR”

**Auditoría de Gestión a:** Recursos Administrativos y Financieros

**Periodo:** del 01 de enero al 31 de diciembre del 2019

**Preparado por:** Jessica Carolina Vega Lara

**Revisado por:** Ing. Norberto Hernán Morales Merchán

**Objetivo:**

Conocer el funcionamiento de la empresa para la determinación de los componentes a ser auditados.

<b>Nº</b>	<b>PROCEDIMIENTOS</b>	<b>REFERENCI A</b>	<b>ELABOR ADO</b>	<b>FECHA</b>
<b>1</b>	Elaborar la notificación de inicio de auditoria	<b>PP.01</b>	<b>JV</b>	<b>19-07-2019</b>
<b>2</b>	Realizar la visita preliminar	<b>PP.02</b>	<b>JV</b>	<b>19-07-2019</b>
<b>3</b>	Efectuar la entrevista preliminar	<b>PP.03</b>	<b>JV</b>	<b>20-07-2019</b>
<b>4</b>	Solicitar la información de la empresa	<b>PP.04</b>	<b>JV</b>	<b>21-07-2019</b>
<b>5</b>	Elaborar la estructura de la entidad en base al informe COSO I.	<b>PP.05</b>	<b>JV</b>	<b>22-07-2019</b>
<b>6</b>	Matriz Riesgo de Auditoria	<b>PP.06</b>	<b>JV</b>	<b>22-07-2019</b>
<b>8</b>	Elaboración de la Matriz FODA	<b>PP.07</b>	<b>JV</b>	<b>25-07-2019</b>
<b>9</b>	Definir los componentes a ser auditados.	<b>PP.08</b>	<b>JV</b>	<b>25-07-2019</b>
<b>10</b>	Elaborar el memorándum de planificación	<b>PP.09</b>	<b>JV</b>	<b>25-07-2019</b>

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

**FASE II**  
**PLANIFICACIÓN ESPECÍFICA**

**AP 8. 2/4**

**AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE  
TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019**

**Entidad:** Operadora de Turismo “CHEBASTOUR”

**Auditoría de Gestión a:** Recursos Administrativos y Financieros

**Periodo:** del 01 de enero al 31 de diciembre del 2019

**Preparado por:** Jessica Carolina Vega Lara

**Revisado por:** Ing. Norberto Hernán Morales Merchán

**Objetivo:**

Evaluar el Control Interno objeto de estudio permitiendo acumular información sobre el funcionamiento de los controles existentes.

<b>Nº</b>	<b>PROCEDIMIENTOS</b>	<b>REFERENCIA</b>	<b>ELABORADO</b>	<b>FECHA</b>
1	Aplicar los cuestionarios de control interno por componentes.	<b>PE.01</b>	<b>JV</b>	<b>26-07-2019</b>
2	Determinar los niveles de confianza y riesgo por componentes.	<b>PE.02</b>	<b>JV</b>	<b>27-07-2019</b>
3	Elaborar la matriz de riesgo con los procedimientos a ejecutarse.	<b>PE.03</b>	<b>JV</b>	<b>02-08-2019</b>
4	Elaborar el informe de control interno.	<b>PE.04</b>	<b>JV</b>	<b>08-08-2019</b>

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

**FASE III  
EJECUCIÓN**

**AP 8. 3/4**

**AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE  
TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019**

**Entidad:** Operadora de Turismo “CHEBASTOUR”

**Auditoría de Gestión a:** Recursos Administrativos y Financieros

**Periodo:** del 01 de enero al 31 de diciembre del 2019

**Preparado por:** Jessica Carolina Vega Lara

**Revisado por:** Ing. Norberto Hernán Morales Merchán

**Objetivo**

Evaluar los resultados de la Gestión de la Institución.

<b>Nº</b>	<b>PROCEDIMIENTOS</b>	<b>REFERENCIA</b>	<b>ELABORADO</b>	<b>FECHA</b>
<b>1</b>	Verificar el proceso de adquisición de la empresa.	<b>E.01</b>	<b>JV</b>	<b>10-08-2019</b>
<b>2</b>	Aplicar indicadores de gestión a la adquisición.	<b>E.02</b>	<b>JV</b>	<b>25-09-2019</b>
<b>3</b>	Verificar el cumplimiento del proceso de ventas	<b>E.03</b>	<b>JV</b>	<b>05-09-2019</b>
<b>4</b>	Aplicar indicadores de gestión del proceso de ventas.	<b>E.04</b>	<b>JV</b>	<b>08-09-2019</b>
<b>5</b>	Elaborar los hallazgos de auditoría.	<b>E.05</b>	<b>JV</b>	<b>14-09-2019</b>

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>



**FASE IV**  
**COMUNICACIÓN DE RESULTADOS**

**AP 8. 4/4**

**AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE  
TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019**

**Entidad:** Operadora de Turismo “CHEBASTOUR”

**Auditoría de Gestión a:** Recursos Administrativos y Financieros

**Periodo:** del 01 de enero al 31 de diciembre del 2019

**Preparado por:** Jessica Carolina Vega Lara

**Revisado por:** Ing. Norberto Hernán Morales Merchán

**Objetivo**

Presentar el Informe de Auditoría a la Empresa “CHEBASTOUR” Operadora de Turismo Cía. Ltda.

Dar a conocer los hallazgos encontrados.

<b>Nº</b>	<b>PROCEDIMIENTOS</b>	<b>REFERENCIA</b>	<b>ELABORADO</b>	<b>FECHA</b>
<b>1</b>	Elaborar la notificación final de auditoría	<b>CR.01</b>	<b>JV</b>	<b>10-10-2019</b>
<b>2</b>	Emitir el informe final de auditoría con las respectivas conclusiones y recomendaciones.	<b>CR.02</b>	<b>JV</b>	<b>15-10-2019</b>

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

# ARCHIVO CORRIENTE

**ENTIDAD:** “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.

**DIRECCIÓN:** Calle Ambato y Thomas Halfants.

**TIPO DE TRABAJO:** Auditoría de Gestión.

**PERÍODO:** del 01 de Enero al 31 de Diciembre del año 2019.

<b>INICIALES Y FECHA</b>	
<b>PLANIFICACIÓN</b>	<b>FINAL</b>
<b>11 - Julio del 2019</b>	<b>25 - Octubre del 2019</b>
<b>AUDITOR:</b>	Jessica Vega

<b>ÍNDICE</b>	<b>REFERENCIA</b>
<b>ELABORAR LA NOTIFICACIÓN DE INICIO DE AUDITORIA</b>	<b>NIA.01</b>
<b>REALIZAR LA VISITA PRELIMINAR</b>	<b>VP.02</b>
<b>EFFECTUAR LA ENTREVISTA PRELIMINAR</b>	<b>EP.03</b>
<b>SOLICITAR LA INFORMACIÓN DE LA EMPRESA</b>	<b>SIE.04</b>
<b>ELABORAR LA EVALUACIÓN DEL CONTRO INTERNO EN BASE AL INFORME COSO I.</b>	<b>ECL.05</b>
<b>MATRIZ RIESGO DE AUDITORIA</b>	<b>MR.06</b>
<b>ELABORACIÓN DE LA MATRIZ FODA</b>	<b>EMF.07</b>
<b>DEFINIR LOS COMPONENTES A SER AUDITADOS.</b>	<b>DCA.08</b>
<b>ELABORAR EL MEMORÁNDUM DE PLANIFICACIÓN</b>	<b>MP.09</b>

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

**FASE I**

**PLANIFICACIÓN PRELIMINAR**

<b>AUDITORIA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>NIA.01 1/1</b>
<b>NOTIFICACIÓN DE INICIO DE AUDITORIA</b>	

Riobamba, 15 de Agosto de 2019

Señor

Ing. Sebastián Vega

GERENTE GENERAL DE “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.

PRESENTE

De mi consideración,

Por medio de la presente extendiendo un cordial saludo, y a la vez notificarle el Inicio de Examen de Auditoría de Gestión a tal distinguida Institución, en el área del departamento de ventas, marketing, y talento humano, por el período comprendido entre el 01 de enero al 31 de diciembre del año 2019.

Por su atención prestada a este pedido, de antemano reitero mi más sincero agradecimiento.

Atentamente

\_\_\_\_\_  
Jessica Vega

**AUDITORA**

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA:19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA:19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>VP.02 1/6</b>
<b>VISITA PRELIMINAR</b>	

## CONOCIMIENTO DE LA ENTIDAD Y SU BASE LEGAL

“CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA., es una empresa familiar, conformada por 4 socios, está ubicada en la parte céntrica de la ciudad de Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua, tiene una sucursal en la misma ciudad, lleva 9 años en el mercado, al momento la entidad cuenta con 6 colaboradores, en una empresa dedicada a la prestación de servicios turísticos a nivel nacional, tales como deportes de aventura, paseos a caballo, tours a la selva primaria y secundaria, rafting, canyoning, canopy, saltos de puente especializado en recorridos en buses de dos pisos a la ruta de las cascadas y los deportes de aventura, el mirador a la ciudad, y casa del árbol.

### Logo:



**Gráfico 5-3.** Logo de “CHEBASTOUR

Fuente: “CHEBASTOUR” Cía. Ltda.

Elaborado por: Vega J. (2021)

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>VP.02 2/6</b>
<b>VISITA PRELIMINAR</b>	

### **BASE LEGAL**

- Es una Institución del Sector Privado, Constituida el 27 de octubre de 2007, en la parroquia Matriz del Cantón Baños de Agua Santa, con el notario el señor Dr. Freddy Ramos Escobar.
- Es una empresa que trabaja con fondos propios.
- Cuenta con la Licencia Anual de Nombramiento otorgada por el GADBAS.
- Certificado de Registro en el Ministerio de Turismo.
- Nombramientos del gerente general y presidente, inscritos en el Registro de la Propiedad del Cantón Baños de Agua Santa.
- Nómina de accionistas de la empresa emitida por la Superintendencia de Compañías.
- Suscrito en el Registro Único de Contribuyentes. Es una Sociedad. Con actividad económica principal: Actividades de Agencia de Viajes y Operadora de Turismo.
- Obligaciones Tributarias: Anexo Accionistas, partícipes, socios, miembros del Directorio y Administradores.

### **POLÍTICAS**

- Devolución del dinero al cliente, cuando no se cumplió con lo ofrecido.
- No se acepta devoluciones unas ves adquiridas su factura, excepto que sea por fuerza mayor.
- La empresa no se hace responsable por objetos perdidos, durante el recorrido de los tour.
- En caso de fuerza mayor, la empresa puede cambiar el itinerario para conservar la integridad de los pasajeros.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>VP.02 3/6</b>
<b>VISITA PRELIMINAR</b>	

**FINANCIAMIENTO.**

La empresa por el momento no cuenta con ningún financiamiento de alguna institución financiera, cuenta con ingresos propios.

**FUNCIONARIOS PRINCIPALES**

La empresa está conformada por los siguientes funcionarios principales:

**Junta General de Socios:**

- Sr. Rafael Vega
- Sr. André Vega
- Sr. Sebastián Vega
- Sra. Carla Vega

**Presidente**

- Sr. Rafael Vega

**Gerente General**

- Sr. Sebastián Vega

**Contadora**

- Dra. Matilde Albán

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>VP.02 4/6</b>
<b>VISITA PRELIMINAR</b>	

## POLÍTICAS CONTABLES

- Realizar ingresos diarios de las ventas emitidas en todo el día
- Cada pago otorgado debe ser cancelado con cheque.
- El monto máximo para la caja chica es de 100 dólares.
- Los informes contables deben ser presentados cada fin de mes, así como Estados financieros y de Resultados.
  - Las cuentas por cobrar deben ser a un plazo máximo de 1 mes.

“CHEBASTOUR” Operadora de Turismo Cía. Ltda., cuenta con un sistema contable para realizar las declaraciones mensuales, la información administrativa es utilizada solo por personal autorizado cada uno de ellos con una clave de seguridad.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>VP.02</b>  <b>5/6</b>
<b>VISITA PRELIMINAR A INSTALACIONES</b>	



**Gráfico 6-3.** Instalaciones de la Empresa “CHEBASTOUR” Cía. Ltda.  
Fuente: “CHEBASTOUR” Cía. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 7-3.** Oficina Sucursal  
Fuente: “CHEBASTOUR” Cía. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>



<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>VP.02</b> <b>6/6</b>
<b>VISITA PRELIMINAR A INSTALACIONES</b>	



**Gráfico 8-3.** Departamento de Contabilidad  
Fuente: “CHEBASTOUR” Cia. Ltda.  
Elaborado por: Vega J. (2021)



**Gráfico 9-3.** Buses Panorámicos de dos Pisos.  
Fuente: “CHEBASTOUR” Cia. Ltda  
Elaborado por: Vega J. (2021)

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 20-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>EP.03 1/5</b>
<b>ENTREVISTA PRELIMINAR</b>	

### **ENTREVISTA PRELIMINAR**

Entrevista al Gerente de “CHEBASTOUR” Operadora de Turismo Cía. Ltda.

Sr: Ing. Sebastián Vega Zúñiga

**1. ¿Cómo nace la Idea de formar “CHEBASTOUR”?**

Esta idea nace desde que escogí la carrera de turismo en la universidad UTE en la ciudad de Quito, la pasión por el turismo hace que nazca esta empresa familiar, tomando el nombre de “CHEBASTOUR”, dado a mi nombre Sebastián.

**2. ¿Cuántos años llevan en el mercado?**

Nosotros llevamos en el mercado 9 años.

**3. ¿El inmueble donde se encuentra las oficinas y son propias?**

Sí, la oficina ubicada en el centro de la ciudad en las calles Ambato y Thomas Halfants, y la sucursal que está ubicada en las calles Espejo y Thomas Halfants.

**4. ¿Cuántos años tiene a cargo la gerencia?**

Desde cuando se conformó la compañía, es decir 9 años

**5. ¿Qué servicios oferta “CHEBASTOUR”?**

Es una empresa dedicada a la prestación de servicios turísticos; tales como tours a la selva primaria y secundaria, paseo a caballos, rafting, canyoning, canopy, y especializados en recorridos en buses de dos pisos a la ruta de las cascadas, mirador a la ciudad y casa del árbol.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>EP.03</b> <b>2/5</b>
<b>ENTREVISTA PRELIMINAR</b>	

**6. ¿Para la creación de “CHEBASTOUR” realizaron alguna financiación en alguna institución financiera?**

No, la conformación de la compañía se realizó con fondos propios

**7. ¿Al momento cuantos empleados existe en la empresa?**

Al momento contamos con 6 colaboradores, distribuidos en diferentes departamentos.

**8. ¿El personal es asignado de manera apropiada para cumplir con los objetivos de la empresa?**

Si, el personal es asignado de manera apropiada para el cumplimiento de los objetivos institucionales.

**9. ¿Describa una característica que hace que “CHEBASTOUR” sobresalga a otras empresas?**

Bueno, la característica más importante es el servicio al cliente ya que contamos con guías nativos bilingües especializados, para brindar un servicio de calidad tanto a turistas nacionales y extranjeros que visitan diariamente nuestra ciudad.

**10. ¿Qué actividad es la que más ópera “CHEBASTOUR” y cuál es la más acogida por parte de sus clientes?**

Bueno, la actividad que más se opera es la ruta de las cascadas y los deportes de aventura en las unidades de dos pisos, únicos en la ciudad, esta actividad hace que sea la favorita para turistas tanto nacionales como extranjeros.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>EP.03 3/5</b>
<b>ENTREVISTA PRELIMINAR</b>	

**11. ¿”CHEBASTOUR” trabaja con otras compañías a fines?**

Sí, “CHEBASTOUR” trabaja mediante alianza estratégica con Cañamandur viajes y servicios turísticos, Luizatours S.A., empresas dedicadas a la transportación turística a nivel nacional, para brindar servicios de calidad a nuestros clientes, en cuanto a la transportación turística.

**12. ¿Cuál es la Misión de “CHEBASTOUR”?**

Realizamos actividades turísticas, garantizando un estándar de calidad en nuestros servicios, buscando la superación día a día sirviendo con personal profesional e idóneo, en constante preparación, para así brindar al cliente un servicio de calidad.

**13. ¿Cuál es su visión de “CHEBASTOUR”?**

Optimizar los recursos y el tiempo de nuestros clientes; mediante la honestidad, el profesionalismo, la tecnología y trayectoria; para alcanzar ser reconocidos como operadores turísticos líderes, en la operación directa de actividades de aventura y otros servicios afines a la actividad turística que se desarrolla en la ciudad de Baños de Agua Santa.

