



MEMORANDO

08-AIN-2009

PARA : AUDITORÍA INTERNA / Cristina Navarrete
DE : ASAMBLEA GENERAL ORDEX
FECHA : Enero 26, 2009
ASUNTO : AUDITORÍA INTERNA

De Conformidad al artículo trigésimo cuarto de los Estatutos de Constitución de la Corporación, correspondiente al Capítulo de Exámenes de Auditoría; se estableció autorizar a usted, para que en calidad de Jefe de Equipo, efectúe la Auditoría de Gestión, aplicada a los componentes de la Corporación comprendidos dentro del periodo del 01 de Enero del 2008 al 31 de Diciembre del mismo año.

Sin otro particular, anticipo mis agradecimientos por la atención brindada.

ASAMBLEA GENERAL



MEMORANDO

08-AG-2009

PARA : ASAMBLEA GENERAL ORDEX
DE : UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
FECHA : Enero 27, 2009
ASUNTO : AUDITORÍA INTERNA

De conformidad al memorándum 08-AIN-2009 del 23 de Enero de 2009, notifico a usted/es que la unidad de Auditoría Interna iniciará la Auditoría de Gestión, aplicada a los componentes de la Corporación, comprendidos dentro del periodo del 01 de Enero del 2008 al 31 de Diciembre del mismo año; a partir del mes de Febrero del año en curso; para lo cual se me designa como Jefe de Equipo de auditoría, además de ser la persona encargada de conformar el equipo de trabajo necesario.

Aprovecho la oportunidad para solicitarle/s dispongan a los empleados colaboradores, proporcionen al equipo de trabajo la información y colaboración necesaria, a fin de facilitar la ejecución de las labores de control en el tiempo programado.

Cristina Navarrete Andrade
AUDITORÍA INTERNA.



MEMORANDO

08-PFG-2009

PARA : PERSONAL ORDEX
DE : UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
FECHA : Enero 28, 2009
ASUNTO : AUDITORÍA INTERNA

De conformidad al memorándum 08-AIN-2009 del 23 de Enero de 2009, se notifica que la unidad de Auditoría Interna iniciará sus actividades correspondientes a la Auditoría de Gestión de los componentes corporativos el día Lunes 02 de Febrero del año en curso; por lo cual se procederá a conocer e inspeccionar el manejo de la información y de las operaciones de cada área de trabajo.

Esta información será requerida para el inicio y la ejecución del trabajo de Auditoría de Gestión que realizaremos a los componentes entidad, durante el periodo comprendido desde el 01 de Enero del 2008 y el 31 de Diciembre del mismo año.

Esperamos una cooperación total por parte del personal y confiamos en que pondrán a nuestra disposición todos los registros, documentación, y otra información que se requiera en relación con nuestro trabajo.

Cristina Navarrete Andrade
AUDITORÍA INTERNA

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
PLANEACIÓN PRELIMINAR
Programa de Trabajo

N°	DESCRIPCIÓN	REF P/T	Elab. Por:	OBSERVACIONES
1.	Realice la conformación del equipo de trabajo y asignación de tiempos estimados para cada fase del examen.	PP - 1	R.D.	
2.	Realice un presupuesto económico para los distintos recursos materiales a utilizar.	PP - 2	R.D.	
3.	Realice un cronograma de trabajo, que muestre gráficamente los días asignados a cada fase del examen.	PP - 3	R.D.	
4.	Revise la Base legal con la que se desarrolla la Corporación.	PP - 4	R.D.	
5.	Revise el nombramiento de la Directora nacional, correctamente legalizada y aceptada por los organismos de control pertinentes	PP - 5	R.D.	
6.	Revise la inscripción de la corporación, según sus estatutos corporativos en el ministerio correspondiente a su actividad y razón social, la aceptación de los mismos y al cual se encontrará sujeta	PP - 6	R.D.	
7.	Revise el correcto registro único de contribuyentes emitido para sociedades, otorgado por el Servicio de Rentas Internas, así como las obligaciones tributarias que posee.	PP - 7	R.D.	
8.	Revise la estructura organizacional de la Corporación	PP - 8	R.D.	
9.	Solicite un manual de procedimientos que contenga las funciones de cada puesto de trabajo	PP - 9	R.D.	El direccionamiento estratégico no se ha renovado desde 2002
10	Revise el Direccionamiento Estratégico del año 2007 para conocer la capacidad institucional	PP-10	R.D.	

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	01/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	01/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
PLANEACIÓN PRELIMINAR
Programa de Trabajo

N°	DESCRIPCIÓN	REF P/T	Elab. Por:	OBSERVACIONES
11	Solicitar al personal responsable la matriz FODA que proporcionen las variables controlables y no controlables en la que se desarrolla	PP-11	R.D.	
12	Elabore un listado de empleados donde conste el tiempo que lleva en la corporación y el puesto que desempeña	PP-12	R.D.	
13	Efectúe entrevistas a las autoridades y empleados para evaluar sus funciones	PP-13	R.D.	
14	Realice narrativas de cada subcomponente en base a las respuestas de las entrevistas realizadas	PP-14	R.D.	

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	01/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	01/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
PLANEACIÓN PRELIMINAR

Conformación del Equipo de trabajo a Asignación de tiempos

La Auditoría de Gestión a los componentes y subcomponentes de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural, se realizará con el siguiente equipo de trabajo:

- 1 Auditor – Jefe de Equipo: Cristina Navarrete Andrade
- 1 Auditor Operativo: Renato Donoso Córdova

El tiempo para cumplir con la Auditoría de Gestión a los componentes y subcomponentes de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural, se distribuido de la siguiente manera:

<i>FASES</i>	<i>DÍAS</i>
Planeación Preliminar	3
Planificación Específica	2
Ejecución de la Auditoría	16
Comunicación de Resultados	3
Seguimiento	5
Total	29 días

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	01/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	01/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
PLANEACIÓN PRELIMINAR
Presupuesto de Trabajo

RECURSO HUMANO	
DETALLE	HONORARIOS/VALOR
1 Auditor Jefe de Equipo	1800.00
1 Auditor Operativo	900.00
TOTAL	2700.00
RECURSO MATERIAL	
Alquiler de Oficina	150.00
Suministros de Oficina	20.00
Suministros de Computación	30.00
Movilización	50.00
Alimentación	60.00
Servicios Básicos	80.00
Internet	60.00
TOTAL	450.00
SUMA TOTAL	3150.00

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	01/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	01/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
PLANEACIÓN PRELIMINAR
Cronograma de Trabajo

AÑO 2009																													
TIEMPO	FEBRERO																												
ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
Planeación Preliminar																													
Planificación Específica																													
Ejecución de la Auditoría																													
Comunicación de Resultados																													
Seguimiento																													

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	01/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	01/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Normativa Legal

Todos los aspectos que contempla el desarrollo de operaciones de una entidad sin fines de lucro tienen un marco referencial en la ley; mencionada a continuación:

- **Decreto Ejecutivo No. 982 del 25 de marzo de 2008, publicado en el Registro Oficial No. 311 de 8 de abril de 2008.-**

Se establecen modificaciones al marco legal de las Organizaciones de la Sociedad Civil.

- **Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial No. 242 del 29 de Diciembre del 2007**

Dispuso entre otras, reformas tributarias relacionadas con las instituciones de carácter privado sin fines de lucro.