**14. ¿Cuál son los objetivos de “CHEBASTOUR”?**

- Satisfacer necesidades y gustos de los turistas que llegan a Baños en cuanto a las actividades de aventura.
- Tener una certificación internacional en manejo ambiental.
- Capacitar al personal para mejorar continuamente el servicio al cliente.
- Expandir sucursales en Baños, y otras ciudades importantes del país, siendo generadores de empleo.
- Llegar a posicionar la marca a nivel nacional e internacional.
- Buscar nuevas rutas y actividades diferentes continuamente

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>EP.03 4/5</b>
<b>ENTREVISTA PRELIMINAR</b>	

**15. ¿Cuál son las políticas de “CHEBASTOUR”?**

- No se acepta devoluciones unas veces adquiridas su factura, excepto que sea por fuerza mayor.
- La empresa no se hace responsable por objetos perdidos, durante el recorrido de los tour.
- En caso de fuerza mayor, la empresa puede cambiar el itinerario para conservar la integridad de los pasajeros.

**16. ¿Cuál son los principios de “CHEBASTOUR”?**

- Dar información verídica de todas las actividades y programas que ofrecemos.
- Vender lo que ofrecemos
- Por más mínima que sea una compra siempre se facturará, está prohibido entregar notas de venta o recibos que no estén autorizados por el SRI.
- Empezar con puntualidad todas las actividades.
- No hablar mal de otras empresas o agencias de la competencia.
- Afiliar y hacer contrato legal en el ministerio de Trabajo a todas las personas que lleguen a ser colaboradores de la empresa.
- No sobornar a nadie ni a ninguna institución para conseguir cualquier permiso.
- Buscamos ser leales con la empresa, y con cada una de las personas que trabajan en nuestra empresa.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>EP.03</b> <b>5/5</b>
<b>ENTREVISTA PRELIMINAR</b>	

**17. ¿“CHEBASTOUR” cuenta con estrategias?**

Sí, al momento trabajamos de manera eficaz y eficiente con hosterías, hoteles.

**18. ¿Actualmente cuantos socios tiene “CHEBASTOUR”?**

La compañía tiene 4 socios, los cuales son miembros de la familia.

**18. ¿“CHEBASTOUR” cuenta con un reglamento Interno?**

No, a la verdad esto es un problema en nuestra empresa, ya que no tenemos un manual en el cual se vea plasmado nuestro rumbo a seguir.

**19. ¿“CHEBASTOUR” al ser una empresa ubicada en una ciudad que vive latente con un volcán activo ha traído problemas financieros?**

Bueno ahora, tanto a turistas nacionales y extranjeros es una atracción el ver un volcán en proceso de actividad volcánica, esto hace que en cierto punto nuestras ventas incrementen en cuando al tour al mirador de la ciudad y del volcán, sin dejar a un lado que al estar el volcán activo hace que los medios de comunicación pongan en primera plana esta situación y cabe recalcar que existen personas que optan por disfrutar sus vacaciones en otro lugar tranquilo y libre de peligro.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA:19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.</b>	<b>SIE.04 1/1</b>
<b>SOLICITUD DE INFORMACION DE LA EMPRESA</b>	

**SOLICITUD DE INFORMACIÓN DE LA EMPRESA**

Riobamba, 15 de Agosto de 2019

Señor

Ing. Sebastián Vega

GERENTE GENERAL DE “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.

PRESENTE

De mi consideración,

Con un cordial saludo, me dirijo a usted para solicitarle de manera comedida se me facilite la siguiente documentación, ya que es de gran importancia para el análisis de auditoría de gestión:

1. Constitución
2. Nombramiento
3. Ruc
4. Permiso de funcionamiento
5. Declaración del impuesto a la renta 2019

Por su atención prestada a este pedido, de antemano reitero mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,

---

Jessica Vega

AUDITORA

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.</b>	<b>ECL05 1/9</b>
<b>CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO AMBIENTE DE CONTROL COSO I</b>	

**CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO  
AMBIENTE DE CONTROL COSO I**

N°	PREGUNTA	SI	NO	COMENTARIO
1	¿En “CHEBASTOUR” existe un manual de funciones?		✓	C
2	¿Los empleados de “CHEBASTOUR” comprenden que su comportamiento es aceptado o no, saben qué hacer cuando se enfrentan a uno de ellos?		✓	C
3	¿Si un código de conducta escrito no existe, la dirección de cultura enfatiza la importancia del comportamiento ético y moral; Esto debe ser comunicado oralmente en reuniones de personal, en comunicación persona a persona o cuando se enfrenta a ella en las actividades diarias?	✓ ✓		C
4	¿En “CHEBASTOUR” los empleados creen que si toman los estándares de violación del comportamiento, sufrirán las consecuencias?		✓ ✓	
5	¿En la entidad existe evidencia que indica que los empleados deben tener requisitos necesarios de conocimiento y habilidades necesarias?			
6	¿En “CHEBASTOUR” existe un proceso de información a la junta de los asuntos significativos?			
7	¿En “CHEBASTOUR” los ejecutivos encargados tienen el conocimiento requerido, la experiencia y el entrenamiento para cumplir con sus obligaciones?			C
8	¿Los nuevos empleados de “CHEBASTOUR” están enterados de sus responsabilidades y expectativas de dirección?			C C

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>



<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A A”CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.</b>	<b>ECL.05 2/9</b>
<b>CUESTIONARIO AMBIENTE DE CONTROL COSO I</b>	

Nº	PREGUNTA	SI	NO	COMENTARIO
9	¿En “CHEBASTOUR” los planes y presupuestos son detallados para cada nivel de dirección?	✓		
10	¿En la empresa el plan estratégico apoya los objetivos globales de la entidad?	✓		
<b>TOTALES</b>		<b>4</b>	<b>6</b>	<b>Σ = 10</b>

Ⓒ = Hallazgo

Σ = Sumatoria

Nivel de confianza = Calificación total / Ponderación Total \* 100

Nivel de confianza = 4 / 10 \* 100

Nivel de confianza = 40%

Nivel de riesgos = 100% - Nivel de confianza

Nivel de riesgos = 100% - 40%

Nivel de riesgos = 60% @

Nivel de confianza		
Bajo	Moderado	Alto
15% - 50%	51% - 75%	76% - 95%
85% - 50%	49% - 25%	24% - 5%
Alto	Moderado	Bajo
Nivel de riesgo		

#### Análisis.

Se determina que “CHEBASTOUR” maneja un 60% de riesgo considerado alto esto significa que tiene un 40% de confianza lo cual indica que la operadora no está manejando un método de control apropiado, generando un ambiente de control deficiente en la empresa.

@ = Analizado

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.</b>	<b>ECL05 3/9</b>
<b>CUESTIONARIO VALORACION DE RIESGOS COSO I</b>	

Nº	PREGUNTA	SI	NO	COMENTARIO
1	¿La información de los objetivos globales de “CHEBASTOUR” es difundida a los empleados y al concejo de directores?	✓		
2	¿Los objetivos sirven como factores críticos del éxito y suministran una base para enfocar la administración particularmente?	✓		
3	¿Las relaciones de trabajo, como la compensación y los programas de beneficio mantienen la entidad en un nivel competitivo con otras empresas?	✓	✓	
4	¿Los riesgos en “CHEBASTOUR” son analizados en el proceso formal o en el informal diariamente en las actividades de dirección?	✓	✓	
5	¿El personal está de acuerdo con las reglas y políticas de “CHEBASTOUR”?		✓	
6	¿La dirección se mantiene al tanto en cuestión política, regularmente en negocios y en el área social en el cual existen las operaciones?		✓	
7	¿En “CHEBASTOUR” existen planes para la adquisición de los recursos necesarios ejemplo Financiamiento, personal, facilidad y tecnología?			C
8				
9	¿Los gastos de “CHEBASTOUR” están basados en los análisis administrativos de la relativa importancia de los objetivos?			
10	¿La dirección de “CHEBASTOUR” ha identificado qué es lo que va bien, o donde está la falla para que sea evitada y los objetivos globales de la entidad sean logrados?			C
	¿En “CHEBASTOUR” existen procedimientos para resolver desacuerdos?			C
				C
	<b>TOTALES</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>Σ = 10</b>

C = Hallazgo  
Σ = Sumatoria

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.</b>	<b>ECL.05 4/9</b>
<b>CUESTIONARIO VALORACION DE RIESGOS COSO I</b>	

Nivel de confianza = Calificación total / Ponderación Total \* 100

Nivel de confianza = 6 / 10 \* 100

Nivel de confianza = 60%

Nivel de riesgos = 100% - Nivel de confianza

Nivel de riesgos = 100% - 40%

Nivel de riesgos = 40% @

Nivel de confianza		
Bajo	Moderado	Alto
15% - 50%	51% - 75%	76% - 95%
85% - 50%	49% - 25%	24% - 5%
Alto	Moderado	Bajo
Nivel de riesgo		

#### **Análisis.**

Se establece que “CHEBASTOUR” presenta un 40% de riesgo el cual se considera moderado por lo que se debe reducir aún más este nivel de riesgo existente, además presenta un nivel de confianza también moderado lo que quiere decir que se está manejando la información de manera correcta sin embargo hay mejorar este aspecto.

@ = Analizado

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.</b>	<b>ECL.05 5/9</b>
<b>ACTIVIDADES DE CONTROL CUESTIONARIO COSO I</b>	

Nº	PREGUNTA	SI	NO	COMENTARIO
1	¿Los controles descritos en el manual de política de “CHEBASTOUR” son actualmente aplicados y si la forma en que los aplican es la correcta?		✓	<b>Ⓒ</b>
2	¿El personal de supervisión repasa el funcionamiento de los controles?	✓	✓	
3	¿Los procedimientos de control aseguran que las tareas asignadas a cada integrante de “CHEBASTOUR” Cía. Ltda., se cumplan en su totalidad?			<b>Ⓒ</b>
<b>TOTALES</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>Σ = 3</b>

**Ⓒ** = Hallazgo

**Σ** = Sumatoria

Nivel de confianza = Calificación total / Ponderación Total \* 100

Nivel de confianza = 1 / 3 \* 100

Nivel de confianza = 33,33%

Nivel de riesgos = 100% - Nivel de confianza

Nivel de riesgos = 100% - 33,33%

Nivel de riesgos = 66,67% @

Nivel de confianza		
Bajo	Moderado	Alto
15% - 50%	51% - 75%	76% - 95%
85% - 50%	49% - 25%	24% - 5%
Alto	Moderado	Bajo
Nivel de riesgo		

#### Análisis

Se determina que la empresa presenta un 66,67% de Riesgo, considerado como alto, esto significa que el nivel de confianza es del 33,33% lo cual se considera bajo es decir que las actividades de control no son lo suficientemente eficientes en “CHEBASTOUR”

@ = Analizado

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.</b>	<b>ECL.05 6/9</b>
<b>INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN CUESTIONARIO COSO I</b>	

N°	PREGUNTA	SI	NO	COMENTARIO
1	¿“CHEBASTOUR” tiene información generada internamente la cual es o puede ser criticada para el logro de los objetivos que se planteó la entidad, incluyendo los sucesos que son identificados y regularmente reportados?	✓		
2	¿La información que los administradores de “CHEBASTOUR” necesitan para llevar a cabo sus responsabilidades es reportada por ellos mismos?	✓		
3		✓	✓	
4	¿La información que se suministra en cada nivel es detallada por los diferentes niveles de la dirección?		✓	Ⓢ
5	¿Las necesidades y prioridades de “CHEBASTOUR” en la información son determinadas por los ejecutivos principales?	✓		
6	¿Cada empleado de “CHEBASTOUR” conoce sus objetivos de su propia actividad y como sus deberes y obligaciones contribuyen al logro de los objetivos?			Ⓢ
7	¿Sugerencias y quejas y otros factores son comunicados a los agentes?			
	¿La mala conducta de los empleados y de los proveedores es reportada de inmediato al directivo encargado de “CHEBASTOUR”?			
<b>TOTALES</b>		<b>5</b>	<b>2</b>	<b>Σ = 7</b>

Ⓢ = Hallazgo

Σ = Sumatoria

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.</b>	<b>ECL.05 7/9</b>
<b>INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN CUESTIONARIO COSO I</b>	

Nivel de confianza = Calificación total / Ponderación Total \* 100

Nivel de confianza = 5 / 7 \* 100

Nivel de confianza = 71,43%

Nivel de riesgos = 100% - Nivel de confianza

Nivel de riesgos = 100% - 71,43%

Nivel de riesgos = 28,57% @

<b>Nivel de confianza</b>		
Bajo	Moderado	Alto
15% - 50%	51% - 75%	76% - 95%
85% - 50%	49% - 25%	24% - 5%
Alto	Moderado	Bajo
<b>Nivel de riesgo</b>		

### **Análisis**

Se puede establecer que el nivel de confianza es de un 71,43% siendo este moderado, de igual manera el nivel de riesgo que presenta es de un 28,57%, dándole el mismo rango de moderado, lo que significa que la información y comunicación de esta en la empresa “CHEBASTOUR” se está manejando de una manera confiable y pudiendo mejorarse aún más.

@ = Analizado

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.</b>	<b>ECL05 8/9</b>
<b>MONITOREO CUESTIONARIO COSO I</b>	

Nº	PREGUNTA	SI	NO	COMENTARIO
1	¿Las quejas de los clientes de “CHEBASTOUR” a agentes no responsables son investigados de manera inmediata?		✓	€
2	¿Hay controles que previenen o detectan ciertos problemas?	✓	✓	
3	¿Las sugerencias por parte de los empleados son comunicadas a los directivos y si algunas de ellas son llevadas a cabo?		✓	€
4	¿Los manuales de las políticas, los cuadros de la organización, las instrucciones de operación están a disposición de todos?		✓	€
5	¿Las deficiencias encontradas en “CHEBASTOUR” son reportadas directamente a la persona de un nivel más alto?			€
<b>TOTALES</b>		<b>1</b>	<b>4</b>	<b>Σ = 7</b>

€ = Hallazgo

Σ = Sumatoria

Nivel de confianza = Calificación total / Ponderación Total \* 100

Nivel de confianza = 1 / 5 \* 100

Nivel de confianza = 20%

Nivel de riesgos = 100% - Nivel de confianza

Nivel de riesgos = 100% - 20%

Nivel de riesgos = 80% @

Nivel de confianza		
Bajo	Moderado	Alto
15% - 50%	51% - 75%	76% - 95%
85% - 50%	49% - 25%	24% - 5%
Alto	Moderado	Bajo
Nivel de riesgo		

El nivel de confianza establecido es bajo siendo de un 20%, y el nivel de riesgo es del 80% considerado alto, concluyendo que no se supervisa la información de manera oportuna en “CHEBASTOUR”.

@ = Analizado

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.</b>	<b>ECL.05 9/9</b>
<b>CUESTIONARIO COSO I</b>	

N°	COMPONENTE	NIVEL DE CONFIANZA	NIVEL DE RIESGO
1	Ambiente de Control	40 % (bajo)	60% (alto)
2	Evaluación de Riesgos	60 % (moderado)	40 % (moderado)
3	Actividades de Control	33.33 % (bajo)	66.67 % (alto)
4	Información y Comunicación	71.43 % (moderado)	28.57 % (moderado)
5	Monitoreo	20 % (bajo)	80 % (alto)
	<b>PROMEDIO</b>	<b>46,95 %</b>	<b>53,05 % @</b>

Nivel de confianza		
Bajo	Moderado	Alto
15% - 50%	51% - 75%	76% - 95%
85% - 50%	49% - 25%	24% - 5%
Alto	Moderado	Bajo
Nivel de riesgo		

**Interpretación:**

Se determinó de acuerdo al análisis aplicado a las actividades en general del control interno en la operadora de turismo “CHEBASTOUR”, se establece que la empresa presenta un índice de nivel de confianza del 46.95% representando un rango bajo demostrando que es necesario aplicar estrategias para subir de nivel, ya que se presenta un nivel de riesgo alto el cual llega a un 53,05%, demostrando de esta manera que los procedimientos que usa la empresa no son lo suficientemente eficientes para encaminarse al alcance de sus objetivos, esto en base al informe COSO I.

@ = Analizado

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>



<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>MRA.06 1/2</b>
<b>MATRIZ RIESGO DE AUDITORIA</b>	

N°	COMPONENTE	RIESGO DE CONTROL	OBSERVACIONES	ENFOQUE DE AUDITORÍA	
				PRUEBAS DE CUMPLIMIENTO	PRUEBAS SUSTANTIVAS
1	AMBIENTE DE CONTROL	Alto	Al no contar con un manual de funciones, hace que exista incumplimiento en las diferentes áreas de funciones, de los empleados, donde dé a conocer mis responsabilidades a cumplir.	Verificar el manual de funciones de los funcionarios.	Implementar un manual de funciones para el cumplimiento de responsabilidades de los empleados.
2	VALORACIÓN DE RIESGOS	Moderado	La Dirección, no cuenta con un procedimiento para evitar inconvenientes en la empresa, y los objetivos de la entidad sean logrados	Verificación de Indicadores de Cumplimiento.	Establecer indicadores que permitan el logro de objetivos.
3	ACTIVIDADES DE CONTROL	Alto	Los procedimientos de control no aseguran que las tareas asignadas a cada integrante de la entidad se cumplan en su totalidad.	Control y verificación de tareas asignadas.	Dar cumplimiento a las funciones a cada uno de los integrantes de la entidad.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERAORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>MRA.06</b>  <b>2/2</b>
<b>MATRIZ RIESGO DE AUDITORÍA</b>	

N°	COMPONENTE	RIESGO DE CONTROL	OBSERVACIONES	ENFOQUE DE AUDITORÍA	
				PRUEBAS DE CUMPLIMIENTO	PRUEBAS SUSTANTIVAS
4	INFORMACION Y COMUNICACIÓN	Moderado	La Información detallada se suministra por los directivos a los diferentes niveles con una eficiencia media.	Controlar la información detallada a cada nivel y verificar el manual de funciones.	Verificar la Información detallada
			Cada integrante de “CHEBASTOUR” Cía. Ltda., conoce los objetivos de su propia actividad como sus deberes y obligaciones a medias.		Elaborar un Manual de Funciones acorde a la Empresa.
5	MONITOREO	Alto	No existe controles que previenen o detectan ciertos problemas	Verificación de Indicadores de Cumplimiento .	Establecer indicadores que permitan el logro de objetivos.
			No existe controles que muestre la satisfacción o queja de clientes después de realizar el tour		Implementar indicadores que permitan evaluar el cumplimiento de las actividades.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>EMF.07 1/10</b>
<b>ELABORACIÓN DE LA MATRIZ FODA</b>	

En el presente trabajo de investigación se realizará un análisis del ambiente externo e interno de “CHEBASTOUR” Cía. Ltda., en donde se considerarán factores externos e internos como fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas lo que permitirá tener una imagen global de cómo se encuentra la entidad.

**Tabla 1-3:** Foda, fortaleza y oportunidades

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa que opera con buses panorámicos de dos pisos, únicos en la ciudad.</li> <li>• Guías acreditados por el Ministerio de Turismo.</li> <li>• Ubicación de Oficinas en sitios estratégicos.</li> <li>• Confianza en la operación de los tours, por parte de otros servidores turísticos como: hoteles, agencias de viajes, restaurants.</li> <li>• Personal con experiencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baños, ciudad turística.</li> <li>• La situación geográfica: Hace de Baños un corredor ecológico, apta para realizar turismo de aventura, deportes extremos, etc.</li> <li>• Proceso eruptivo del volcán Tungurahua.</li> <li>• Carreteras en buenas condiciones</li> <li>• Baños obtuvo el premio Reina Sofía de Accesibilidad Universal a Municipios.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Vega J. (2021)

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>EMF.07 2/10</b>
<b>ELABORACIÓN DE LA MATRIZ FODA</b>	

**Tabla 2-3:** Foda, debilidades y amenazas

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deficiente Imagen Corporativa</li> <li>• Carencia de Estrategias de Marketing y Publicidad.</li> <li>• Oficina pequeña</li> <li>• No existe un manual de funciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia desleal por parte de otras Operadoras Turística.</li> <li>• Enganchadores</li> <li>• Erupción intermitente del volcán Tungurahua.</li> <li>• Prohibición por parte de autoridades a recorrer por los atractivos turísticos dentro del casco urbano.</li> <li>• Catástrofes Naturales.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Vega J. (2021)

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>EMF.07 3/10</b>
<b>ELABORACIÓN DE LA MATRIZ FODA</b>	

ASPECTOS INTERNOS		CLASIFICACIÓN DE IMPACTO				
		DEBILIDAD		Equilibrio	Fortaleza	
		Gran Debilidad	Debilidad		Fortaleza	Gran Fortaleza
Empresa que opera con buses panorámicos de dos pisos, únicos en la ciudad.	<b>F1</b>					
Guías acreditados por el Ministerio de Turismo.	<b>F2</b>					
Ubicación de Oficinas en sitios estratégicos.	<b>F3</b>					
Confianza en la operación de los tours, por parte de otros servidores turísticos como: hoteles, agencias de viajes, restaurants.	<b>F4</b>					
Personal con experiencia	<b>F5</b>					
Deficiente Imagen Corporativa	<b>D1</b>					
Carencia de Estrategias de Marketing y Publicidad.	<b>D2</b>					
Oficina pequeña	<b>D3</b>					
Falta de capacitaciones al personal	<b>D4</b>					
No existe un manual de funciones	<b>D5</b>					
<b>TOTAL</b>		<b>2</b>	<b>3</b>		<b>3</b>	<b>2</b>
<b>PORCENTAJE</b>		<b>20%</b>	<b>30%</b>		<b>30%</b>	<b>20%</b>

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>EMF.07 4/10</b>
<b>ELABORACIÓN DE LA MATRIZ FODA</b>	

<b>ASPECTOS INTERNOS CLAVES</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>RESULTADO O PONDERADO</b>
Empresa que opera con buses panorámicos de dos pisos, únicos en la ciudad.	0.10	4	0.40
Guías acreditados por el Ministerio de Turismo.	0.10	4	0.40
Ubicación de Oficinas en sitios estratégicos.	0.10	5	0.50
Confianza en la operación de los tours, por parte de otros servidores turísticos como: hoteles, agencias de viajes, restaurants.	0.10	2	0.20
Personal con experiencia	0.10	3	0.30
Deficiente Imagen Corporativa.	0.10	4	0.40
Carencia de Estrategias de Marketing y Publicidad.	0.10	2	0.20
Oficina pequeña	0.10	2	0.20
Falta de capacitaciones al personal	0.10	5	0.50
No existe un manual de funciones	0.10	4	0.40
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>	<b>35</b>	<b>3.35</b>

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>EMF.07 5/10</b>
<b>ELABORACIÓN DE LA MATRIZ FODA</b>	

ASPECTOS EXTERNOS		CLASIFICACIÓN DE IMPACTO				
		AMENAZA			OPORTUNIDAD	
		Amenaza	Gran Amenaza	Equilibrio	Oportunidad	Gran Oportunidad
Baños, ciudad turística.	O1					●
La situación geográfica: Hace de Baños un corredor ecológico, apta para realizar turismo de aventura, deportes extremos	O2				●	
Proceso eruptivo del volcán Tungurahua	O3				●	
Carreteras en buenas condiciones	O4				●	
Baños obtuvo el premio Reina Sofía de Accesibilidad Universal a Municipios.	O5					●
Competencia desleal por parte de otras Operadoras Turística.	A1		●			
Enganchadores.	A2	●				
Erupción intermitente del volcán Tungurahua.	A3		●			
Prohibición por parte de autoridades a recorrer por los atractivos turísticos dentro del casco urbano.	A4		●			
Catástrofes Naturales.	A5	●				
<b>TOTAL</b>		<b>2</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
<b>PORCENTAJE</b>		<b>20%</b>	<b>30%</b>		<b>30%</b>	<b>20%</b>

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>EMF.07 6/10</b>
<b>ELABORACIÓN DE LA MATRIZ FODA</b>	

<b>ASPECTOS EXTERNOS CLAVES</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Calificación</b>	<b>Resultado ponderado</b>
Baños, ciudad turística.	0,1	5	0,5
La situación geográfica: Hace de Baños un corredor ecológico, apta para realizar turismo de aventura, deportes extremos, etc.	0,1	4	0,4
Proceso eruptivo del volcán Tungurahua	0,1	5	0,5
Carreteras en buenas condiciones	0,1	3	0,3
Baños obtuvo el premio Reina Sofía de Accesibilidad Universal a Municipios.	0,1	3	0,3
Competencia desleal por parte de otras Operadoras Turística.	0,1	2	0,2
Enganchadores	0,10	2	0,2
Erupción intermitente del volcán Tungurahua.	0,10	4	0,40
Prohibición por parte de autoridades a recorrer por los atractivos turísticos dentro del casco urbano.	0,1	2	0,2
Catástrofes Naturales.	0,1	4	0,4
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>34</b>	<b>3.34</b>

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>



<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>EMF.07 7/10</b>
<b>ELABORACIÓN DE LA MATRIZ FODA ANÁLISIS FODA</b>	

<b>ANÁLISIS DE RESULTADOS</b>		
<b>ASPECTOS</b>	<b>RESULTADO PONDERADO</b>	<b>ANÁLISIS</b>
<b>INTERNO S</b>	<b>3.35</b>	<p>Del análisis realizado, se observó que el resultado es de 3.35, lo cual nos indica que “CHEBASTOUR” Cía. Ltda., tiene más debilidades que fortalezas, las autoridades encargadas deben tomar decisiones muy relevantes, para el correcto funcionamiento de la empresa. Al aplicar un correcto control interno, constituirá una herramienta muy importante ya que con este distribuiría el trabajo a efectuar en el periodo establecido.</p> <p>Se deben minimizar las debilidades para volverlas oportunidades y así la institución tenga mayores fortalezas.</p>
<b>EXTERNO S</b>	<b>3.34</b>	<p>Del análisis realizado, se observó que el resultado es de 3.34 lo cual nos indica que “CHEBASTOUR” Cía. Ltda., tiene más oportunidades que amenazas, de manera que la institución, aproveche las oportunidades, y continúe con alianzas estratégicas de manera que la empresa sea competitivo en el mercado.</p>

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>EMF.07 8/10</b>
<b>ELABORACIÓN DE LA MATRIZ FODA ANÁLISIS DEL FODA</b>	

### **FORTALEZAS**

1. Empresa que opera en alianza estratégica con buses panorámicos de dos pisos, únicos en la ciudad, del año 2010, cuenta con los permisos pertinentes, tales como: Permiso de Operación otorgado por la Agencia Nacional de Tránsito.
2. Guías nativos acreditados por el Ministerio de Turismo, ya que para la guianza de la zona se requiere ser guía nativo, bilingüe, capacitado por el departamento de turismo del GADBAS, son capaces de llevar a los turistas por senderos con hermosos paisajes y seguros para ellos.
3. La ubicación de las oficinas se encuentra en puntos estratégicos, la principal se encuentra en la en la calle principal Ambato y Thomas Halflants, parte céntrica de la ciudad a 2 cuadras de la basílica, diagonal al mercado central, y la sucursal se encuentra en el terminal calle: Espejo y Thomas Halflants, a 3 cuadras del parque Palomino Flores, parque central de la ciudad.
4. +Dado al buen servicio, tiene gran captación de clientes tales como, hosterías, agencias de viajes, hoteles y restaurantes, tales como:
  - Hostería Samari Spa
  - Luna Runtún Adventure Spa
  - Hotel Sangay
  - Hostería Monte Selva,
5. El personal cuenta con una experiencia mínima de 2 años, para las diferentes áreas de trabajo, cuentan con certificados laborales y de capacitaciones lo garantiza las capacidades y habilidades de los empleados.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-072019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>EMF.07 9/10</b>
<b>ELABORACIÓN DE LA MATRIZ FODA ANÁLISIS DEL FODA</b>	

## **DEBILIDADES**

- 1.- Deficiente imagen corporativa, no se ha practicado un estudio de mercado para determinar las tendencias en el mercado y como se debe visualizar a la empresa en el mercado a fin de mejorar su posicionamiento y el incremento de los clientes atendidos.
- 2.- Ya que no cuenta con departamento de marketing, donde exista estrategias empresariales, donde la entidad se dé a conocer dentro y fuera de la ciudad.
- 3.- La oficina principal es pequeña dado que sus medidas es 30m2, medida que cumple con la ordenanza municipal, para las Operadoras de Turismo, donde no existe suficiente espacio para la distribución adecuada de los materiales y equipos, para los diferentes tours.
- 4.- Existe falta de un plan de capacitación, fijados en las deficiencias del personal en la atención al usuario.
- 5.- No existe un manual de funciones, establecido por los directivos, donde en junta administrativa establezcan para cada uno de los funcionarios de la empresa, donde se desarrolle de manera eficientemente la laborar encomendada.

## **OPORTUNIDADES**

- 1.- La ciudad de Baños es una ciudad turística, que abarca anualmente a más de 1 millón de turistas, según catastro del departamento de Turismo, de tal manera que existe aproximadamente 200 establecimientos turísticos, 70 Operadoras de Turismo, y 30 Spas.
- 2.- Baños se encuentra en medio de 2 parques nacionales el Parque Nacional Llanganates y el Parque Nacional Sangay, esto hace de Baños un corredor ecológico apto para realizar deportes de aventura como rafting; canyoning; escalada en roca; canopy, tarabita, etc.
- 3.- El proceso intermitente del volcán Tungurahua llama la atención de turistas nacionales y extranjeros, lleva ya en proceso eruptivo desde el año 1999.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-072019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>EMF.07 10/10</b>
<b>ELABORACIÓN DE LA MATRIZ FODA ANÁLISIS DEL FODA</b>	

- 4.- Las carreteras están en muy buen estado, al igual que los senderos ecológicos, tiempos de recreación para turistas nacionales y extranjeros. Siendo el caso de la vía al puyo, la ruta de las cascadas, sendero de la virgen, sendero ecológico de la cruz, sendero la casa del árbol, ojos del volcán, sendero de los contrabandistas (Agoyán).
- 5.- Baños obtuvo el premio Reina Sofía de Accesibilidad Universal, dominada en diciembre del año 2009, premio que fue entregado en la ciudad de Madrid, país España en marzo del año 2010. Donde Baños receptorá a turistas nacionales y extranjeros siendo una ciudad accesible para personas con capacidades especiales.

#### **AMENAZAS**

- 1.- La competencia desleal por parte de otras Operadoras de Turismo como bajarse los precios establecidos por el departamento de Turismo en las diferentes actividades.
- 2.- Los enganchadores, situados en el terminal terrestre, hacen que los turistas no lleguen hacia las agencias de viajes; establecimientos autorizados para realizar la operación turística.
- 3.- La erupción del Volcán Tungurahua, ahuyenta a turistas, ya que optan por otros lugares turísticos más seguros.
- 4.- Al no tener una ordenanza que permita, transitar por lugares turísticos dentro del casco urbano, para dar un servicio de calidad a clientes.
- 5.- Catástrofes Naturales, debido a la época invernal, existe deslizamiento de tierra.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-072019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.PERÍODO 2019</b>	<b>DCA.08 1/1</b>
<b>DEFINICIÓN DE COMPONENTES A SER AUDITADOS</b>	

Baños de Agua Santa, 21 de Agosto de 2019

Señor

Ing. Sebastián vega

GERENTE DE “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.

Presente,

Con un atento saludo, me dirijo a usted para informarle las siguientes cuentas a ser auditadas, luego del respectivo análisis, de los mismos para lo cual se solicitará la información pertinente en el momento previsto de los siguientes componentes:

- 1.- Adquisiciones
- 2.- Ventas, convenios con Instituciones, y programas de servicios turísticos a las diferentes opciones de tour como lo son:
- 3- Cascadas
- 4.-Mirador a la ciudad y el volcán

Con la atención que sabrá darle a la presente, reitero mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente,

---

Jessica Vega

AUDITORA

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>MPP.9 1/3</b>
<b>MEMORANDO DE PLANIFICACIÓN PRELIMINAR</b>	

<b>Entidad:</b> “CHEBASTOUR” Operadora de Turismo Cía. Ltda.	
<b>Tipo de Examen:</b> Auditoría de Gestión	
<b>Período:</b> 1 de enero al 31 de diciembre del 2019.	
<b>Preparado por:</b> <b>JV</b>	Fecha: 09/08/2019
<b>Revisado por:</b> <b>NM / PB</b>	Fecha: 28/10/2019
<b>1. REQUERIMIENTO DE LA AUDITORÍA</b>	
Realizar una auditoría de Gestión a “CHEBASTOUR” Operadora de Turismo Cía. Ltda. Con la finalidad de conocer el desempeño de sus actividades.	
<b>2. EQUIPO DE AUDITORÍA</b>	
Auditora	Jessica vega
<b>3. TIEMPO PRESUPUESTADOS</b>	
FASE I: Planificación preliminar	5 días laborables
FASE II: Planificación específica	10 días laborables
FASE III: Ejecución	30 días laborables
FASE IV: Comunicación de resultados	15 días laborables
<b>TOTAL</b>	<b>60 días laborables</b>
<b>4. RECURSOS FINANCIEROS Y MATERIALES</b>	
<b>4.1 Presupuesto</b>	
Movilización	20.00
Suministros	100.00
Varios	120.00
<b>TOTAL</b>	<b>240.00</b>
<b>5. ENFOQUE DE LA AUDITORÍA</b>	
<b>5.1 Enfoque a:</b>	
El alcance previsto de la auditoría de Gestión es conocer los niveles de eficiencia y eficacia de los componentes:	
Adquisición	
Ventas	

<b>ELABORADO POR:</b> <b>JV</b>	<b>FECHA:</b> <b>19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR:</b> <b>NM/PB</b>	<b>FECHA:</b> <b>19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>MPP.9 2/3</b>
<b>MEMORANDO DE PLANIFICACIÓN PRELIMINAR</b>	