- **Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, mediante Decreto Ejecutivo No. 1051 del 30 de abril de 2008, publicado en el Primer Suplemento del Registro Oficial No. 337 del 15 de mayo de 2008.**

Con estos antecedentes, se pretende poner en conocimiento la normativa vigente para el verificar el cumplimiento de las obligaciones legales y tributarias de la Corporación de personería jurídica privada.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Normativa Legal

La Corporación es un organismo sin fin de lucro, de primer grado, agrupada por personas naturales con fin delimitado; ecuatoriana, ubicada en Quito y con patrimonio propio; constituida de conformidad a la ley y duración indefinida y podrá disolverse en casos ya previstos.

Su fin es el propender el desarrollo de la educación y cultura de los jóvenes del Ecuador, conduciendo programas tendientes a cumplir sus objetivos; pudiendo celebrar y ejecutar toda clase de actos y contratos permitidos por la ley y realizar las actividades convenientes para lograrlos.

La constitución se realizó de acuerdo a normas legales establecidas para corporaciones de primer grado, es decir, conformadas por personas naturales que son miembros activos, honorarios y cooperadores; acreditando en una cuenta de integración de capital un patrimonio mínimo de USD 400 dólares según el siguiente cuadro:

SOCIO	CAPITAL PAGADO	PORCENTAJE
Teresa Rivera de Torres	320.00	60,00%
Karla Torres Rivera	40.00	20,00%
Enrique Torres Rivera	40.00	20,00%
TOTAL	400,00	100,00%

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Nombramiento de la Directora Nacional



Quito, 21 de Julio del 2005

Señora
Teresa del Carmen Rivera Sánchez
Presente.-

De mi consideración:

Me es grato comunicar a usted que los miembros de la "CORPORACION ORDEX INTERCAMBIO CULTURAL", resolvió elegir a usted como DIRECTORA NACIONAL, de la misma, debiendo permanecer en sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.


Al felicitarla por la designación, le formulo votos por el éxito en las funciones a usted encomiadas. Sirvase suscribir al pie de la presente en señal de aceptación.

Atentamente,


Karla Torres Rivera
SECRETARIA

En esta fecha, acepto la designación de DIRECTORA NACIONAL de la "CORPORACION ORDEX INTERCAMBIO CULTURAL" y prometo desempeñarla de conformidad con la Ley, el estatuto, la moral y las buenas costumbres.

En la ciudad de Quito, a los veinte y un días del mes de julio del 2005.


Teresa del Carmen Rivera Sánchez
170478614-2



RAZON De conformidad con el numeral once del Artículo dieciocho de la Ley Notarial doy fe que las COPIAS FOTOSTATICAS que anteceden SELLADAS Y FIRMADAS por mí es reproducción exacta del ORIGINAL que he tenido a la vista

Quito,

19 ENE. 2006

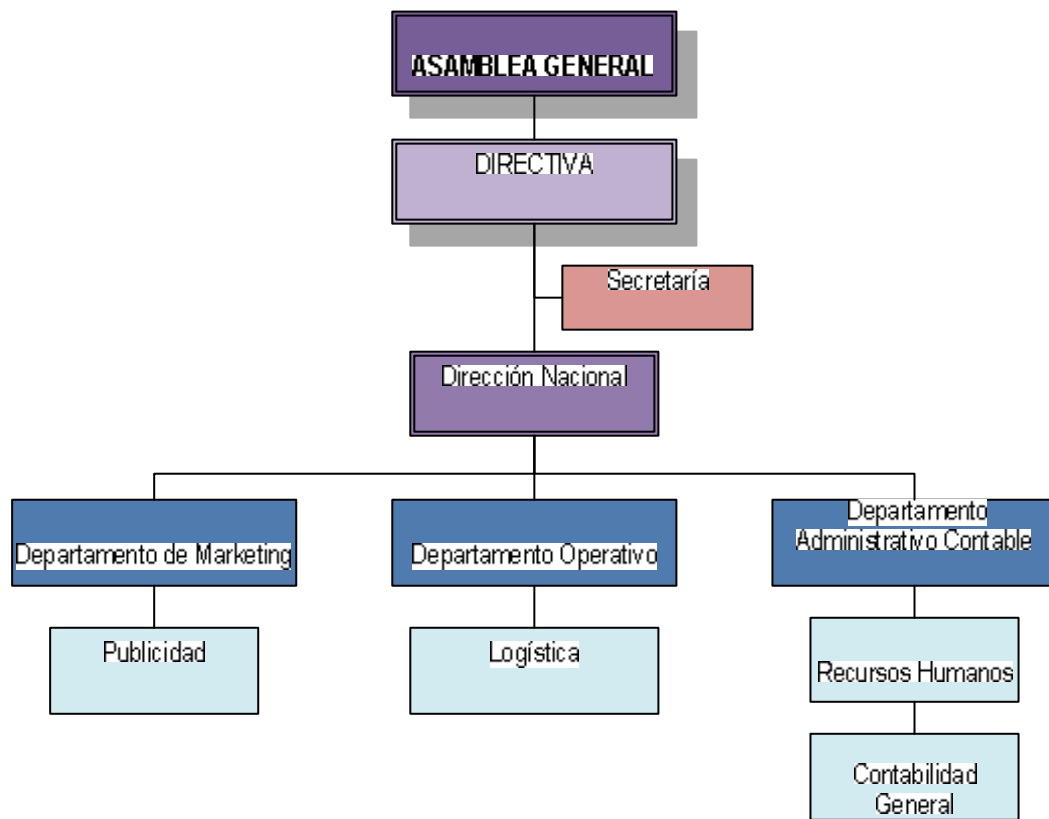
DR. OSWALDO MEJÍA ESPINOSA
NOTARIO CUADRAGESIMO DEL CANTON QUITO

Veintimilla 325 y 12 de Octubre, Edif. El Girón-E, M3E • Quito-Ecuador.
Telefax: (593-2) 2234 531 • 2502 345 • P. O. Box 17-12-629
E-mail: info@ordex.org • www.ordex.org