<b>6. Trabajo a realizar por los auditores en las fases de auditoría:</b>		
<b>AUDITOR</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO</b>	<b>DÍAS</b>
<b>PROGRAMA DE PLANIFICACIÓN PRELIMINAR</b>		
<b>JV</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realice la carta de presentación.</li> <li>✓ Elabore la notificación de inicio de auditoría.</li> <li>✓ Realice la visita preliminar y entrevista al representante legal.</li> <li>✓ Solicite la información general.</li> <li>✓ Realice la evaluación de la estructura de la organización en base al informe COSO I.</li> <li>✓ Determinar los componentes a ser auditados.</li> <li>✓ Se emitió el informe de planificación preliminar.</li> <li>✓</li> </ul>	<b>5</b>
<b>PROGRAMA DE PLANIFICACIÓN ESPECIFICA</b>		
<b>JV</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aplicar evaluaciones de control interno a los componentes seleccionados.</li> <li>✓ Determinar el nivel de riesgo y confianza.</li> <li>✓ Diseñar los procedimientos a ser ejecutados.</li> <li>✓ Elaborar el memorándum de planificación específica.</li> </ul>	<b>10</b>
<b>PROGRAMA DE EJECUCIÓN</b>		
<b>JV</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aplicar indicadores de eficiencia al presupuesto.</li> <li>✓ Aplicar indicadores de eficiencia y eficacia al POA.</li> <li>✓ Verificar el cumplimiento de los requisitos para el ingreso del personal.</li> <li>✓ Elaborar los hallazgos.</li> </ul>	<b>40</b>

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>MPP.9 3/3</b>
<b>MEMORANDO DE PLANIFICACIÓN PRELIMINAR</b>	

<b>PROGRAMA DE COMUNICACIÓN DE RESULTADOS</b>		
<b>JV</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Notifique terminación del proceso de auditoría.</li> <li>✓ Elabore el informe final de auditoría con las respectivas conclusiones y recomendaciones.</li> </ul>	<b>15</b>
<b>TOTAL</b>		<b>60</b>
<p><b>Atentamente;</b></p>  <p><b>Jessica Vega</b> <b>Auditora.</b></p>		

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-08-2019</b>



**FASE II**  
**PLANIFICACIÓN ESPECÍFICA**

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>PV.01</b> <b>1/2</b>
<b>PROCESO DE VENTAS</b>	

N°	PREGUNTA	SI	NO	COMENTARIO
1	¿Se ha iniciado un proceso para recibir al cliente?	✓		Ⓢ
2	¿Existe suficiente información al cliente acerca de promociones y servicios?	✓		
3	¿La cartelera de tours es suficientemente clara para que el turista pueda conocer los lugares donde visitar?	✓		
4	¿La sala de espera tiene un ambiente tranquilo?		✓	Ⓢ Ⓢ
5	¿Existe un contrato de venta por la venta de un servicio?		✓	
6	¿La empresa emite facturas de todos los servicios?		✓	Ⓢ
7	¿El recepcionista está capacitado para resolver y aclarar inquietudes de los clientes?	✓		Ⓢ Ⓢ
8	¿La empresa tiene alternativas de pago para sus clientes?		✓	
9	¿El vendedor toma en cuenta políticas de cobro a clientes?		✓	Ⓢ Ⓢ
10	¿Existe un mapa de los lugares a visitar de las diferentes rutas?		✓	Ⓢ
11	¿El vendedor al final del día realiza arqueos de caja?			
12	¿El guía toma en cuenta el guion establecido por la empresa para los diferentes tours?			
13	¿El vendedor pasa la documentación necesaria de la venta del día al dpto., de contabilidad para la respectiva contabilidad?			
14	¿Existe un seguimiento a clientes después de realizar los servicios?			
15	¿Realizan la contabilidad pertinente cada fin de mes?			
16	¿Realizan con prontitud y eficacia la declaración de impuestos?			
	<b>TOTALES</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>Σ= 16</b>

Ⓢ = Hallazgo

Σ = Sumatoria

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>PV.01</b> <b>2/2</b>
<b>PROCESO DE VENTAS</b>	

Nivel de confianza = Calificación total / Ponderación Total \* 100

Nivel de confianza = 7 / 16 \* 100

Nivel de confianza = 43,75%

Nivel de riesgos = 100% - Nivel de confianza

Nivel de riesgos = 100% - 43,75%

Nivel de riesgos = 56.25% @

Nivel de confianza		
Bajo	Moderado	Alto
15% - 50%	51% - 75%	76% - 95%
85% - 50%	49% - 25%	24% - 5%
Alto	Moderado	Bajo
Nivel de riesgo		

### Análisis

Se puede determinar que la empresa maneja un 56,25% de Riesgo siendo este un nivel alto, mientras que se establece que presenta un 43,75% de confianza el cual es un nivel bajo, es decir que los procesos de ventas se están controlando de forma ineficiente en “CHEBASTOUR”

@ = Analizado

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-08-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 22-082019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>PA.01 1/2</b>
<b>PROCESO DE ADQUISICIÓN</b>	

Nº	PREGUNTA	SI	NO	COMENTARIO
1	¿Identificación de artículos en existencia, para los diferentes tours?	✓		
		✓		
2	¿Se revisa periódicamente el stock del inventario?		✓	Ⓢ
			✓	
3	¿Se escoge adecuadamente al proveer, de acuerdo a las políticas de la empresa?		✓	Ⓢ
			✓	
4	¿Existe un presupuesto para la adquisición de artículos para cada actividad?			Ⓢ
		✓		
5	¿Existe un convenio de compra que incluya garantías?		✓	Ⓢ
6	¿Existe fechas límites para la entrega de productos?	✓		
		✓		
7	¿Recibida la mercadería es verificada correctamente, junto con la orden de pedido?		✓	
8	¿Al existir anomalías en mercadería recibida, se toma las medidas respectivas para su devolución?	✓		Ⓢ
9	¿Se ingresa la mercadería al sistema de forma correcta?			
10	¿Se realiza un proceso de mantenimiento con la mercadería para las diferentes actividades?			
11	¿Se entrega las retenciones a tiempo oportuno?			
12	¿La forma de pago se procede de forma correcta conforme a las políticas establecidas?			
	<b>TOTALES</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>Σ= 12</b>

Ⓢ = Hallazgo

Σ = Sumatoria

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-08-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 22-08-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>PA.01</b> <b>2/2</b>
<b>PROCESO DE ADQUISICIÓN</b>	

Nivel de confianza = Calificación total / Ponderación Total \* 100

Nivel de confianza = 6 / 12 \* 100

Nivel de confianza = 50 %

Nivel de riesgos = 100% - Nivel de confianza

Nivel de riesgos = 100% - 50%

Nivel de riesgos = 50 % @

<b>Nivel de confianza</b>		
Bajo	Moderado	Alto
15% - 50%	51% - 75%	76% - 95%
85% - 50%	49% - 25%	24% - 5%
Alto	Moderado	Bajo
<b>Nivel de riesgo</b>		

### **Análisis**

Se puede determinar que la empresa maneja un 50% de Riesgo siendo este un nivel alto, mientras que se establece que presenta un 50% de confianza el cual es un nivel bajo, es decir que los procesos de adquisición se están manejando de una forma estable pero se mantiene en un estado en un nivel que podría generar inconvenientes si se presenta un descuido por lo que es necesario bajar el nivel de riesgo existente en “CHEBASTOUR”

@ = Analizado

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-08-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 22-08-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>NCRC.02 1/1</b>
<b>DETERMINACIÓN DE LOS NIVELES DE CONFIANZA Y RIESGO POR COMPONENTES.</b>	

N°	COMPONENTE	NIVEL DE CONFIANZA	NIVEL DE RIESGO
1	Adquisición	50 %	50 %
2	Ventas	43.75 %	56.25 %
	<b>PROMEDIO</b>	<b>46.88 %</b>	<b>53.12 % @</b>

Nivel de confianza		
Bajo	Moderado	Alto
15% - 50%	51% - 75%	76% - 95%
85% - 50%	49% - 25%	24% - 5%
Alto	Moderado	Bajo
Nivel de riesgo		

**Análisis:** De acuerdo al análisis realizado se puede determinar que en los procesos de adquisición y ventas en general la empresa “CHEBASTOUR” presenta un nivel de riesgo del 53,12% considerado como alto mientras que el nivel de confianza en ventas y adquisición del 46.88% considerado como bajo, por lo que se deben tomar las medidas necesarias para subir el nivel de confianza y reducir el de riesgo.

@ = Analizado

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>MRPE.03 1/1</b>
<b>MATRIZ DE RIESGO CON LOS COMPONENTES A EJECUTARSE.</b>	

N°	COMPONENTE	RIESGO	OBSERVACIONES	ENFOQUE DE AUDITORÍA	
				PRUEBAS DE CUMPLIMIENTO	PRUEBAS SUSTANTIVAS
<b>1</b>	<b>ADQUISICIÓN</b>	Alto	No se cumple con el proceso de adquisición	Verificar que se cumpla el proceso de adquisición en su totalidad.	Aplicar indicadores de gestión al proceso de adquisición.
<b>2</b>	<b>VENTAS</b>	Alto	No se cumple con el proceso de ventas	Verificación el cumplimiento del proceso de ventas de la empresa	Aplicar indicadores de gestión al proceso de ventas.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 22-08-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 25-08-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>MICI.04 1/4</b>
<b>MATRIZ INFORME DE CONTROL INTERNO</b>	

Baños de Agua Santa, 25 de septiembre de 2019

Señor

Ing. Sebastián Vega

**GERENTE GENERAL DE “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA.  
LTDA.**

De mi consideración

Se ha efectuado la evaluación de los cinco componentes de control interno, examinados en la planificación específica detallados a continuación.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 22-08-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 25-08-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>MICI.04 2/4</b>
<b>MATRIZ DE INFORME DE CONTROL INTERNO</b>	

N°	COMPONENTE	RIESGO DE CONTROL	OBSERVACIONES	ENFOQUE DE AUDITORÍA	
				PRUEBAS DE CUMPLIMIENTO	PRUEBAS SUSTANTIVAS
1	AMBIENTE DE CONTROL	Alto	Al no contar con un manual de funciones, hace que exista incumplimiento en las diferentes áreas de funciones, de los empleados, donde dé a conocer mis responsabilidades a cumplir.	Verificar el manual de funciones de los funcionarios.	Implementar un manual de funciones para el cumplimiento de responsabilidades de los empleados.
2	VALORACIÓN DE RIESGOS	Moderado	La Dirección, no cuenta con un procedimiento para evitar inconvenientes en la empresa, y los objetivos de la entidad sean logrados	Verificación de Indicadores de Cumplimiento.	Establecer indicadores que permitan el logro de objetivos.
3	ACTIVIDADES DE CONTROL	Moderado	Los procedimientos de control no aseguran que las tareas asignadas a cada integrante de la entidad se cumplan en su totalidad.	Control y verificación de tareas asignadas.	Dar cumplimiento a las funciones a cada uno de los integrantes de la entidad.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 22-08-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 25-08-2019</b>



<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>MICL04 3/4</b>
<b>MATRIZ DE INFORME DE CONTROL INTERNO</b>	

N°	COMPONENTE	RIESGO DE CONTROL	OBSERVACIONES	ENFOQUE DE AUDITORÍA	
				PRUEBAS DE CUMPLIMIENTO	PRUEBAS SUSTANTIVAS
4	INFORMACION Y COMUNICACION	Alto	La Información detallada no se suministra por los directivos a los diferentes niveles.	Controlar la información detallada a cada nivel y verificar el manual de funciones.	Verificar la Información detallada
			Cada integrante de “CHEBASTOUR” Cía. Ltda., no conoce sus objetivos de su propia actividad como sus deberes y obligaciones.		Elaborar un Manual de Funciones acorde a la Empresa.
5	MONITOREO	Alto	No existe controles que previenen o detectan ciertos problemas	Verificación de Indicadores de Cumplimiento .	Establecer indicadores que permitan el logro de objetivos.
			No existe controles que muestre la satisfacción o queja de clientes después de realizar el tour		Implementar indicadores que permitan evaluar el cumplimiento de las actividades.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-07-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>MICI.04 4/4</b>
<b>MATRIZ INFORME DE CONTROL INTERNO</b>	

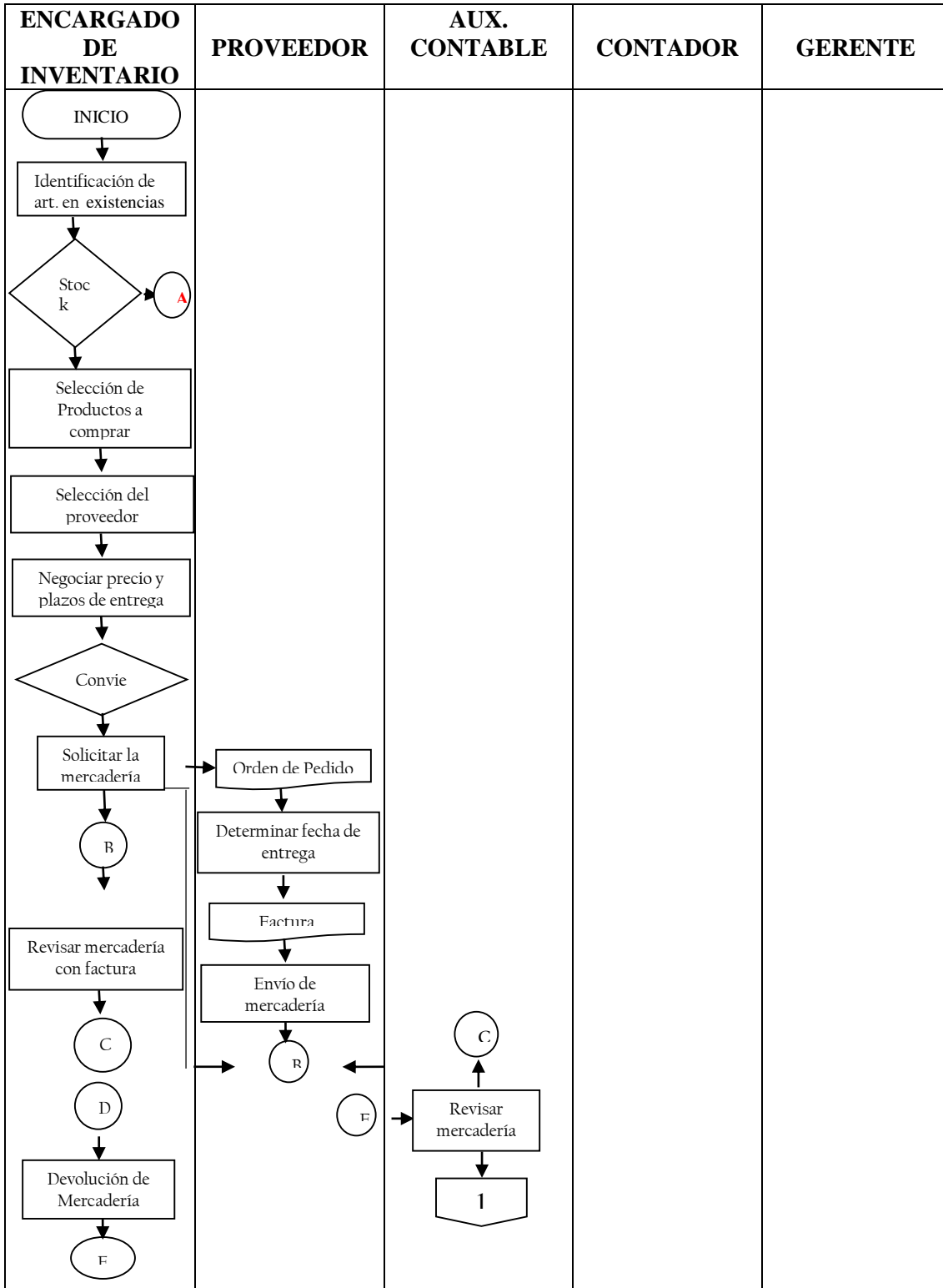
N °	COMPON ENTE	RIES GO	OBSERVACIO NES	ENFOQUE DE AUDITORÍA	
				PRUEBAS DE CUMPLIMIENT O	PRUEBAS SUSTANTIVAS
6	ADQUISIC IÓN	Alto	No se cumple con el proceso de adquisición	Verificar que se cumpla los procesos de adquisición en su totalidad.	Aplicar indicadores de gestión al proceso de adquisición.
7	VENTAS	Alto	No se cumple con el proceso de ventas	Verificación el cumplimiento del proceso de ventas de la empresa	Aplicar indicadores de gestión al proceso de ventas.

Atentamente,  
Jessica Vega  
**AUDITORA**

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 22-08-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 25-082019</b>

**FASE III  
EJECUCIÓN**

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>VPA.01 1/3</b>
<b>VERIFICACION DEL PROCESO DE ADQUISICIÓN</b>	





<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>VPA.01 3/3</b>
<b>VERIFICACIÓN DEL PROCESO DE ADQUISICIÓN</b>	

No.	Detalle	Si	No	Observación
1	Identificar los artículos en existencias, para cada tour.	10	0	
2	Revisar periódicamente el stock del inventario	10	0	
3	Escoger adecuadamente al proveedor, de acuerdo a las políticas de la empresa	2	8	Ⓢ
4	Acogerse al presupuesto para realizar la compra	10	0	
5	Realizar convenios de compra de incluya garantías	5	5	Ⓢ
6	Establecer fechas límites de entrega de mercadería	10	0	
7	Verificar la mercadería junto con la orden de pedido	10	0	
8	Tomar las medidas respectivas para realizar las devoluciones	10	0	
9	Ingresar al sistema el inventario de forma correcta	10	0	
10	Realizar el respectivo mantenimiento de la mercadería	10	0	
11	Entregar a tiempo oportuno las retenciones	5	5	Ⓢ
12	Realizar de forma correcta conforme a las políticas de la empresa los respectivos pagos a proveedores	10	0	
	<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>18</b>	<b>Σ= 120</b>

Ⓢ = Hallazgo

Σ = Sumatoria

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 28-08-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-09-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>IGA.02 1/1</b>
<b>INDICADOR DE GESTIÓN A LA ADQUISICIÓN</b>	

1.- Total de Capacitaciones al personal en el área de adquisición durante el período 2019.

Total de capacitaciones durante el año: 6

Total de Capacitaciones planificadas: 12

Estándar: 12

Temporalidad: mensual

Capacitaciones ejecutadas x 100

Índice =  $\frac{\text{Capacitaciones ejecutadas} \times 100}{\text{Capacitaciones planificadas}}$

6 x 100

Índice =  $\frac{6 \times 100}{12}$

12

Índice = 50 %

Brecha = 100% - Índice

Brecha= 100 % - 50 %

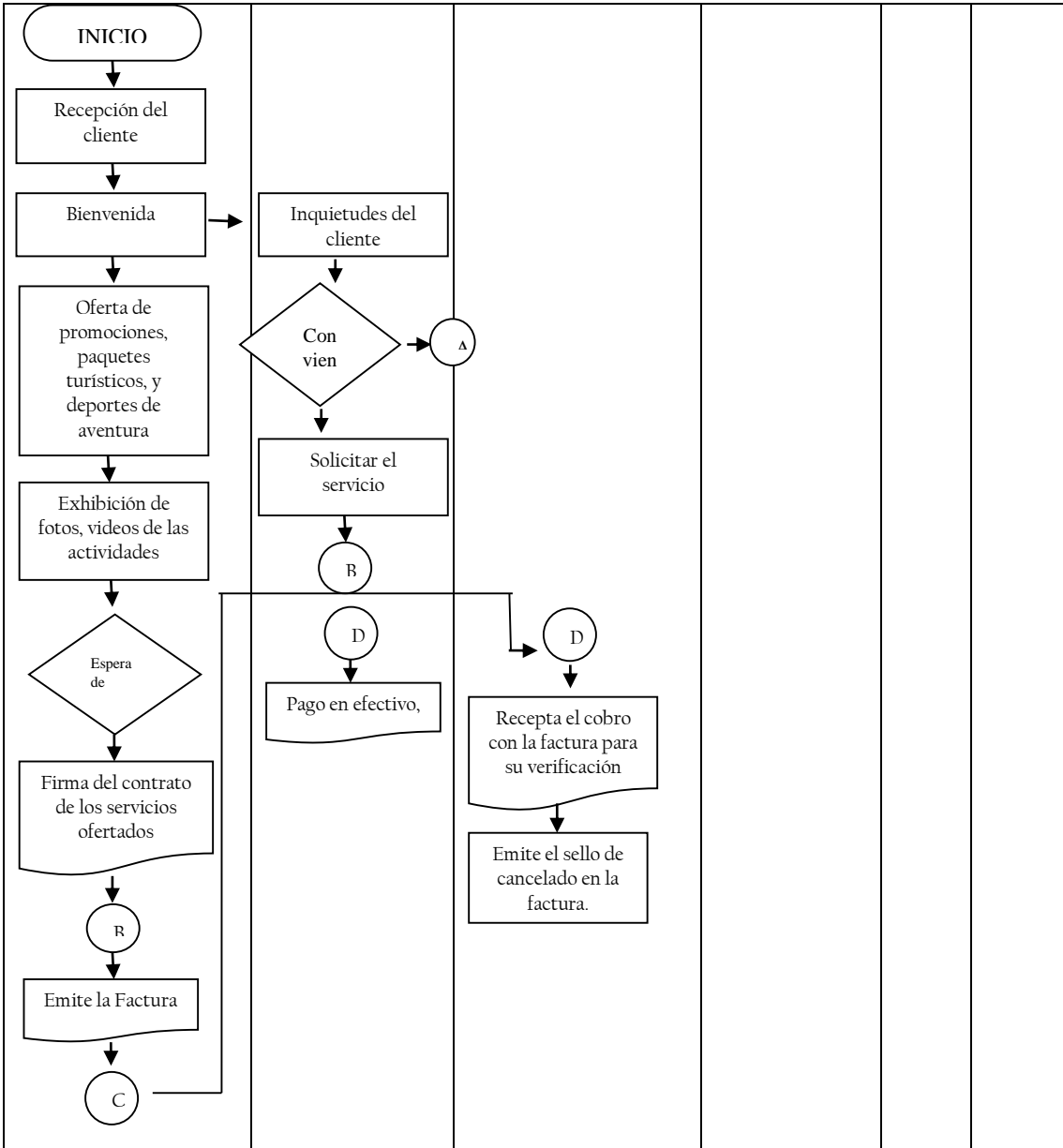
Brecha:= 50 %

**Análisis:**

Durante el período 2019 se han realizado 6 capacitaciones, que representa el 50% del total planificado, siendo este el motivo de un bajo índice en el desempeño laboral, puesto que la falta de capacitación es causa de que el personal trabaje de manera ineficaz e ineficientemente.

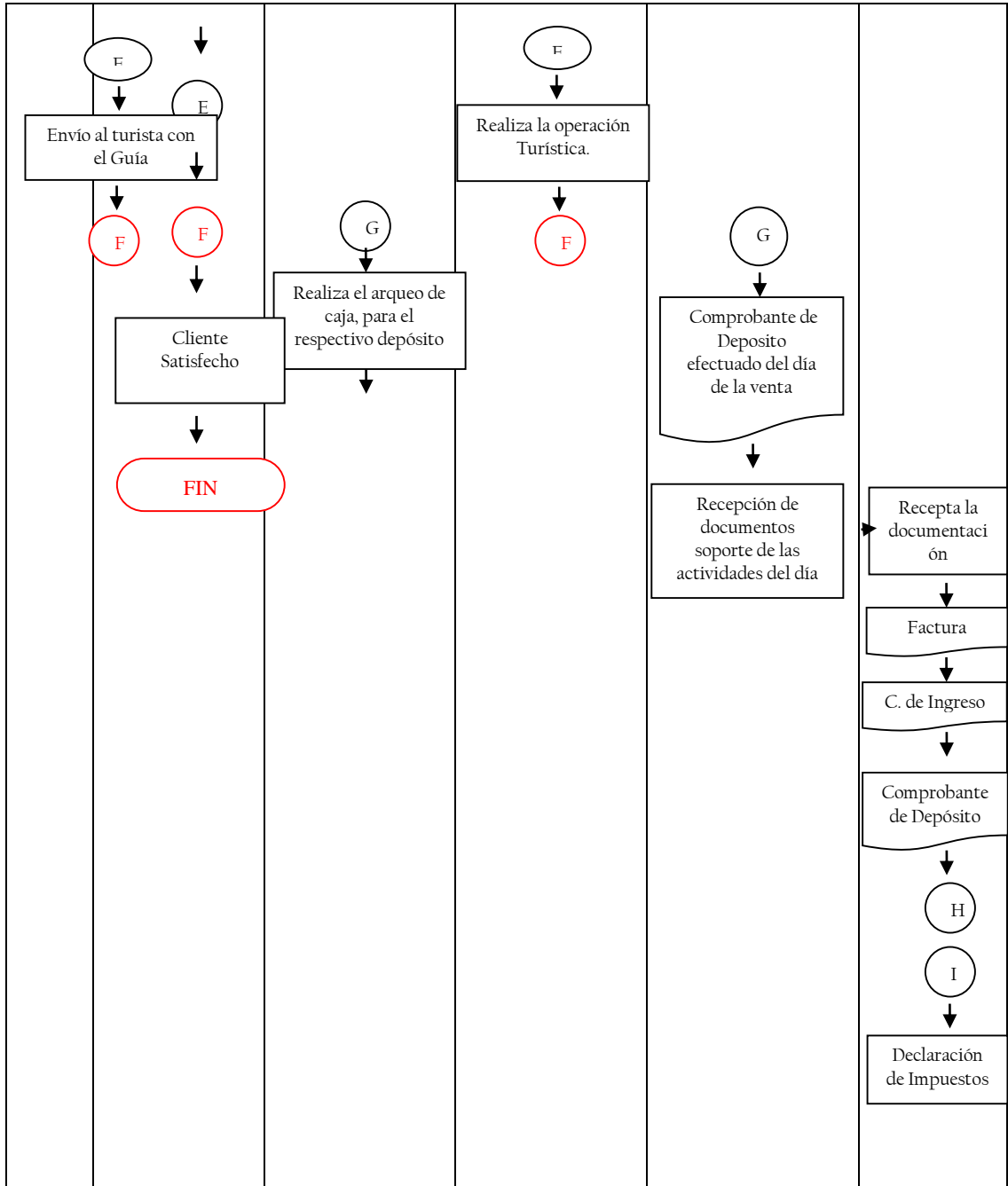
<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 28-08-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-09-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A CHEBASTOR OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>VPV.03 1/3</b>
<b>VERIFICACIÓN DEL PROCESO DE VENTAS</b>	



<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 01-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-09-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>VPV.03 2/3</b>
<b>VERIFICACIÓN DEL PROCESO DE VENTAS</b>	



**Figura 2-1.** Verificación del proceso de ventas

Fuente: Chebastour Cía. Ltda.

Elaborado por: Vega J. (2021)

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA:01-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-092019</b>



<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>VPV.03 3/3</b>
<b>VERIFICACIÓN DEL PROCESO DE VENTAS</b>	

No.	Detalle	Si	No	Observación
1	Brindar una calurosa bienvenida al cliente	10	0	
2	Brindar al cliente suficiente información de los servicios a ofertar	10	0	
3	Tener suficiente publicidad.	5	5	⊕
4	Tener la sala de espera ordenada.	10	0	
5	Entregar el contrato de venta	5	5	⊕
6	Emitir factura	10	0	
7	Brindar alternativas de pago para el cliente.	10	0	
8	Enviar al cliente con el guía para la operación turística.	10	0	
9	Tomar en cuenta el guion establecido por la empresa para los diferentes tours.	10	0	
10	Realizar el seguimiento al cliente después de realizar los servicios.	10	0	
11	Realizar arqueos de caja al final del día	10	0	
12	Entregar al final del día la documentación respectiva al Departamento de Contabilidad.	10	0	
	<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>10</b>	<b>Σ = 120</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Jessica Vega

⊕ = Hallazgo

Σ = Sumatoria

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 01-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-09-2019</b>

<b>AUDITORIA DE GESTIÓN A LA EMPRESA “CHEBASTOUR” CIA. LTDA. DEL PERIODO 2019</b>	<b>IGPV.04 1/6</b>
<b>INDICADORES DE GESTIÓN DEL PROCESO DE VENTAS</b>	

1.- Total de personas atendidas con servicios turísticos Cascadas y Mirador de la ciudad período 2019.

**DATOS:**

Total de personas ejecutadas:

MES	N° TURISTAS ATENDIDOS POR MES
Enero	3852
Febrero	4012
Marzo	2908
Abril	3556
Mayo	2789
Junio	1198
Julio	2934
Agosto	3945
Septiembre	3978
Octubre	1198
Noviembre	1105
Diciembre	1508
<b>TOTALES</b>	<b>32.983</b>

En base al cuadro anterior se determina que la empresa maneja un promedio mensual de 2.749 personas, y se estableció como objetivo de crecimiento mensual un 25% equivalente a 825 personas por mes para este servicio, como se muestra a continuación.

MES	PERSONAS PLANIFICADAS (META 25%)
<b>2.749 + 825 = 3.574</b>	
Enero	3.574
Febrero	3.574
Marzo	3.574
Abril	3.574
Mayo	3.574
Junio	3.574
Julio	3.574
Agosto	3.574
Septiembre	3.574
Octubre	3.574
Noviembre	3.574
Diciembre	3.574
<b>TOTALES</b>	<b>42.888</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>IGPV.04 2/6</b>
<b>INDICADORES DE GESTIÓN DEL PROCESO DE VENTAS</b>	

Temporalidad: Anual

$$\text{Índice} = \frac{\text{Personas ejecutadas x 100}}{\text{Personas planificadas}}$$

$$\text{Índice} = \frac{32.983 \times 100}{42.888}$$

$$\text{Índice} = 76,90 \%$$

$$\text{Brecha} = 100\% - \text{Índice}$$

$$\text{Brecha} = 100\% - 76,90 \%$$

$$\text{Brecha} = 23.10\%$$

**Análisis:**

Según el indicador de gestión existe un incumplimiento del 23,10 % no alcanzado en la meta de planificación de captación de turistas según el año de estudio. Y un índice alcanzado del 76,90 %.

**Indicadores de gestión de ventas en general**

$$\text{Eficacia anual en ventas} = \frac{\text{Total clientes que compraron}}{\text{Total clientes de la empresa}} \times 100$$

$$\text{Eficacia anual en ventas} = \frac{32.983}{42.890} \times 100 = 76,90 = 76,90\% \text{ de los clientes compraron el servicio}$$

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 01-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-09-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>IGPV.04 3/6</b>
<b>INDICADORES DE GESTIÓN DEL PROCESO DE VENTAS</b>	

2.- Total de servicios prestados a turistas en la Ruta de las Cascadas

**DATOS:**

Total de personas ejecutadas:

MES	N° TURISTAS ATENDIDOS POR MES
Enero	2852
Febrero	3397
Marzo	1856
Abril	1279
Mayo	1322
Junio	844
Julio	1655
Agosto	2005
Septiembre	2356
Octubre	865
Noviembre	719
Diciembre	877
<b>TOTALES</b>	<b>20.027</b>

En base al cuadro anterior se determina que la empresa maneja un promedio mensual de 1.669 personas, y se estableció como objetivo de crecimiento mensual un 25% equivalente a 417 personas por mes para este servicio, como se muestra a continuación.

Total de personas planificadas (Meta):

MES	PERSONAS PLANIFICADAS (META 25%)
<b>1.669 + 417 = 2.086</b>	
Enero	2.086
Febrero	2.086
Marzo	2.086
Abril	2.086
Mayo	2.086
Junio	2.086
Julio	2.086
Agosto	2.086
Septiembre	2.086
Octubre	2.086
Noviembre	2.086
Diciembre	2.086
<b>TOTALES</b>	<b>25.032</b>

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 01-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-09-2019</b>

<b>AUDITORIA DE GESTIÓN A LA EMPRESA “CHEBASTOUR” CIA. LTDA. DEL PERIODO 2019</b>	<b>IGPV.04 4/6</b>
<b>INDICADORES DE GESTIÓN DEL PROCESO DE VENTAS</b>	

Temporalidad: Anual

$$\text{Índice} = \frac{\text{Personas ejecutadas x 100}}{\text{Personas planificadas}}$$

$$\text{Índice} = \frac{20.027 \times 100}{25.032}$$

$$\text{Índice} = 80,01 \%$$

Brecha: 100% - Índice

Brecha: 100 % - 80,01 %

Brecha: 19,99 %

#### **Análisis:**

Durante el período se registra un índice del 80,01 % de cumplimiento de incremento de turistas al tour a las cascadas, y una brecha de 19.99 % de incumplimiento de metas trazadas en ventas.

#### **Indicadores de gestión de ventas en el servicio “Ruta de las cascadas”**

$$\text{Eficacia anual en ventas} = \frac{\text{Total clientes que compraron}}{\text{Total clientes de la empresa}} \times 100$$

$$\text{Eficacia anual en ventas} = \frac{20.027}{42.890} \times 100 = 46,69 = 46,69\% \text{ compraron el servicio Ruta de las cascadas}$$

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 01-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-09-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>IGPV.04 5/6</b>
<b>INDICADORES DE GESTIÓN DEL PROCESO DE VENTAS</b>	

3.- Total de servicios prestados a turistas en la Ruta al mirador de la ciudad y el volcán

**DATOS:**

Total de personas ejecutadas:

MES	Nº TURISTAS ATENDIDOS POR MES
Enero	882
Febrero	1004
Marzo	1003
Abril	1200
Mayo	877
Junio	1221
Julio	1734
Agosto	1112
Septiembre	408
Octubre	189
Noviembre	2151
Diciembre	1175
<b>TOTALES</b>	<b>12.956</b>

En base al cuadro anterior se determina que la empresa maneja un promedio mensual de 1.080 personas, y se estableció como objetivo de crecimiento mensual un 25% equivalente a 270 personas por mes para este servicio, como se muestra a continuación.