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Estructura Organizacional

■ **Organigrama Estructural**

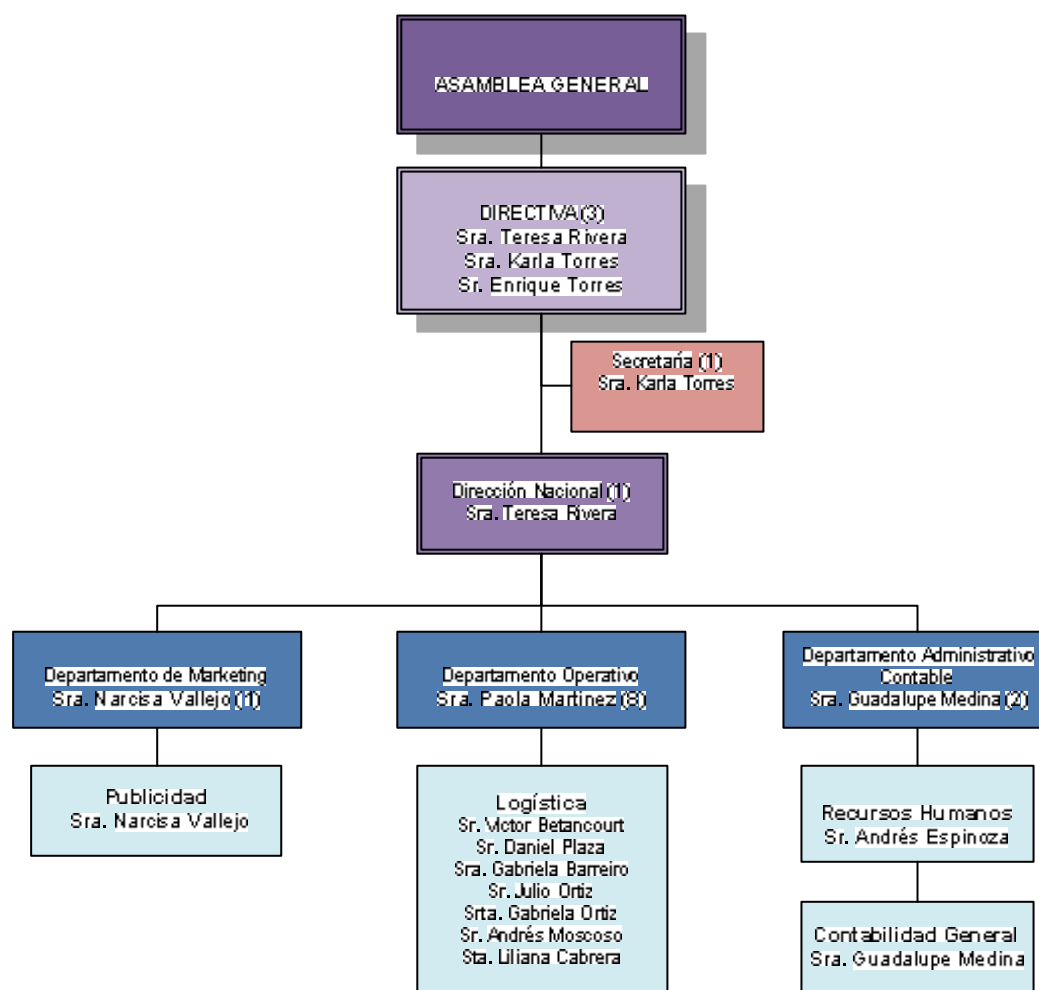


Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Estructura Organizacional

■ Organigrama de Personal



Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Manual de Procedimientos

ASAMBLEA GENERAL:

- Fijar las políticas generales de la Corporación.
- Elegir la directiva.
- Reformar los estatutos de la Corporación.
- Estudiar el presupuesto y los estados financieros aprobados.
- Resolver cuestiones que le sean propuestas por la Directiva o por los miembros.
- Nombrar un auditor.
- Delegar a la Directiva las funciones contempladas en el literal E de los estatutos de la Corporación.
- Fijar las cuotas ordinarias o extraordinarias que crean conveniente.

DIRECTIVA:

- Colaborar activamente en el proceso de elaboración de los planes y programas de ORDEX, a través de su participación en las actividades que se programen y velar porque la Corporación implemente tales programas en el desarrollo de sus actividades en Ecuador.
- Convocar a la Asamblea General.
- Determinar el destino de los ingresos de la Corporación.
- Elaborar anualmente el presupuesto de la Corporación para su consideración y aprobación final por la Asamblea General.
- Rendir por escrito anualmente un informe de las labores a la Asamblea General.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009



PP - 9
2 de 10

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Manual de Procedimientos

- Nombrar interinamente a los miembros de la Directiva en caso de renuncia o fallecimiento.
- Aprobar por unanimidad la admisión a la Corporación de los miembros honorarios o cooperadores.
- Fijar la cuantía de los actos y contratos que pueda celebrar sin autorización del director nacional y autorizar los contratos que excedan de tal cuantía.
- Designar de entre sus miembros al presidente, vicepresidente y secretario.
- Designar al director nacional y tesorero, que pueden o no ser miembros de la directiva.
- Designar de entre sus miembros, o de fuera de sus seno al menos las siguientes comisiones que sesionaran por lo menos cada 2 meses:
 - ? De finanzas
 - ? De mercado
 - ? De programas
 - ? De recursos Humanos

- Pedir informes a los Auditores externos, cuando lo estime conveniente.
- El presidente dirige la Directiva y tiene las siguientes funciones:
- Presidir las reuniones de Asamblea General y directiva.
- Velar por el cumplimiento de los estatutos y reglamentos de la Corporación y de las decisiones que tome la directiva.
- Presentar anualmente a la Directiva un informe de labores.
- Presentar a la Directiva las iniciativas que considere necesarias para la buena marcha de la Corporación.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009



UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Manual de Procedimientos

- Ejercer la representación legal de la Corporación en las faltas temporales o definitivas del director nacional.
- Actuar por sí mismo o a través de su representante en las reuniones y actividades de ORDEX.
- Las demás que se derive de la naturaleza de su cargo.
- Ante sus ausencias temporal o permanente, el presidente será reemplazado por el vicepresidente, quien asumirá las mismas funciones.

SECRETARIO.

- Llevar adecuadamente los siguientes libros:
 - ✍ Inscripción de miembros.
 - ✍ Actas de Asamblea General
 - ✍ los demás libros que determinen la directiva
- Actuar como secretario de la Directiva y de la Asamblea General.
- Mantener en orden el archivo general y llevar una lista alfabética de los miembros de la Corporación con sus teléfonos, direcciones y ocupaciones.
- Firmar conjuntamente con el presidente la correspondencia y demás documentos de la directiva.
- Citar a los miembros a las reuniones de Asamblea General o Directiva.
- Preparar para cada reunión de Asamblea General o de Directiva un orden del día básico.
- Expedir copia de las actas de Asamblea General y Directiva y certificar sobre su autenticidad.
- Las demás que le asigne la directiva.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009



UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Manual de Procedimientos

DIRECTOR NACIONAL.

- Dirigir los servicios administrativos de la Corporación y ordenar todo lo conducente a su funcionamiento eficiente.
- Nombrar y remover el personal al servicio de la Corporación.
- Efectuar toda clase de gastos y celebrar toda clase de contratos relacionados con los servicios de la Corporación, cuando su cuantía no exceda del monto que fije la directiva.
- Rendir un informe de actividades en cada reunión ordinaria de la directiva.
- Promover las medidas necesarias para la mejor organización de la Corporación.
- Ejercer la presentación legal, judicial, y extrajudicial de la Corporación.
- Las demás que la Directiva le señale de acuerdo con la naturaleza de su curso.
- Organizar y manejar todo lo referente a los programas de intercambio, a la participación de los diversos estudiantes, y tomar las decisiones que sean pertinentes.
- Vigilar porque se lleve la contabilidad de la Corporación y las actas de las reuniones de la Asamblea General.
- Inspeccionar regularmente los bienes de la Corporación, procurando que se tome las medidas necesarias para la conservación de los mismos.
- Preparar anualmente el plan operativo para conocimiento y aprobación por la directiva, tomando en consideración los fines esenciales de la Corporación.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009



PP-9
5 de 10

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Manual de Procedimientos

CONTABILIDAD

- Registro de egresos de pagos con la emisión de retenciones (de ser el caso).
- Registro del número de cheque con el que se está haciendo el pago y/o fecha de transferencia de ser el caso, los egresos incluyen pagos de arriendos tanto en Quito como en Guayaquil y Cuenca, ingreso y generación de archivos en el sistema bancario para transferencias electrónicas, generación de planillas y pago de las líneas telefónicas, clasificación de cuentas para el pago de cada una de las tarjetas de crédito, reposición de los gastos con caja chica tanto de Quito como Guayaquil, Elaboración de roles de cada quincena.
- Pago de impuestos al SRI en las fechas establecidas, con la emisión de formularios revisados previamente (por el contador) y anexos transaccionales.
- Registro de ingreso de cobros según el número secuencial de recibo y archivo de acuerdo a cada ciudad.
- Registro de ingresos por cobro en tarjetas de crédito y confirmación de las acreditaciones en cuenta bancaria.
- Revisión y/o impresión de los estados de cada una de las cuentas bancarias.
- Verificación y pagos de aportes al IESS mensualmente tanto en Cía. Ltda. como en Corporación.
- Emisión de contratos de trabajo y su ingreso al Ministerio de Trabajo.
- Emisión y cálculo de las actas de finiquito con su respectivo ingreso en el Ministerio de Trabajo.
- Emisión y cálculo de los décimos que por ley deben ser pagadas en las fechas establecidas por la ley, con su respectivo ingreso al ministerio de trabajo.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009



UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Manual de Procedimientos

- Mantener al día los archivos en forma secuencial y por fechas.
- Facturación cada cierto periodo y emisión de los mismos cuando el participante lo requiera.
- Archivo de contratos, acuerdos, documentos legales y demás trámites de la corporación.
- Ir a los bancos a realizar diferentes pagos o diligencias.
- Brindar apoyo informativo al Contador.
- Brindar apoyo en recepción en cuanto a cobros, pago de cheques y demás, tanto en Quito, Guayaquil o Cuenca.
- Proporcionar información en cuanto a pagos de cada participante con el apoyo del Contador.
- Revisión de equipos cuando se cae la señal de Internet.
- Asistir a ferias y stand de promoción.

LOGÍSTICA

- Atender al aplicantes, en forma cordial y eficiente, en la oficina y vía telefónica, dando información sobre los programas.
- Elaborar la información necesaria sobre los programas que ORDEX ofrece: presentaciones, documentos, información de visas, etc.
- Mantener la comunicación entre los estudiantes, las organizaciones en el exterior y ORDEX.
- Mantener la comunicación entre ORDEX UIO y las otras oficinas y agentes.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009

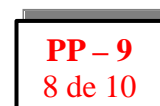


UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Manual de Procedimientos

- Preparar y mantener actualizada la base de datos de proyectos de voluntariado/pasantías.
- Contactar opciones de proveedores para los servicios de ORDEX: alojamiento, tours, transporte, etc.
- Crear nuevos convenios con organizaciones que faciliten la promoción de los programas en Ecuador (exterior).
- Preparar nuevas opciones de programas en Ecuador: voluntariado, pasantías, programa TEFL.
- Revisar la pagina web y procesar cualquier booking realizado por este medio.
- Enviar periódicamente las listas de comisiones de manera detallada a contabilidad en Quito para su respectiva revisión y liquidación.
- Brindar información en ferias.
- Recepción de datos de los aplicantes para registro en Base de Datos, cuando vienen directamente a la oficina o llaman por teléfono.
- Recibir las aplicaciones de Programas, de acuerdo con los requisitos del programa al que el participante esté aplicando.
- Asistir con la información o provisión de formatos u hojas informativas a los representantes en provincias.
- Realizar filtro de información telefónica y de visitas para depurar Base de Datos y realizar seguimiento semanal o de acuerdo a la disponibilidad de tiempo.
- Realizar el cobro de las cuotas de cada programa y registrar cada uno de ellos en la lista de control de pagos.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009



UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Manual de Procedimientos

- Hacer seguimiento cuando el plazo de los pagos se cumpla.
- Iniciar y actualizar en una lista a cada participante registrado dependiendo del programa de interés, junto con los números de teléfono, nombres de contacto, e-mail y alguna observación específica.
- Mantener lista de pendientes para futuros grupos
- Asistir a los Coordinadores, Informar sobre los programas en Colegios y Universidades.
- Llevar material de promoción y tarjetas de presentación.
- Anotar los datos de los interesados para seguimiento futuro.
- Verificar el número de minutos consumidos en el mes de la base de celular y alertar a los usuarios sobre el plan de consumo mensual.
- Cuidar la presentación de las carteleras.
- Solicitar o hacer la adquisición de materiales de oficina (hojas, CDS, rollos para fax)
- Llenar las guías de envío de documentos al exterior (UPS) y a provincias (Serví entrega)
- Despachar paquetes y verificación de la recepción de paquetes.
- Cobro con tarjeta de crédito. Registrar en los recibos y entregar en la dirección.
- Realizar el cobro del valor de la tarjeta.
- Revisar y solicitar copias necesarias y actualizadas de las hojas informativas para ser distribuidas en Ferias y a los estudiantes que solicitan información de los diferentes programas.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Manual de Procedimientos

MARKETING

- Presentar a la corporación con instituciones de posibles aplicantes
- Buscar ferias y eventos para presentaciones
- Preparar y mantener actualizada la base de datos de los programas.
- Enviar e-mails a interesados en los programas.
- Realizar búsqueda de aplicantes potenciales vía Internet y procesar bookings.
- Realizar llamadas de seguimiento a: información enviada por fax o e-mail y pagos pendientes.
- Realizar búsqueda vía Internet de aplicantes potenciales.
- Brindar información en ferias.
- Establecer nuevos contactos con proyectos o Corporación para la ejecución de los Programas en Ecuador.
- Llevar material de promoción y tarjetas de presentación.
- Anotar los datos de los interesados para seguimiento futuro.
- Evaluar periódicamente el mercado y la competencia.
- Evaluar periódicamente las ventas realizadas
- Determinar el presupuesto destinado para publicidad.
- Diseñar, renovar y publicar nuevos avisos en medios publicitarios
- Diseñar medios publicitarios que permitan el conocimiento de la corporación en ferias y medios de publicación.
- Ejecutar los objetivos y programas de publicidad que la organización planifica periódicamente a fin de apoyar los objetivos de comunicación y marketing.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009



PP - 9
10 de 10

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Manual de Procedimientos

RECURSOS HUMANOS

- Proponer las políticas generales de administración de los recursos humanos, teniendo en consideración las normas estatutarias pertinentes y los principios de administración de personal.
- Mantener actualizados la documentación y los registros con todos los antecedentes y la información referida al personal.
- Ejecutar y tramitar la incorporación, promoción, retiro o destinación del personal, como también lo relativo a licencias, permisos, asignaciones familiares y todo lo relacionado a solicitudes del personal.
- Asegurar la operatividad de los trámites administrativos relacionados con licencias médicas, cargas familiares, asistencia, permisos y vacaciones y otros trámites y/o certificaciones que requiera el personal.
- Controlar la asistencia y los horarios de trabajadas.
- Calcular, registrar y pagar las remuneraciones del personal.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Planificación Estratégica

■ Misión

“Contribuir al desarrollo del talento humano Ecuatoriano y del extranjero a través de diversos programas educativos, profesionales y de intercambio cultural, orientados por un grupo humano íntegro y capacitado.”