MES	PERSONAS PLANIFICADAS (META 25%)
<b>1080 +270 = 1.350</b>	
Enero	1.350
Febrero	1.350
Marzo	1.350
Abril	1.350
Mayo	1.350
Junio	1.350
Julio	1.350
Agosto	1.350
Septiembre	1.350
Octubre	1.350
Noviembre	1.350
Diciembre	1.350
<b>TOTALES</b>	<b>16.500</b>

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA:01-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-092019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>IGPV.04 6/6</b>
<b>INDICADORES DE GESTIÓN DEL PROCESO DE VENTAS</b>	

Temporalidad: Anual

$$\text{Índice} = \frac{\text{Personas ejecutadas x 100}}{\text{Personas planificadas}}$$

$$\text{Índice} = \frac{12.956 \times 100}{16.500}$$

$$\text{Índice} = 78,52 \%$$

Brecha: 100% - Índice

Brecha: 100 % - 78,52 %

Brecha: 21.48 %

#### **Análisis:**

Existe un cumplimiento en la meta trazada del 78,52 %, y un índice de incumplimiento de 21,48 %, dado que el personal con las metas trazadas, tiene una orientación a seguir de manera eficiente.

#### **Indicadores de gestión de ventas del servicio “Ruta al mirador”**

$$\text{Eficacia anual en ventas} = \frac{\text{Total clientes que compraron}}{\text{Total clientes de la empresa}} \times 100$$

$$\text{Eficacia anual en ventas} = \frac{12.956}{42.890} \times 100 = 30,21 = 30,21\% \text{ compraron el servicio Ruta del mirador}$$

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 01-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 19-09-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>HA.05 1/7</b>
<b>HALLAZGOS DE LA AUDITORÍA</b>	

**Título:** Cumplimiento parcial de Adquisiciones

**Condición:** Verificando el componente adquisiciones se determinó que la empresa cumplió tan solo con el 50 % del proceso, dado que no efectuó con los siguientes pasos.

- 1.- Escoger adecuadamente al proveedor, de acuerdo a las políticas de la empresa.
- 2.- Acogerse al presupuesto para realizar la compra.
- 3.- Realizar convenios de compra de incluya garantías.
- 4.- Verificar la mercadería junto con la orden de pedido.
- 5.- Realizar de forma correcta conforme a las políticas de la empresa los respectivos pagos a proveedores.
- 6.- Establecer fechas límites de entrega de mercadería.

**Criterio:** Dentro del proceso de adquisiciones se han verificado los siguientes pasos que son:

- 1.- Identificar los artículos en existencias, para cada tour.
- 2.- Revisar periódicamente el stock del inventario
- 3.- Escoger adecuadamente al proveedor, de acuerdo a las políticas de la empresa
- 4.- Acogerse al presupuesto para realizar la compra
- 5.- Realizar convenios de compra de incluya garantías
- 6.- Establecer fechas límites de entrega de mercadería
- 7.- Verificar la mercadería junto con la orden de pedido
- 8.- Tomar las medidas respectivas para realizar las respectivas devoluciones
- 9.- Ingresar al sistema el inventario de forma correcta
- 10.- Realizar el respectivo mantenimiento de la mercadería
- 11.- Entregar a tiempo oportuno las retenciones
- 12.- Realizar de forma correcta conforme a las políticas de la empresa los respectivos pagos a proveedores.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 28-092019</b>



<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>HA.05</b> <b>2/7</b>
<b>HALLAZGOS DE LA AUDITORÍA</b>	

**Causa:** El gerente no supervisa periódicamente el cumplimiento de las actividades de los colaboradores.

**Efecto:** Existe un 50 % de incumplimiento.

### Indicadores de gestión

#### Facturas de compra de insumos que cumplen con todos los requisitos

$$\begin{array}{l}
 \text{Adquisiciones} = \frac{\text{Facturas de compra de insumos que cumplen con todos los requisitos}}{\text{Total de facturas de compra revisadas}} \\
 \times 100 \\
 \\
 \text{Adquisiciones} = \frac{6}{12} \times 100 = 50 = 50\% \text{ de las facturas revisadas cumplen con todos} \\
 \text{los requisitos.}
 \end{array}$$

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 28-09-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>HA.05 3/7</b>
<b>HALLAZGOS DE LA AUDITORÍA</b>	

**Título:** Cumplimiento parcial del proceso de ventas.

**Condición:** Verificando el componente ventas se determinó que cumplió con el 70,90% del proceso, dado que los pasos que no se cumplió son:

- 1.- Tener suficiente publicidad
- 2.- Entregar el contrato de venta
- 3.- Tomar en cuenta el guion establecido por la empresa para los diferentes tours
- 4.- Entregar al final del día la documentación respectiva al dpto., de contabilidad
- 5.- Realizar el seguimiento al cliente después de realizar los servicios

**Criterio:** Dentro del proceso ventas se han verificado los siguientes pasos que son:

- 1.- Brindar una calurosa bienvenida al cliente
- 2.- Brindar al cliente suficiente información de los servicios a ofertar
- 3.- Tener suficiente publicidad.
- 4.- Tener la sala de espera ordenada.
- 5.- Entregar el contrato de venta
- 6.- Emitir factura
- 7.- Realizar arqueos de caja al final del día
- 8.- Tomar en cuenta el guion establecido por la empresa para los diferentes tours.
- 9.- Entregar al final del día la documentación respectiva al dpto., de contabilidad.
- 10.- Realizar el seguimiento al cliente después de realizar los servicios.
- 11.- Enviar al cliente con el guía para la operación turística.
- 12.- Brindar alternativas de pago para el cliente.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 28-09-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.PERÍODO 2019</b>	<b>HA.05 4/7</b>
<b>HALLAZGOS DE LA AUDITORÍA</b>	

**Causa:** El Gerente no supervisa periódicamente el cumplimiento de las actividades de los colaboradores.

**Efecto:** Existe un 23,10 % de incumplimiento.

### Indicadores de gestión

$$\begin{aligned}
 \text{Eficacia anual en ventas} &= \frac{\text{Total clientes que compraron}}{\text{Total clientes de la empresa}} \times 100 \\
 &= \frac{32.983}{42.890} \times 100 = 76,90 = 76,90\% \text{ de los clientes compraron el servicio}
 \end{aligned}$$

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 28-092019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.PERÍODO 2019</b>	<b>HA.05 5/7</b>
<b>HALLAZGOS DE LA AUDITORÍA</b>	

**Título: Incumplimiento de metas**

**Condición:** Verificando los históricos de la empresa se determina que en el periodo 2019 la operadora de turismo “CHEBASTOUR” muestra un total de manejo y captación de clientes en los servicios turísticos de la “Ruta de las Cascadas” y “El mirador a la ciudad” de 32.983 turistas, cantidad que se considera el punto de partida para la auditoría.

**Criterio:** Para el correcto manejo de los recursos se plantean metas para el siguiente periodo por lo que se fija una meta a alcanzar de 42.888 clientes equivalente al 25% del total del periodo anterior, logrando alcanzar un 76,90% de cumplimiento.

**Causa:** Existen puntos negativos los cuales fueron la causa de no alcanzar el 100% de las metas dentro de estos puntos se consideran por ejemplo el no haber realizado una nueva campaña publicitaria para mejorar la recepción de visitantes.

**Efecto:** El evidente efecto o consecuencia de este mal proceso en la empresa se evidencia al determinar un incumplimiento de las metas trazadas de un 23,10%.

**Indicador de gestión**

**Incumplimiento anual en ventas = % de Cumplimiento – 100%**

**Incumplimiento anual en ventas = 76,90% – 100%**

**Incumplimiento anual en ventas = 23,10% de los clientes no concretaron la compra**

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA:20-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 28-092019</b>

<b>AUDITORIA DE GESTIÓN A LA EMPRESA “CHEBASTOUR” CIA. LTDA. DEL PERIODO 2019</b>	<b>HA.05 6/7</b>
<b>HALLAZGOS DE LA AUDITORÍA</b>	

**Título: Incumplimiento de meta, en captación de clientes en el servicio Ruta de las Cascadas.**

**Condición:** Verificando los históricos de la empresa se determina que en el periodo 2019 la operadora de turismo “CHEBASTOUR” muestra un total de manejo y captación de clientes específicamente en el servicio turístico de la “Ruta de las Cascadas” de 20.027 turistas, cantidad que se considera el punto de partida para la auditoría de este servicio exclusivamente.

**Criterio:**

Para el correcto manejo de los recursos se plantean metas para el siguiente periodo, por lo que se fija una meta a alcanzar de 25.032 clientes equivalente al 25% del total del periodo anterior, logrando alcanzar un 80,01% de cumplimiento.

**Causa:**

La causa más probable del porcentaje de incumplimiento es la falta de publicidad y Marketing, además durante los meses junio y julio se registra un fuerte invierno, lo cual produjo el deslizamiento de tierra en la vía “Ruta de las cascadas” lo cual produjo la cancelación de los tours en algunos horarios.

**Efecto:**

Incumplimiento del 19,99 % en la meta trazada.

**Indicador de gestión “Ruta de las cascadas”**

**Incumplimiento anual en ventas = % de Cumplimiento – 100%**

**Incumplimiento anual en ventas = 80,01% – 100%**

**Incumplimiento anual en ventas = 19,99% de los clientes no concretaron la compra**

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 28-09-2019</b>

<b>AUDITORIA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>HA.05 7/7</b>
<b>HALLAZGOS DE LA AUDITORÍA</b>	

**Título:** Incumplimiento de meta trazada en el servicio de la “Ruta al Mirador a la ciudad y el volcán”.

**Condición:**

Verificando los históricos de la empresa se determina que en el periodo 2019 la operadora de turismo “CHEBASTOUR” muestra un total de manejo y captación de clientes específicamente en el servicio turístico de la “Ruta al Mirador a la ciudad y el volcán” de 12.956 turistas, cantidad que se considera el punto de partida para la auditoría de este servicio exclusivamente.

**Criterio:**

Para el correcto manejo de los recursos se plantean metas para el siguiente periodo, por lo que se fija una meta a alcanzar de 16.500 clientes equivalente al 25% del total del periodo anterior, logrando alcanzar un 78,52% de cumplimiento.

**Causa:**

Por la atracción del volcán Tungurahua y el paisaje único de la ciudad de Baños ha sido un factor importante para la captación de turistas nacionales y extranjeros.

**Efecto:**

Incumplimiento de la meta trazada del 21,48 %.

**Indicadores de gestión “Ruta al mirador”**

**Incumplimiento anual en ventas = % de Cumplimiento – 100%**

**Incumplimiento anual en ventas = 78,52% – 100%**

**Incumplimiento anual en ventas = 21,48% de los clientes no concretaron la compra**

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 28-09-2019</b>

**FASE IV**

**COMUNICACIÓN DE RESULTADOS**

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>NFA.01 1/1</b>
<b>NOTIFICACIÓN FINAL DE AUDITORIA</b>	

Riobamba, 03 de Octubre de 2019

Señor

Ing. Sebastián Vega

GERENTE GENERAL DE “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA.  
PRESENTE

De mi consideración,

Por medio de la presente extendiendo un cordial saludo, y a la vez notificarle el Final de Auditoría de Gestión a tal distinguida Institución, en el área del departamento de ventas, marketing, y talento humano, por el período comprendido entre el 01 de enero al 31 de diciembre del año 2019.

Por su atención prestada a este pedido, de antemano reitero mi más sincero agradecimiento.

Atentamente

---

Jessica Vega

**AUDITORA**

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>IFA.02 1/8</b>
<b>INFORME FINAL DE AUDITORÍA</b>	

## CAPÍTULO I: INFORMACIÓN INTRODUCTORIA

### **Motivo de la auditoría**

El motivo primordial del desarrollo de la Auditoría de Gestión es emitir un informe del grado en el que se encuentra la Empresa “CHEBASTOUR” Cía. Ltda., y determinar si se han cumplido adecuadamente los deberes y atribuciones a ellos encomendados.

### **Objetivo de la auditoría**

Ejecutar una Auditoría de gestión a “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA., período 2019, emitiendo una opinión razonable en cuanto a la eficacia y eficiencia en el logro de los objetivos, en el desarrollo de sus operaciones y cumplimiento de normativa interna.

### **Alcance del examen**

La auditoría de gestión aplicada a la operadora de turismo “CHEBASTOUR” comprende el estudio y análisis sobre la optimización y buen uso de los recursos en las operaciones realizadas en la institución.

### **Misión**

Realizamos actividades turísticas, garantizando un estándar de calidad en nuestros servicios, buscando la superación día a día sirviendo con personal profesional e idóneo, en constante preparación, para así brindar al cliente un servicio de calidad

### **Visión**

Optimizar los recursos y el tiempo de nuestros clientes; mediante la honestidad, el profesionalismo, la tecnología y trayectoria, para alcanzar ser reconocidos como operadores turísticos líderes, en la operación directa de actividades de aventura y otros servicios afines a la actividad turística que se desarrolla en la ciudad Baños de Agua Santa.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 28-09-2019</b>



<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>IFA.02 2/8</b>
<b>INFORME FINAL DE AUDITORÍA</b>	

## CAPÍTULO II: HALLAZGOS

### 1. **Título:** Cumplimiento parcial de Adquisiciones

**Condición:** Verificando el componente adquisiciones se determinó que la empresa cumplió tan solo con el 50 % del proceso, dado que no efectuó con los siguientes pasos.

- 1.- Escoger adecuadamente al proveedor, de acuerdo a las políticas de la empresa.
- 2.- Acogerse al presupuesto para realizar la compra.
- 3.- Realizar convenios de compra que incluya garantías.
- 4.- Verificar la mercadería junto con la orden de pedido.
- 5.- Realizar de forma correcta conforme a las políticas de la empresa los respectivos pagos a proveedores.
- 6.- Establecer fechas límites de entrega de mercadería.

**Criterio:** Dentro del proceso de adquisiciones se han verificado los siguientes pasos que son:

- 1.- Identificar los artículos en existencias, para cada tour.
- 2.- Revisar periódicamente el stock del inventario
- 3.- Escoger adecuadamente al proveedor, de acuerdo a las políticas de la empresa
- 4.- Acogerse al presupuesto para realizar la compra
- 5.- Realizar convenios de compra de incluya garantías
- 6.- Establecer fechas límites de entrega de mercadería
- 7.- Verificar la mercadería junto con la orden de pedido
- 8.- Tomar las medidas respectivas para realizar las respectivas devoluciones
- 9.- Ingresar al sistema el inventario de forma correcta
- 10.- Realizar el respectivo mantenimiento de la mercadería
- 11.- Entregar a tiempo oportuno las retenciones
- 12.- Realizar de forma correcta conforme a las políticas de la empresa los respectivos pagos a proveedores.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 28-092019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>IFA.02 3/8</b>
<b>INFORME FINAL DE AUDITORÍA</b>	

**Causa:** El gerente no supervisa periódicamente el cumplimiento de las actividades de los colaboradores.

**Efecto:** Existe un 50 % de incumplimiento.

**Indicadores de gestión**

**Facturas de compra de insumos que cumplen con todos los requisitos**

**Adquisiciones =** \_\_\_\_\_ **x 100**  
**Total de facturas de compra revisadas**

**Adquisiciones =**  $\frac{6}{12} \times 100 = 50 = 50\%$  **cumplen con todos los requisitos.**

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 28-09-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019.</b>	<b>IFA.02 4/8</b>
<b>INFORME FINAL DE AUDITORÍA</b>	

**2. Título:** Cumplimiento parcial del proceso de ventas.

**Condición:** Verificando el componente ventas se determinó que cumplió con el 70,90% del proceso, dado que los pasos que no se cumplieron son:

- 1.- Tener suficiente publicidad
- 2.- Entregar el contrato de venta
- 3.- Tomar en cuenta el guion establecido por la empresa para los diferentes tours
- 4.- Entregar al final del día la documentación respectiva al dpto., de contabilidad
- 5.- Realizar el seguimiento al cliente después de realizar los servicios

**Criterio:** Dentro del proceso de ventas se han verificado los siguientes pasos que son:

- 1.- Brindar una calurosa bienvenida al cliente
- 2.- Brindar al cliente suficiente información de los servicios a ofertar
- 3.- Tener suficiente publicidad.
- 4.- Tener la sala de espera ordenada.
- 5.- Entregar el contrato de venta
- 6.- Emitir factura
- 7.- Realizar arqueos de caja al final del día
- 8.- Tomar en cuenta el guion establecido por la empresa para los diferentes tours.
- 9.- Entregar al final del día la documentación respectiva al dpto., de contabilidad.
- 10.- Realizar el seguimiento al cliente después de realizar los servicios.
- 11.- Enviar al cliente con el guía para la operación turística.
- 12.- Brindar alternativas de pago para el cliente.