■ Visión

“Convertirse en el principal generador de oportunidades en el Ecuador de desarrollo personal y profesional para jóvenes ecuatorianos y extranjeros a través de nuestros programas”

Objetivos

- Fomentar las relaciones educativas y culturales con otras naciones para crear un mejor entendimiento universal, mediante el Intercambio estudiantil y la conducción de diferentes actividades culturales en el plano internacional y nacional.
- Promover oportunidades de intercambio entre estudiantes ecuatorianos y ciudadanos de otros países.
- Fomentar diversas actividades educativas que promuevan el aprendizaje intercultural.
- Establecer sistemas de becas o programas similares para el intercambio educativo y cultural.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Planificación Estratégica

Estrategias

- Ofrecer un servicio intercambio estudiantil, profesional y cultural con cualidades de personalización que lo diferencien de la competencia y así crear lealtad hacia el servicio por parte de aplicantes.
- Especializarse en el servicio de Intercambio Cultural y principalmente en la seguridad de los aplicantes, para así transformarse en un prestador de excelentes servicios.

Principios

- Bienestar personal
- Excelencia
- Motivación
- Puntualidad
- Creatividad e Innovación
- Eficiencia
- Igualdad
- Integridad

Valores

- Respeto
- Solidaridad
- Ética
- Honestidad
- Responsabilidad
- Lealtad
- Perseverancia
- Disciplina

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009



UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Planificación Estratégica

Políticas:

- Los pagos de los programas solamente serán receptados a través de depósito o transferencia bancaria a la cuenta corriente de la Corporación ORDEX en el Banco del Pichincha, cheque cruzado a nombre de la Corporación o mediante tarjeta de crédito, si el pago es diferido a máximo a 6 meses plazo con intereses. Los datos de la cuenta corriente serán otorgados por cada coordinador del programa y no se proporcionará a cualquier persona.
- Los empleados podrán acceder a facilidades y ayudas económicas en la aplicación a los cursos de intercambio cultural, solamente después de pasar un año de desempeño laboral en algún cargo de la Corporación.
- Los pagos de los programas será siempre según la siguiente facilidad: 10% inscripción, 80% segundo abono y 10% antes del viaje.
- Cada tres meses se realizará una campaña publicitaria en algún medio de comunicación masivo del país o la ciudad de interés, además de crear convenios con instituciones educativas para la difusión del nombre de Ordex y el reclutamiento de aplicantes; el monto designado a publicidad será de \$ 2500 anuales.
- El promedio de aplicaciones mensuales para todos los programas será de 50 aplicantes, así como el reclutamiento por medio de convenios.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Planificación Estratégica

Políticas:

- Las oficinas de Guayaquil y Cuenca deberán presentar anualmente un incremento en el reclutamiento de sus aplicantes de 10%, de manera puedan representar los costos de mantención de dichas oficinas.
- Se establecerá varios canales de comunicación con los aplicantes, entre ellos existirán bases de datos específicas por oficina y por programas, los cuales contarán con los datos personales de los aplicantes, para uso exclusivo de la corporación.
- La selección del personal se realizará mediante concursos de merecimiento y oposición, de manera que se determine la idoneidad del empleado para el respectivo cargo.
- De acuerdo a las políticas corporativas, el nivel de rotación de personal dentro de la corporación, debe ser menor al 5%, de manera que las personas puedan hacer carrera en la entidad.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ■ Variedad de productos para diferentes segmentos ■ Convenios con universidades en el exterior USA, Inglaterra. ■ Precios más convenientes que la competencia ■ Manejo de gran variedad de destinos y programas 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Más necesidad de estudiar otro idioma para estar de acuerdo a las exigencias del mercado y ser más competitivo. ■ Existe un mercado potencial alcanzable. ■ Padres de familia buscan mejores oportunidades para sus hijos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ■ Corporación pequeña y con poco tiempo en el mercado en relación a la competencia ■ Corporación en crecimiento y todavía no se encuentra en el top of mind del consumidor ■ No tiene un presupuesto muy alto para publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Inestabilidad económica en el país ■ Existen gran número de corporación de intercambio ■ Falta de confianza de algunos padres de familia por enviar a sus hijos en intercambios culturales.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Listado de Empleados

Nº	NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	FECHA DE INGRESO	OBSERVACIONES
1	ESPINOZA ARELLANO ANDRES VINICIO	Auxiliar Contable	01/03/2006	
2	BARREIROS BETANCOURT MARIA GABRIELA	Coordinadora Au Pair	01/08/2006	
3	MOSCOSO HUAYAMAVE ANDRES FELIPE	Coordinador GYE	01/10/2005	
4	MARTINEZ SALAZAR ANA PAOLA	Director de programas	01/02/2004	
5	CABRERA ORDOÑEZ LILIANA MARLENE	Asistente GYE	01/07/2008	
6	TORRES RIVERA KARLA PAULINA	Coordinadora programas inbound	01/07/2004	
7	IZA BELTRÁN JUAN PATRICIO	Mensajero	01/03/2008	
8	BETANCOURT DÍAZ VICTOR ALEJANDRO	Coordinador W&T	04/01/2009	
9	PLAZA MECÍAS JORGE DANIEL	Coordinador W&T	04/01/2009	
10	ORDOÑEZ ALTAMIRANO ELSIE	Representante Riobamba	15/04/2008	
11	RODRIGUEZ VINUEZA GEMMA	Representante Ambato	25/02/2007	
12	RIVERA SANCHEZ TERESA DEL CARMEN	Directora Nacional	11/01/2005	
14	MEDINA LANAS GUSDALUPE	Contadora	24/11/2006	

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	02/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	02/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Entrevistas al Personal de la Corporación

Ejecutor: Cristina Navarrete Andrade

Entrevistado: Paola Martínez

Cargo: Coordinadora General de Programas

1. ¿Cómo está estructurada la Corporación?

La Gerencia está a la cabeza con la Sra. Rivera, dueña y directora, quien cuenta con una asistente de Gerencia y Recepcionista, al mismo tiempo.

En la parte interna se encuentra el departamento de Operaciones, el cual se encarga de los programas de Año Académico, Idiomas, Pasantías y Campamentos de verano; del que estoy a cargo, luego se encuentra los departamentos por cada programa: El de Au-Pair, conformado por 1 persona; el de Work & Travel, conformado por 2 personas; además existe un área contable con 2 personas, el área de marketing a cargo de una persona más y el área de la mensajería con 1 persona.

2. ¿Cómo describe el ambiente laboral?

El clima laboral es cálido de inicio, pero se vuelve desgastante con el tiempo debido a la presión, la cantidad de trabajo y la falta de reconocimiento del trabajo desempeñado, por parte de la Dirección.

Existe mucha competencia entre departamentos ya que los programas tienen casi las mismas características.

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Entrevistas al Personal de la Corporación

Ejecutor: Cristina Navarrete Andrade

Entrevistado: Paola Martínez

Cargo: Coordinadora General de Programas

3. ¿Tiene autonomía y herramientas necesarias para la ejecución de sus actividades?

El control lo posee Dirección, quien aprueba o desaprueba toda decisión, lo que es un problema puesto que a veces la gerencia está ocupada y retrasa decisiones pequeñas que podrían ser tomadas por cada departamento.

4. ¿Cuáles son las motivaciones que recibe de su jefe inmediato por su desempeño laboral?

Hace 3 años la Directora me envió de coordinadora de un campamento en Florida, ella me ayudó y me facilitó el viaje, aunque yo tuve que correr con los gastos de los pasajes el resto me lo dio la corporación.

5. Brinde una recomendación para el mejoramiento de la gestión corporativa

Debería existir una planificación periódica de las cosas y la descentralización de la toma de decisiones.

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Entrevistas al Personal de la Corporación

Ejecutor: Cristina Navarrete Andrade

Entrevistado: Andrés Espinoza

Cargo: Auxiliar de Contabilidad

1. ¿Tiene autonomía y herramientas necesarias para la ejecución de sus actividades?

En ciertas actividades sí, ya que mis funciones dependen del tiempo, pero siempre tengo la presión de la directora, que muchas veces se contradice en lo que pide.

2. ¿Cuáles son las motivaciones que recibe de su jefe inmediato por su desempeño laboral?

A parte del sueldo mensual, ninguna, mi contrato es a medio tiempo debido a mis estudios, al contrario tengo presión de cumplir siempre más.

3. ¿Los ingresos y desembolsos de dinero son realizados mediante controles y sistemas de seguridad?

De acuerdo a políticas de cobro. Los desembolsos solo con la autorización de Dirección.

4. Brinde una recomendación para mejorar de la gestión corporativa

Mayor Especificación de Funciones.

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Entrevistas al Personal de la Corporación

Ejecutor: Cristina Navarrete Andrade

Entrevistado: Teresa Rivera

Cargo: Directora/ Representante Legal

1. ¿Cómo percibe los controles a los procedimientos en el desempeño laboral de las actividades corporativas?

Se trata en lo posible de controlar al máximo al personal y las actividades que ellos realizan, para de esta manera motivar a la excelencia y sobre todo cumplir con los niveles de ventas de programas.

2. ¿Cuál piensa que es la máxima fortaleza de ORDEX?

Contar con una gran variedad de destinos, por no decir todos y con todo tipo de programas encaminados para todos los gustos, clases y necesidades. Además de ser la organización con los mejores y más accesibles costos en el mercado de intercambio estudiantil.

3. ¿En su opinión que le falta a ORDEX?

La crisis internacional ha hecho que la economía familiar se desestabilice, razón por la cual, ha bajado notablemente el acceso a los programas, es por ello que considero que nos falta más publicidad y mecanismos que permitan mostrar y convencer que somos la mejor organización con servicio de intercambio cultural.

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Narrativa General

Se realizó un recorrido por las instalaciones de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural y se pudo encontrar que esta cuenta con infraestructura apropiada en donde cada uno de los componentes de la entidad puede realizar sus actividades de una manera adecuada.

■ ADMINISTRACIÓN

La Corporación ORDEX es una organización que maneja una comunicación formal no bien definida, que en la mayoría de los casos es superada por la comunicación informal. La misma que en lugar de concretar la identidad Corporaciones, se está traduciendo en una herramienta de propagación de chismes que atentan a la unidad del personal y que modifican el clima laboral de la organización.

Es una organización que posee varios departamentos, en los que trabajan 1 o 2 personas. La Gerencia está a la cabeza de la organización, la cual está liderada por la Sra. Teresa Rivera, dueña y directora de la misma, quien cuenta con una asistente de Gerencia y Recepcionista, al mismo tiempo.

En la parte interna se encuentra el departamento de Operaciones, este departamento se encarga de los programas de Año Académico, Idiomas, Pasantías y Campamentos de verano; el mismo que está a cargo de una sola persona, la cual lleva en la entidad alrededor de 5 años, siendo la que más tiempo ha perdurado en la Corporación.

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Narrativa General

Dentro del área de operaciones, se encuentra cada departamento según cada programa, el de Au-Pair, conformado por una persona; el de Work & Travel, conformado por dos personas; además existe un área contable con 2 personas, el área de marketing a cargo de una persona más y el área de la mensajería con 1 persona.

El trabajo que se realiza es bajo presión y cada departamento es el responsable de sacar a flote sus aplicantes. Existe mucha competencia entre departamentos puesto que los programas son variados y las características de los aplicantes pueden ser las mismas en varios de ellos.

El control lo posee la Dirección, quien aprueba o desaprueba toda decisión, lo que es un problema puesto que existen momentos en que la gerencia está ocupada y retrasa decisiones pequeñas que podrían ser tomadas por cada departamento. El clima laboral es muy cálido de inicio, pero se vuelve desgastante con el tiempo debido a la presión, a la cantidad de trabajo y a la falta de reconocimiento del trabajo desempeñado por los trabajadores.

Existe gran rotación de personal, por lo que no se puede dar un seguimiento consciente de los estudiantes, lo que crea un ambiente laboral de incertidumbre tanto para el público interno como para el externo. Esta constante variabilidad del personal provoca también una falta de fidelidad a la Corporación, es decir, los trabajadores no se comprometen, están siempre en la búsqueda de una mejor opción laboral.

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Narrativa General

Todo se hace dependiendo de lo que se necesite al momento, sin planificación previa ni a corto, ni a largo plazo y, muchas veces bajo la única opinión de la Directora y dueña de la Organización, Sra. Teresa Rivera.

De acuerdo a ello, el personal no se encuentra identificado con la organización, por lo que no se proyecta una imagen interna sólida de la misma. Tampoco existe una concepción unificada de lo que es la organización; es decir, no existe una gestión de la comunicación adecuada.

■ RECLUTAMIENTO DE APLICANTES.-

El reclutamiento de los aplicantes empieza en el área de marketing, cuando se busca oportunidades en colegios y universidades, para poder ofertar los programas, la búsqueda consiste en dar a conocer a la Corporación, mediante visitas y peticiones de la entidad y sus Directivos, esto conlleva a que dichas instituciones inviten a la organización a participar en las ferias ofertantes de estudios de pregrado y postgrado tanto nacional como internacional.

En las ferias se lleva a cabo la oferta de los programas de acuerdo a las características del segmento en donde se encuentren, por ejemplo si están en colegios se ofrecerá Año Académico, en universidades Pasantías, etc. Además se obtiene una base de datos de todas las personas interesadas, para un posterior envío de información, invitaciones y seguimiento.

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Narrativa General

Una vez en las oficinas, se recepta a los interesados, haciéndoles llenar una hoja de datos personales e intereses, para uso del coordinador de programas y seguimientos posteriores, además el aplicante deja referencia del porqué acude a ORDEX, es decir se determina el medio por el cual se enteró de la entidad.

La recepcionista basándose en la información antes mencionada, procede a enviar al coordinador del programa respectivo. Este a su vez otorga toda la información acerca del programa de interés del aplicante, en cuanto a destinos, costos, alojamiento, formas de pago y procedimientos para acceder a los programas; una de las fortalezas de esta organización es el asesoramiento total sin necesidad de que el aplicante esté inscrito, además procede a plasmar todas las novedades del aplicante en la hoja de datos.

Si después de esto el aplicante no decide aún, sus datos pasan a formar parte de una base de datos para seguimientos, al contrario, si el aplicante se encuentra decidido, se procede a la inscripción, esto se lo realiza receptando el comprobante del depósito del valor de la misma, por parte de la recepcionista y elaborando un recibo de pago; una de las políticas de cobro es el de no manejar efectivo.