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 28-09-2019</b>



<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>IFA.02 6/8</b>
<b>INFORME FINAL DE AUDITORÍA</b>	

### **3. Título: Incumplimiento de metas**

**Condición:** Verificando los históricos de la empresa se determina que en el periodo 2019 la operadora de turismo “CHEBASTOUR” muestra un total de manejo y captación de clientes en los servicios turísticos de la “Ruta de las Cascadas” y “El mirador a la ciudad” de 32.983 turistas, cantidad que se considera el punto de partida para la auditoría.

**Criterio:** Para el correcto manejo de los recursos se plantean metas para el siguiente periodo por lo que se fija una meta a alcanzar de 42.888 clientes equivalente al 25% del total del periodo anterior, logrando alcanzar un 76,90% de cumplimiento.

**Causa:** Existen puntos negativos los cuales fueron la causa de no alcanzar el 100% de las metas dentro de estos puntos se consideran por ejemplo el no haber realizado una nueva campaña publicitaria para mejorar la recepción de visitantes.

#### **Indicador de gestión**

**Incumplimiento anual en ventas = % de Cumplimiento – 100%**

**Incumplimiento anual en ventas = 76,90% – 100%**

**Incumplimiento anual en ventas = 23,10% de los clientes no concretaron la compra**

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 28-09-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>IFA.02 7/8</b>
<b>INFORME FINAL DE AUDITORÍA</b>	

**4. Título: Incumplimiento de meta, en captación de clientes en el servicio Ruta de las Cascadas.**

**Condición:** Verificando los históricos de la empresa se determina que en el periodo 2019 la operadora de turismo “CHEBASTOUR” muestra un total de manejo y captación de clientes específicamente en el servicio turístico de la “Ruta de las Cascadas” de 20.027 turistas, cantidad que se considera el punto de partida para la auditoría de este servicio exclusivamente.

**Criterio:**

Para el correcto manejo de los recursos se plantean metas para el siguiente periodo, por lo que se fija una meta a alcanzar de 25.032 clientes equivalente al 25% del total del periodo anterior, logrando alcanzar un 80,01% de cumplimiento.

**Causa:**

La causa más probable del porcentaje de incumplimiento es la falta de publicidad y Marketing, además durante los meses junio y julio se registra un fuerte invierno, lo cual produjo el deslizamiento de tierra en la vía “Ruta de las cascadas” lo cual produjo la cancelación de los tours en algunos horarios.

**Efecto:**

Incumplimiento del 19,99 % en la meta trazada.

**Indicador de gestión “Ruta de las cascadas”**

**Incumplimiento anual en ventas = % de Cumplimiento – 100%**

**Incumplimiento anual en ventas = 80,01% – 100%**

**Incumplimiento anual en ventas = 19,99% de los clientes no concretaron la compra**

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 28-09-2019</b>

<b>AUDITORÍA DE GESTIÓN A “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. PERÍODO 2019</b>	<b>IFA.02 8/8</b>
<b>INFORME FINAL DE AUDITORÍA</b>	

**5. Título: Incumplimiento de meta trazada en el servicio de la “Ruta al Mirador”.**

**Condición:** Verificando los históricos de la empresa se determina que en el periodo 2019 la operadora de turismo “CHEBASTOUR” muestra un total de manejo y captación de clientes específicamente en el servicio turístico de la “Ruta al Mirador a la ciudad y el volcán” de 12.956 turistas, cantidad que se considera el punto de partida para la auditoría de este servicio exclusivamente.

**Criterio:** Para el correcto manejo de los recursos se plantean metas para el siguiente periodo, por lo que se fija una meta a alcanzar de 16.500 clientes equivalente al 25% del total del periodo anterior, logrando alcanzar un 78,52% de cumplimiento.

**Causa:** Por la atracción del volcán Tungurahua y el paisaje único de la ciudad de Baños ha sido un factor importante para la captación de turistas nacionales y extranjeros.

**Efecto:** Incumplimiento de la meta trazada del 21,48 %.

**Indicadores de gestión “Ruta al mirador”**

**Incumplimiento anual en ventas = % de Cumplimiento – 100%**

**Incumplimiento anual en ventas = 78,52% – 100%**

**Incumplimiento anual en ventas = 21,48% de los clientes no concretaron la compra**

**Atentamente**

\_\_\_\_\_  
Jessica Carolina Vega Lara

**AUDITORA**

<b>ELABORADO POR: JV</b>	<b>FECHA: 20-09-2019</b>
<b>REVISADO POR: NM/PB</b>	<b>FECHA: 28-09-2019</b>

## **CONCLUSIONES**

En la empresa “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA., dedicada a la operación turística en actividades de aventura y deportes extremos, se ha detectado inconvenientes con el incumplimiento de los procesos y metas fijadas al inicio del período por la falta de evaluaciones y otras herramientas publicitarias.

Se definieron los procesos de adquisición y ventas, en el de adquisición se verificó lo siguiente no se cumplieron con las políticas de la empresa en lo referente a las compras, el presupuesto se superó, no se han fijado las garantías, inconsistencias con las mercaderías lo que perjudica a la empresa.

Dentro del proceso de venta se pudo establecer doce pasos esenciales de los cuales se estableció, la falta de publicidad, ausencia en alguno de los casos de contrato de venta, los guías no realizan la presentación adecuada, incumplimiento de la documentación, lo que ha perjudicado el cumplimiento de las metas institucionales.



## **RECOMENDACIONES**

Se sugiere la realización de un plan de publicidad y marketing a fin de fijar estrategias para la captación de clientes e incremento de ventas, mejorando el posicionamiento en el mercado.

Comprar artículos que sean seguros y necesarios para el uso de actividades turísticas y deportes de aventura, como productos de calidad, para así brindarle al turista un buen servicio con buenos productos que garanticen su seguridad y su comodidad. También es importante tomar en cuenta la reputación y la seriedad de los proveedores para ello es necesario un sondeo a otras agencias y personas que realizan las actividades turísticas.

Contratar profesionales y expertos en publicidad y marketing para implementar un plan de estrategias para la captación de clientes e incremento de ventas. Establecer alianza estratégica con otras operadoras turísticas para implementar el desarrollo y crecimiento de la empresa

## BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, L. (2018). *“la auditoría operacional herramienta fundamental para una gestión institucional eficiente y eficaz.* Obtenido de: [///C:/Users/COREI7/Desktop/ADRY/Downloads/UNFV\\_ACOSTA\\_MU%C3%91OZ\\_LUCIO\\_WILFREDO\\_MAESTRIA\\_2018.pdf](///C:/Users/COREI7/Desktop/ADRY/Downloads/UNFV_ACOSTA_MU%C3%91OZ_LUCIO_WILFREDO_MAESTRIA_2018.pdf)
- Administración Real(2019). *Elementos del proceso de administrativo.* Obtenido de: <http://administracion.realmexico.info/2014/09/elementos-del-proceso-administrativo.html>
- Alaña, T., Morán , G., & Sanmartín, G. (2017). *La auditoría ambiental en las mipymes como herramienta de control interno en la gestión empresarial.* Obtenido de: <https://rusuc.fedu.cu/index.php/rus/article/view/527>
- Arens, A., Elder R, J., & Beasley M, S. (2007). *Auditoría un enfoque integral.* México: Pearson Educación.
- Alcívar, I. (2018). *Entorno turístico.* Obtenido de: <https://www.entornoturistico.com/turismo-en-la-economia-de-ecuador/#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20importante,Mundial%20de%20Viajes%20y%20Turismo.>
- Altmira, R., & Muñoz, X. (2017). *El turismo como motor de crecimiento económico. anuario jurídico y económico* Obtenido de: [https://es.scribd.com/document/323655834/Dialnet-Álvarez, R. \(2017\). Gestión financiera e indicadores de gestión de la banca universal venezolana. Obtenido de: https://www.semanticscholar.org/paper/GESTI%C3%93N-FINANCIERA-E-INDICADORES-DE-GESTI%C3%93N-DE-LA-%C3%81lvarez/1642b3e5ae8d564eb8a53207ca506ccf6678166e](https://es.scribd.com/document/323655834/Dialnet-Álvarez, R. (2017). Gestión financiera e indicadores de gestión de la banca universal venezolana. Obtenido de: https://www.semanticscholar.org/paper/GESTI%C3%93N-FINANCIERA-E-INDICADORES-DE-GESTI%C3%93N-DE-LA-%C3%81lvarez/1642b3e5ae8d564eb8a53207ca506ccf6678166e)
- Arias, I. (2018). *Auditoría un enfoque de gestión.* Obtenido de: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/auditoria-gestion.html>
- Arleco. (2019). *Características principales del turismo.* Obtenido de :<http://www.blog091ogitavel.com/2010/10/caracteristicas-principales-del-turismo/>
- Arter, D. (2011). *Auditorías de la calidad para mejorar su comportamiento.* Mexico: Patria.
- Atehortua, F. (2007). *Gestión y auditoría de calidad para las organizaciones públicas: normas.* Mexico: Ariel.
- Auditoría Comprehensiva. (2005). *Auditoría.* Canada: Pearson Educacion
- Auditoría de Gestión y Desempeño. (2003). *Auditoría de gestión.* Obtenido de: <https://enorcerna.com/definiciones/auditoria-de-desempeno>
- Augusto, R. (2017). *Modelo de Gestión Administrativa Turística aplicado al Complejo Bambú Eco- Resort; que posibilita a los Servidores del Sector de la Educación a adquirir bajo su realidad económica una propiedad vacacional en tiempo compartido.* (Tesis de Progrado. Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil.). Obtenido de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9195/1/UPS-GT000886.pdf>

- Báez, M. (2019). *Baños de agua santa*. Obtenido de: <https://citybrandingespil.wordpress.com/2014/06/01/analisis-de-la-ciudad-de-banos-de-agua-santa/>
- Cantos, M. (2019). *La auditoría integral como herramienta de validación de la gestión institucional*. Obtenido de : <https://www.redalyc.org/journal/993/99359223011/html/>
- Caurin, J. (2017). *Informe de auditoria*. Obtenido de: <https://www.emprendepyme.net/el-informe-de-auditoria.html>
- Ceupe. (2020). *Características generales del turismo*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/caracteristicas-generales-del-turismo.html#:~:text=Los%20viajes%20y%20el%20turismo,%2C%20ciencia%2C%20tratamiento%2C%20etc.>
- Ceupe. (2020). *Los operadores de turismo*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/los-operadores-de-turismo.html>
- Chora, K. (2014). *Auditoría de gestión a los procesos del departamento contable de la empresa chaide y chaide s.a. por el periodo 2012*. (Tesis de Pregrado. Universidad de las Fuerzas Armadas). Obtenido de: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/8452/1/T-ESPE-048005.pdf>
- Congacha, J. (2020). *Auditoría de gestión*. Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448178971.pdf>
- Coopers & Lybrand . (2007). *Los nuevos conceptos del control interno: informe coso*. Madrid: Díaz de Santos.
- De Pablos, C., López, J., & Romo, M. (2004). *Informática y comunicaciones en la empresa*. Madrid: Esic.
- Durán, G., Alcívar, F., León , P., & Vélez, S. (2018). Caso de estudio: la auditoría administrativa aplicada en una empresa. Obtenido de: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3190/3/document%20%282%29.pdf>
- Educación. (2017). *La auditoría: conceptos, clase y evolución*. Obtenido de: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448178971.pdf>
- Entorno Turístico. (2017). *¿Qué es un guía de turismo y cuáles son sus funciones?* Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/guia-turismo-cuales-funciones/>
- Entorno Turístico. (2017). *Tipos de servicios y productos que ofrecen las agencias de viajes*. Obtenido de: <https://www.entornoturistico.com/tipos-de-servicios-y-productos-que-ofrecen-las-agencias-de-viajes/>
- Fernández, C. (2009). *Gestión de la calidad en el laboratorio clínico*. Barcelona: Libri Mundi.
- Forero , A., Forero, L., & Cerquera, H. (2017). *La auditoría financiera y su influencia en el sector empresarial*. Obtenido de: <https://www.uniamazonia.edu.co/revistas/index.php/faccea/article/view/653/656>
- Franklin, E. (2007). *Auditoria administrativa: gestión estratégica del cambio*. Mexico: D.F
- Franklin, B. (2007). *Auditoría administrativa*. México: Pearson Educación.

- Estupiñán, R. (2006). *Control interno y fraudes con base en los ciclos transaccionales análisis del Informe COSO I y II*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Gonzabay, D., & Torres, M. (2017). *Propuesta de mejora del control interno basado en el modelo coso en Ventascorp S.A.* (Tesis de Pregrado. Universidad de Guayaquil). Obtenido de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16840/1/TESIS%20PROPUESTA%20DE%20CONTROL%20INTERNO%20BASADO%20EN%20EL%20MODELO%20COSO.pdf>
- La Hora. (2019). *Turistas*. Obtenido de: <https://lahora.com.ec/noticia/1101900898/bac3b1os-acoge-a-miles-de-turistas>
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo; nueva clasificación*. Buenos Aires: OMPT.
- Lennis, M., & Knington, G. (2006). *La auditoria posterior del rendimiento*. Madrid: Díaz de Santos.
- León, E., & Lagunas, S. (2017). *Auditoría forense: conceptualizaciones y adopción en américa latina*. Obtenido de: <https://recai.uaemex.mx/article/view/8918>
- Ley Orgánica del sistema Nacional de Control del Perú. (2007). *Ley orgánica del sistema Nacional de control del Perú*. Piura: Sanper.
- López, A., & Pesántez, J. (2017). *Evaluación comparativa del sistema de control interno del sector comercial y del sector público del Cantón Morona*. Obtenido de: <file:///C:/Users/Windows/Downloads/Dialnet-EvaluacionComparativaDelSistemaDeControlInternoDel-6297494.pdf>
- Lozano, J. (2020). *Auditoría financiera a la empresa Lancomtri S.A. periodo 2018*. (Tesis de Pregrado. Universidad del Azuay). Obtenido de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handel/datos/9826>
- Blanco Luna, Y. (2012). *Auditoría integral normas y procedimientos*. Bogotá: Ecoe Ediciones
- Madariaga, J. M. (2004). *Manual práctico de auditoria*. Barcelona: Deusto.
- Maldonado, M. (2006). *Auditoría de gestión*. Quito: Abya Yala.
- Malini, R. (2001). *Enfoquez en la auditoria de estados contables*. Madrid: Pearson Educación.
- Mallorca, C. (2020). *Informes de auditoría*. Obtenido de: <http://informesauditoria.com/tipos-informes-auditoria/>
- Maroni, A., Mastrocello, L., & Montefiori, F. (2019). *Efectos de cambios en el y tipo de cambio real bilateral en las exportaciones de turismo*. Obtenido de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/225/2b.htm>
- Molina, V. (2005). *Como estar preparado ante una auditoria fiscal*. Madrid: Diaz de Santos.
- Montoya, J. (2019). *Tipos de auditorias* Obtenido de: <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-auditoria.html>
- Muñoz, J. (2004). *La gestión integrada: calidad, seguridad y medio ambiente*. Barcelona: Serforem.

- Organización Mundial del Turismo.(2017). *Turismo* Obtenido de: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Pelazas, Á. (2019). *Planificación de la auditoría*. Madrid: Paraninfo.
- Pereira, E. (2019). *Proceso de auditoria operacional*. Obtenido de: <http://pyme.lavoztx.com/qu-es-un-proceso-de-auditora-operacional-6128.html>
- Pino, L., & Bejar, S. (2018). *Aspectos generales de la gestión en un aspectos generales de la gestión en un servicio de alimentación*. Obtenido de: [https://www.iidenut.org/pdf\\_revista\\_tec\\_libre/Renut%206/RENUT%202008%20TEC\\_6\\_248-255.pdf](https://www.iidenut.org/pdf_revista_tec_libre/Renut%206/RENUT%202008%20TEC_6_248-255.pdf)
- Quinaluisa, N., Ponce , V., Muñoz , S., Ortega, X., & Pérez, J. (2018). *El control interno y sus herramientas de aplicación entre coso y coco*. Obtenido de: <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v12n1/cofin18118.pdf>
- Ramírez, C. (2017). *Servicios turísticos i*. Obtenido de: <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Redondo, R., Llopert, J., & Duran, D. (2014). *Auditoria de gestión*. Obtenido de: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/13223/1/Auditoria%20de%20gesti%C3%B3n.pdf>
- Rodríguez, M. (2019). *Auditoría administrativa*. México: Trillas
- Serna, J., & Duque, A. (2006). *Rionegro: por una mirada de alianza solidaria regional con quien sufre el desplazamiento*. Obtenido de: <https://catalogo.ucatolica.edu.co/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=17446>
- Sotomayor, A. (2008). *Auditoría Administrativa* . México: McGraw-Hill.
- Travel Guide Network. (2019). *Operadores turisticos*. Obtenido de: <http://www.city-of-hotels.es/205/operadores-turisticos/1.html>
- Turismo. (2019). *Servicios, conceptos turisticos* Obtenido de: <https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>
- Vilandia, E. (2013). *Evaluación de riesgos: toxicología alimentaria*. Mexico: Uoc.
- Vilar, J. (2014). *La auditoría de los sistemas de gestión de la calidad*. Madrid: Libri Mundi.