Si es el caso, el aplicante da una prueba de inglés, ya que para algunos programas, un nivel intermedio del idioma es requisito indispensable para acceder a estos; el aplicante debe obtener un puntaje mínimo para el programa de elección, si no lo consigue en la primera oportunidad, posee 2 oportunidades adicionales, lo cual no es ético, ya que es la misma prueba.

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Narrativa General

Posteriormente se le entrega la aplicación, los cuales son documentos de inscripción para las escuelas u organizaciones internacionales, una vez entregados llenos, son escaneados y enviados físicamente o vía mail a las instituciones internacionales; si es de preferencia del aplicante recibir los documentos de aceptación originales, debe cancelar un valor adicional al precio del programa correspondiente al Courier de envío; caso contrario se recibirá copias de los mismos, así como los contratos y condiciones de participación.

A la par se asesorará al aplicante para reunir toda la documentación de respaldo para la presentación de este o su carpeta en la embajada del país de destino. Una vez que esto sucede se espera el otorgamiento o negación de visa; si la visa es negada se procede a pedir por escrito la devolución del dinero, la cual mediante autorización y verificación de valores por parte de la Dirección se autoriza a contabilidad a realizarla.

Si la visa es otorgada, se cobra la totalidad del programa para entregar las confirmaciones de traslado de aeropuerto, datos de registro en el centro de estudios y datos de la familia anfitriona.

Finalmente se proporciona una orientación antes del viaje y se espera a que el aplicante viaje. Muy pocas veces se da seguimiento durante el viaje, a no ser que el aplicante requiera alguna cosa y sea él que se comunique con la entidad.

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Narrativa General

■ Ingresos

El departamento contable es el encargado del registro y la contabilización de los valores, tanto los que ingresan como los que salen.

La causa del ingreso se da por el pago de los programas de intercambio cultural por parte de los aplicantes, razón de ser de la Corporación. En todos los programas las formas de pago están determinadas de la siguiente forma:

- ✍ Inscripción \$50.00
- ✍ 2do. Abono 80% del valor del programa (antes del envío de documentos)
- ✍ El valor restante luego de obtener la visa.

Los pagos se receiptan mediante depósito, transferencia bancaria, cheque cruzado o mediante tarjeta de crédito, diferido máximo 6 meses con intereses. Recepción recibe el pago, es aquí donde se realiza el recap del voucher, si es el caso; se emite un recibo original, el cual se le entrega al aplicante y dos copias, una se queda en la recibera y a la otra se le adjunta el comprobante del depósito, con los datos del depositante, posteriormente se lo registra en el sistema provisional de pagos, el cual es un archivo en formato Excel, compartido entre recepción y contabilidad; dividido en hojas de cálculo, cada una de ellas es un programa de intercambio, allí está los datos de los aplicantes y los recibos que respaldan sus pagos, el valor de sus programas y el saldo faltante.

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Narrativa General

Los recibos enviados desde Guayaquil y Cuenca, también son receptados por recepción y registrados en el sistema de la forma descrita anteriormente. Posterior a esto, se sumilla cada uno de los recibos, representando el ingreso al sistema, para ser entregados con un detalle semanal a la Dirección.

La Directora revisa los pagos semanales, y controla que los recibos y respaldos estén llenos correctamente; si se posee cheques o Boucher, envía al mensajero a ser depositados, y espera por los comprobantes de los depósitos individuales, para adjuntarlos en los recibos respectivos. Luego son enviados a contabilidad para que sean revisados en el sistema provisional, y registrarlos en el sistema contable definitivo.

■ Desembolsos

Los desembolsos son pagos realizados a las instituciones internacionales, las cuales nos envían estructurado los programas que ofrecemos, estos a su vez exigen tener depositado el 15% de la totalidad del programa para enviar los documentos de aceptación del aplicante. Este pago se lo realiza verificando el 2do. Abono por parte del aplicante del 80% del valor del programa. El pago se realiza por medio de transferencia bancaria internacional por medio de la cuenta bancaria internacional del Banco Pichincha Miami, este, solo recibe este tipo de transferencias los días Miércoles y Viernes.

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Narrativa General

El auxiliar contable es el encargado de realizar la verificación del pago, pero este cargo es ocupado por un estudiante que trabaja medio tiempo, por lo cual es imposible la total comunicación, por tanto solo se remite a hacer su trabajo, sin verificar, es aquí donde se presentan irregularidades, ya que sin que el aplicante realice su pago, la corporación paga el valor al exterior.

Para que la transferencia se ejecute es necesario que se llene tres tipos de formularios, el uno, para solicitar la transferencia, el otro para destinar el dinero y el otro para especificar el valor; el auxiliar contable es el responsable de realizar y estos formularios con los valores y destinatarios correspondientes; posteriormente estos formularios son verificados y firmados por la Dirección.

Si los desembolsos son para gastos internos de la corporación, la recepcionista recibe las facturas dejadas, y las pasa a contabilidad; el auxiliar contable verifica los valores detallados en la factura y emite los comprobantes de egreso y las respectivas retenciones en la fuente, para que pasado el día 5 de cada mes, se realice el pago, estos comprobantes son controlados por Dirección, y finalmente aquí es donde se emite el cheque, para esperar el cobro y la firma del comprobante de egreso y retención en la fuente.

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	03/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
PLANIFICACIÓN ESPECÍFICA
Programa de Trabajo

N°	DESCRIPCIÓN	REF P/T	Elab. Por:	OBSERVACIONES
1.	Realice la evaluación de Control Interno, aplicando Cuestionario que analicen cada componente de Control.	ECI - 1	R.D.	
2.	Mediante una Matriz, determine el nivel de riesgo y confianza, existente en la corporación.	ECI - 2	C.N.	Se aplicará la colorimetría
3.	Elabore los Flujogramas de los subcomponentes que se encuentra evaluando	ECI - 3		
4.	Elabore la Carta a la Asamblea General referente a la Evaluación del Sistema de Control Interno.		C.N.	
5.	Realice el Plan Específico de Auditoría en el cual se considere: <ul style="list-style-type: none"> ■ Motivos del examen ■ Objetivos del examen ■ Alcance del examen ■ Base legal ■ Objetivos de la Corporación ■ Estructura administrativa de ORDEX ■ Técnicas y procedimientos a aplicarse en el transcurso del examen. 	PE - 3	R.D.	
6.	Realice los programas de Auditoría con los procedimientos que fuesen necesarios para determinar y recopilar evidencia suficiente y competente para el examen a los componentes corporativos.	PE - 4	R.D.	