## ANEXOS

### ANEXO A. ENCUESTA A LOS CLIENTES Y PERSONAL DE “CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO.

#### CUESTIONARIO

Sírvase leer detenidamente el contenido de este cuestionario y responda las preguntas sin manchas, ni rayones, con sinceridad y mucha coherencia para que los resultados obtenidos sean reales.

**Pregunta N°1.-** ¿La operadora de turismo “CHEBASTOUR” cuenta con una estructura organizacional adecuada?

SI	PARCIALMENTE	NO

**Pregunta N° 2.-** ¿Cuenta la empresa “CHEBASTOUR” con una planificación estratégica apropiada y con procesos bien definidos para sus áreas más importantes?

SI	PARCIALMENTE	NO

**Pregunta N° 3.-** ¿Considera que “CHEBASTOUR” operadora de turismo define sus actividades diarias por áreas de trabajo, y se fija metas y objetivos en las actividades turísticas?

SI	PARCIALMENTE	NO

**Pregunta N° 4.-** ¿Se han llevado a cabo periódicamente auditorías de gestión, evaluaciones del desempeño laboral, planificación estratégica, y procesos internos de “CHEBASTOUR” operadora de turismo?

SI	PARCIALMENTE	NO

--	--	--

**Pregunta N° 5.-** ¿Está de acuerdo en que “CHEBASTOUR” operadora de turismo necesita de una auditoria de gestión para lograr la mejora de los procesos internos de manera constante?

SI	PARCIALMENTE	NO

**Pregunta N° 6.-** ¿Considera que el control de las actividades de “CHEBASTOUR” se optimizará en base a una auditoria de gestión aplicada periódicamente?

SI	PARCIALMENTE	NO

**Pregunta N° 7.-** ¿Está de acuerdo en que un apropiado trabajo de auditoria en la operadora de turismo “CHEBASTOUR” aportará a la economización de sus recursos?

SI	PARCIALMENTE	NO

**Pregunta N° 8.-** ¿Cree usted que la operadora de turismo “CHEBASTOUR” aplica indicadores de gestión para evaluar su eficiencia y cumplimiento de sus objetivos?

SI	PARCIALMENTE	NO

**Pregunta N° 9.-** ¿Considera que la empresa alcanzará un nivel óptimo de liquidez si se aplica el proceso de auditoría para mejorar sus métodos administrativos actuales?

SI	PARCIALMENTE	NO

**Pregunta N° 10.-** ¿Considera usted que la optimización de la toma de decisiones, además de la organización adecuada de los departamentos de “CHEBASTOUR”, está determinada por una buena gestión de auditoría?

SI	PARCIALMENTE	NO

**Pregunta N° 11.-** ¿Cree usted que una auditoría de gestión es una herramienta que ayudará a que “CHEBASTOUR” operadora de turismo se desarrolle establemente como empresa en el mercado?

SI	PARCIALMENTE	NO

**Pregunta N° 12.-** ¿Está usted de acuerdo en que el incremento del posicionamiento en el mercado de “CHEBASTOUR” depende de procesos internos apropiados?

SI	PARCIALMENTE	NO

**Pregunta N° 13.-** ¿Considera que el mejoramiento de métodos y técnicas internas ayudará a lograr un incremento de ventas de “CHEBASTOUR” operadora de turismo?

SI	PARCIALMENTE	NO

**Pregunta N° 14.-** ¿Está de acuerdo en que el incremento de clientes de “CHEBASTOUR” operadora de turismo se logrará en base al mejoramiento de la gestión administrativa y a la habilidad para manejar sus clientes?

SI	PARCIALMENTE	NO

**Pregunta N° 15.-** ¿Considera que con una buena comunicación, orientación apropiada, e información oportuna con los clientes se logrará la satisfacción de los mismos en cuanto a los servicios obtenidos en “CHEBASTOUR” operadora de turismo?

SI	PARCIALMENTE	NO

**Pregunta N° 16.-** ¿Considera que los paquetes turísticos de “CHEBASTOUR” operadora de turismo son los suficientemente buenos como para atraer la atención del cliente y lograr que accedan a ellos?



<b>SI</b>	<b>PARCIALMENTE</b>	<b>NO</b>

**Pregunta N° 17.-** ¿Está de acuerdo en que el flujo interno de turistas actualmente es el apropiado como para generar una rentabilidad sostenida y el desarrollo organizacional de “CHEBASTOUR” operadora de turismo?

<b>SI</b>	<b>PARCIALMENTE</b>	<b>NO</b>

**¡...Muchas Gracias...!**

**ANEXO B. GUION DE ENTREVISTA AL GERENTE ADMINISTRATIVO DE  
“CHEBASTOUR” OPERADORA DE TURISMO.**

**Pregunta N° 1.- ¿Cree usted que los procesos administrativos internos que se aplican actualmente en “CHEBASTOUR” operadora de turismo son completamente apropiados?**

**Respuesta:** Bueno en realidad los procesos administrativos internos de la empresa se los maneja de manera empírica por lo tanto creo que no son lo suficientemente apropiados sin embargo creo que se están haciendo bien las cosas porque “CHEBASTOUR” siempre maneja una clientela considerable.

**Pregunta N° 2.- ¿Considera usted que dichos procesos administrativos necesitan de una mejora para beneficiar a la empresa tanto económicamente como organizacionalmente?**

**Respuesta:** Por supuesto se tiene claro manejar la empresa de una forma técnica y profesional aportará a su mejora constante e indiscutiblemente a su desarrollo comercial.

**Pregunta N° 3.- ¿Cree usted que es necesario que se aplique una auditoria de gestión en “CHEBASTOUR” para determinar si los procesos administrativos están siendo manejados y aplicados correctamente?**

**Respuesta:** Claro que sí, puesto que en “CHEBASTOUR” nunca se ha llevado a cabo un análisis de esa naturaleza, por lo que estoy seguro de que la aplicación de dicho proceso ayudará notablemente a la operadora de turismo “CHEBASTOUR”.

**Pregunta N° 4.- ¿Está usted dispuesto a colaborar y prestar todo el apoyo necesario para poder llevar a cabo la aplicación de dicha auditoria?**

**Respuesta:** Desde luego que si hay que tomar en cuenta que la empresa será la beneficiada por lo tanto estoy completamente de acuerdo y tendrán todo el apoyo necesario para la aplicación de la auditoria de gestión en “CHEBASTOUR”.

**Pregunta N° 5.- ¿Cree usted que el personal que labora en “CHEBASTOUR” operadora de turismo está completamente capacitado como para brindar el servicio apropiado a sus clientes?**

**Respuesta:** En ese sentido puedo decir que el personal que labora está completamente capacitado puesto que no se puede contratar personal sin conocimientos para manejar .....a los turistas y mucho menos para que guíen a los clientes en lo que a turismo de aventura se refiere, de igual manera en todos los paquetes turísticos que “CHEBASTOUR” ofrece.

**Pregunta N°6.- ¿Cree usted que sería necesario capacitar a su personal para actualizar sus conocimientos y optimizar su rendimiento y capacidades para mejorar los servicios de la empresa?**

**Respuesta:** Bueno como había dicho el personal está capacitado en cada una de las áreas en las que son responsables, sin embargo no estaría demás un proceso de capacitación para mejorar sus conocimientos.

**Pregunta N°7.- ¿Estaría usted de acuerdo en mantener un compromiso en cuanto a la aplicación constante y periódica de los nuevos procesos administrativos que se planteen en base a la auditoria de gestión aunque estos impliquen gastos para el arranque de los mismos?**

**Respuesta:** como había dicho anteriormente si todos los procesos que se apliquen son en beneficio de la empresa, entonces tienen luz verde para hacerlo.

## ANEXO C. REGISTRO DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda Diseño de tabla Compartir Comentarios

Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edición Análisis

C6 17/01/2019

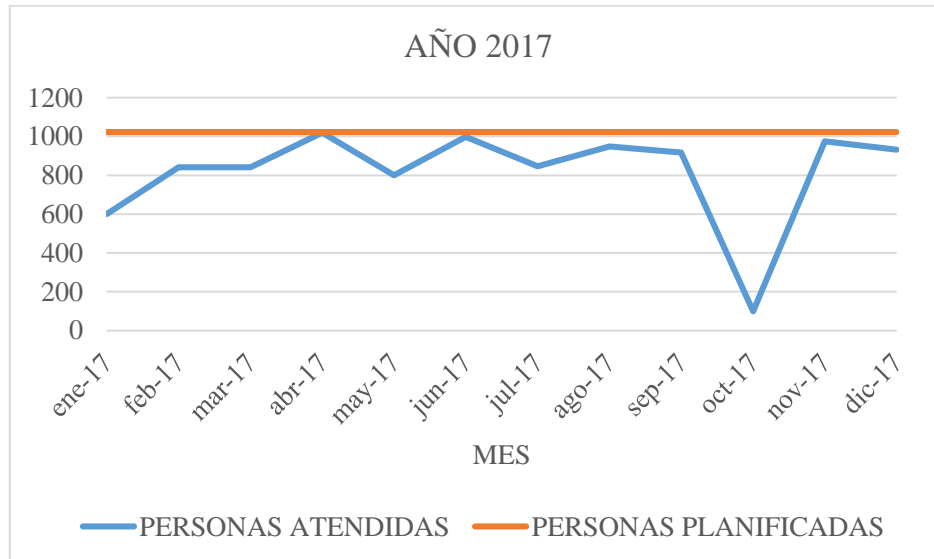
FECHA	EMPLEADO	DEPARTAMENTO	CURSO TOMADO	NOTAS
17-ene-19	Luis García	Comercialización	Introducción al turismo y el rol del guía turístico	Incrementar los conocimientos en el
25-abr-19	Luis García	Comercialización	Principios del ecoturismo incluyendo minimización de impactos	Incrementar los conocimientos en el
12-jul-19	Luis García	Comercialización	El acercamiento interpretativo a la comunicación	Incrementar los conocimientos en el
28-sep-19	Luis García	Comercialización	Servicio al cliente	Incrementar los conocimientos en el
15-oct-19	Luis García	Comercialización	Comunicación entre culturas y gente con necesidades especiales.	Incrementar los conocimientos en el
12-dic-19	Luis García	Comercialización	Perfil y expectativas del visitante	Incrementar los conocimientos en el



## ANEXO D. PROYECCIÓN DE VENTAS

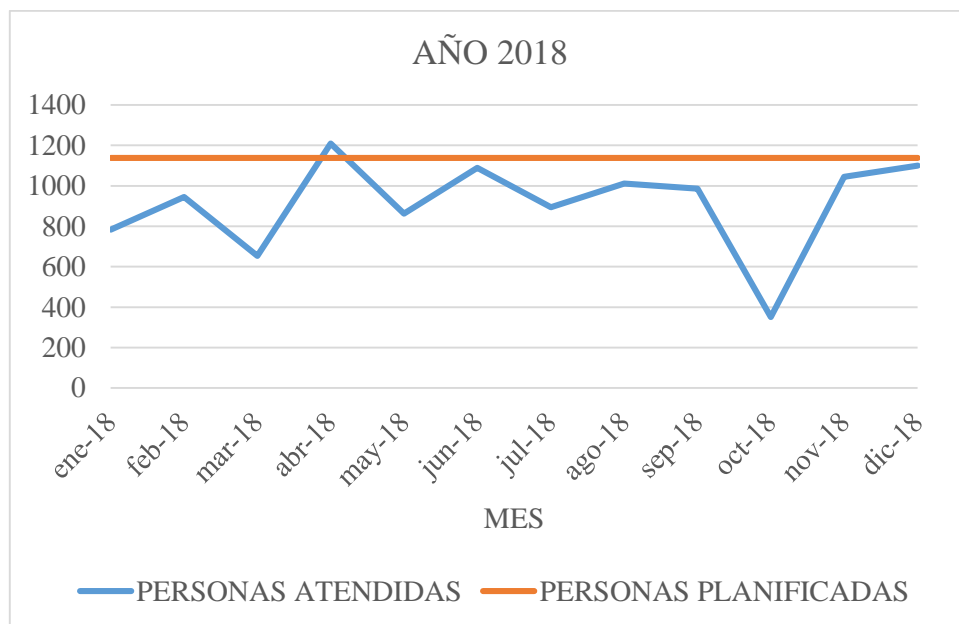
### AÑO 2017

MES	PERSONAS ATENDIDAS	PERSONAS PLANIFICADAS
ene-17	600	1023
feb-17	842	1023
mar-17	841	1023
abr-17	1020	1023
may-17	800	1023
jun-17	998	1023
jul-17	846	1023
ago-17	948	1023
sep-17	918	1023
oct-17	100	1023
nov-17	976	1023
dic-17	933	1023



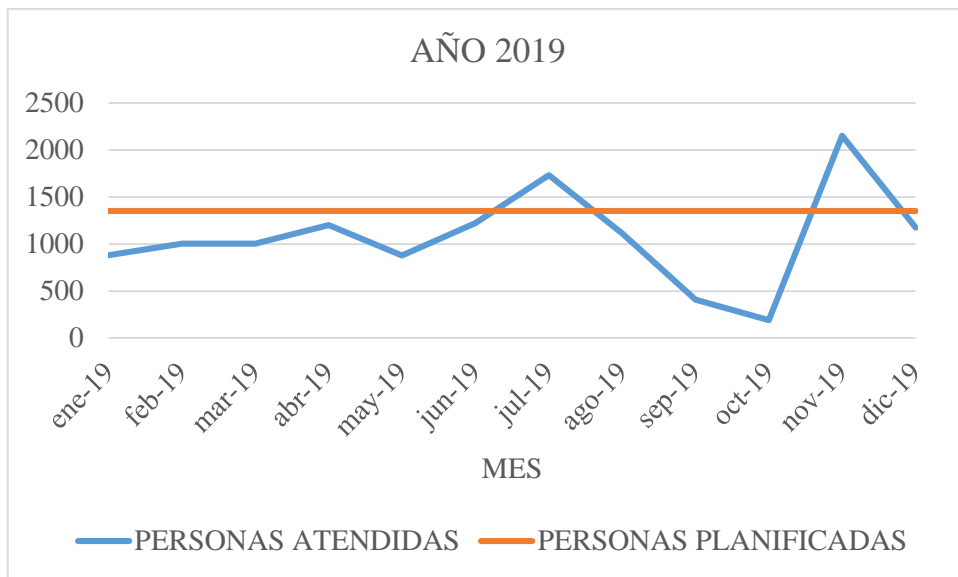
### AÑO 2018

MES	PERSONAS ATENDIDAS	PERSONAS PLANIFICADAS
ene-18	784	1138
feb-18	945	1138
mar-18	654	1138
abr-18	1210	1138
may-18	862	1138
jun-18	1089	1138
jul-18	895	1138
ago-18	1012	1138
sep-18	986	1138
oct-18	351	1138
nov-18	1045	1138
dic-18	1100	1138



**AÑO 2019**

<b>MES</b>	<b>PERSONAS ATENDIDAS</b>	<b>PERSONAS PLANIFICADAS</b>
ene-19	882	1350
feb-19	1004	1350
mar-19	1003	1350
abr-19	1200	1350
may-19	877	1350
jun-19	1221	1350
jul-19	1734	1350
ago-19	1112	1350
sep-19	408	1350
oct-19	189	1350
nov-19	2151	1350
dic-19	1175	1350



## ANEXO E. PRINCIPALES SERVICIOS TURÍSTICOS A OFERTARSE

### RUTA DE LAS CASCADAS





**ANEXO F.    MIRADOR DE LA CIUDAD Y EL VOLCÁN**



## ANEXO G. SERVICIOS O PAQUETES TURÍSTICOS

### CAYONING



### RAFTING



## CANOPY



## SELVA





**epoch**

**Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL**  
**REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

**Fecha de entrega:** 3 / 05 / 2022

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>NOMBRES – APELLIDOS:</b> HIPATIA DOROTEA AGUINDA TAPUY
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>FACULTAD:</b> DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>CARRERA:</b> LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO
<b>TÍTULO A OPTAR:</b> LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO
<b>F. ANALISTA DE BIBLIOTECA RESPONSABLE:</b> Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo 0903-DBRA-UTP-2022