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO
Cuestionario Aplicado

N°	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
Ambiente de Control				
1.	¿Existe una estructura organizativa dentro de la organización?	x		
2.	¿Las normas y procedimientos de la organización se encuentran en algún documento escrito?	x		
3.	¿Están claramente definidas las responsabilidades de los integrantes de los departamentos?	x		
4.	¿Considera que los empleados ejercen sus funciones de acuerdo a las normas y procedimientos establecidos?	x		
5.	¿Se analiza el conocimiento y las habilidades del personal para desempeñar adecuadamente su trabajo?	x		No todo el personal ingresa mediante concurso de merecimientos.
6.	¿Considera que el personal actual se encuentra capacitado para el desenvolvimiento y exigencias del mismo?	x		
7.	¿Los niveles ejecutivos y directivos están integrados por personal con conocimiento suficiente y experiencia en el giro del negocio?	x		
8.	¿Se realizan sistemática y oportunamente las reuniones de los niveles directivo y ejecutivo?		x	Existe solamente una acta de una reunión realizada.
9.	¿Es suficiente y oportuna la información al nivel Directivo, para permitir el monitoreo de los objetivos y estrategias de la administración, la posición financiera, los resultados de operación de la entidad, y los términos de los acuerdos significativos?	x		Información requerida, periódicamente, específicamente en inconvenientes presentados.
10.	¿Existe un bajo nivel de rotación del personal en funciones claves?		x	4 personas han pasado por el cargo de recepcionista
11.	¿Existe preocupación de la administración, hacia la actividad de contabilidad y se preocupa de la confiabilidad de los informes financieros y la seguridad de los bienes y activos?	x		

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO
Cuestionario Aplicado

Nº	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
12.	¿Hay frecuente interacción y comunicación entre el nivel Ejecutivo y Directivo?		x	No existe actas de reuniones ejecutadas, falta de comunicación
13.	¿Es suficiente el número de trabajadores en las actividades de administración, operación y control?		x	La administración y control, lo ejerce la Directora Nacional
14.	¿Es adecuada la asignación de responsabilidad y la delegación de autoridad, para cumplir con las metas y objetivos de la entidad, las funciones de operación y los requerimientos?		x	La directora es la que ejecuta todo nivel de control y autoridad
15.	¿Son convenientes los procedimientos, relacionados con el control?	x		
16.	¿Existe un número apropiado de personal, particularmente con respecto al procesamiento de datos y a las funciones de contabilidad, con los niveles de habilidades requeridos relativos al tamaño de la organización, naturaleza y complejidad de sus actividades y sistemas?		x	Existe acumulación de funciones al cargo de recepción, ya que cumple también con asistencia a dirección.
17.	¿Se aplican adecuadamente las políticas y los procedimientos para la vinculación, el entrenamiento, la promoción y la compensación de trabajadores?	x		
18.	¿Son convenientes las acciones desarrolladas, en respuesta a las desviaciones de las políticas y los procedimientos aprobados?	x		
Evaluación del Riesgo				
19.	¿Los objetivos generales de la organización expresan declaraciones y orientaciones suficientes sobre lo que la entidad desea alcanzar?	x		
20.	¿Es efectiva la comunicación de los objetivos generales de la entidad, al nivel Directivo y a los trabajadores?	x		
21.	¿Hay relación y consistencia de las estrategias, con los objetivos generales de la entidad?	x		

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO
Cuestionario Aplicado

N°	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
22.	¿Existe vínculo de los objetivos a nivel de actividad, con los objetivos generales de la entidad y con los planes estratégicos?		X	Objetivos generales asumidos como objetivos de actividad
23.	¿Hay relación de los objetivos a nivel de actividad, para con todo el proceso administración?	X		
24.	¿Son específicos los objetivos a nivel de actividad?	X		No existe objetivos por área, a excepción de marketing
25.	¿Son adecuados los recursos en relación con los objetivos?	X		
26.	¿Están identificados los objetivos importantes para la consecución de los objetivos generales de la entidad?	X		No hay registro físico de objetivos importantes.
27.	¿Están comprometidos todos los niveles de la dirección, en la definición de los objetivos y en su divulgación en la cual ellos están responsabilizados con su cumplimiento?		X	No existen objetivos específicos por cada área de trabajo
28.	¿Son convenientes los mecanismos para identificar los riesgos provenientes de fuentes externas?	X		
29.	¿Son convenientes los mecanismos para identificar los riesgos provenientes de fuentes internas?	X		
30.	¿Están identificados los riesgos significativos para cada objetivo importante a nivel de área?	X		
31.	¿Se chequea el cumplimiento del Manual de procedimientos y se adoptan medidas ante incumplimientos?	X		
32.	¿Existen mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectan los objetivos generales y particulares?	X		
33.	¿Existen mecanismos para identificar y reaccionar a los cambios, que puedan surgir y afectar el cumplimiento de la misión y visión?	X		

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO
Cuestionario Aplicado

N°	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
Actividades de Control				
34.	¿Existen procedimientos de control necesarios, por subsistemas, operaciones y procesos claves para la entidad?	X		
35.	¿Se utilizan apropiadamente las actividades de control identificadas teniendo en cuenta los aspectos siguientes?			
	Análisis efectuados por la dirección.	X		
	Seguimiento y revisión por parte de los responsables de las diversas funciones o actividades.	X		
	Comprobación de las transacciones en cuanto a exactitud, totalidad, y autorización pertinente, aprobaciones, revisiones, cotejos, recálculos, análisis de consistencia, pre numeraciones.	X		
	Controles físicos patrimoniales: arqueos, conciliaciones y recuentos.	X		
	Programas de seguridad para restringir el acceso a los activos y registros.	X		
	Segregación o separación de funciones.		X	Cuellos de botella existentes
	Aplicación de indicadores de rendimiento y su análisis pertinente.		X	No se ha aplicado medición por indicadores
	Procesamiento de datos, adquisición, implantación y mantenimiento del software, seguridad en acceso a sistemas.	X		
Información y Comunicación				
36.	¿Son adecuados los mecanismos establecidos para la obtención de información externa e interna y el suministro a la dirección de los informes necesarios, sobre el desempeño de la entidad en relación con los objetivos establecidos?	X		

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO
Cuestionario Aplicado

N°	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
37.	¿Se revisan los sistemas de información, sobre la base del plan estratégico para sistemas de información enlazado con la estrategia general de la entidad, y de acuerdo con sus objetivos generales y con los objetivos de nivel de actividad?	X		
38.	¿Apoya la administración el desarrollo de los sistemas de información necesarios, lo cual es demostrado por la asignación de los recursos apropiados, materiales, humanos y financieros?	X		
39.	¿Es efectiva la comunicación a los trabajadores de sus deberes y responsabilidades respecto a su trabajo?	X		
40.	¿Están establecidos canales de comunicación, que faciliten el informe de acciones deshonestas o inapropiadas en el área de trabajo?		X	Independencia de comunicación sobre el mal uso de la tecnología.
41.	¿Hay receptividad por parte de la dirección en las sugerencias de los trabajadores, referentes a las maneras de aumentar la calidad de los servicios prestados u otros mejoramientos similares?		X	Nivel mínimo de receptividad debido a la concentración de decisión en la dirección
42.	¿Es precisa, suficiente y oportuna la información y la comunicación a lo largo de la entidad, para permitir que los trabajadores cumplan sus responsabilidades de forma efectiva?	X		
43.	¿Hay franqueza y efectividad en la forma de tratar a los aplicantes, proveedores y otras partes externas, tanto en la información como en la comunicación sobre los servicios?	X		
44.	¿Son oportunas y apropiadas las acciones de parte de los funcionarios y especialistas, derivadas de las comunicaciones recibidas de aplicantes, proveedores u otras partes externas?	X		
45.	¿Es efectiva la información y comunicación relacionada con las ciudades en donde cuentan con oficinas de extensión?	X		

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO
Cuestionario Aplicado

N°	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
Supervisión				
46.	¿Son adecuados los procedimientos de control interno que permitan que el personal al desempeñar sus funciones, obtenga evidencias sobre el funcionamiento del sistema de control interno?	X		Constancia en comunicaciones y documentos escritos
47.	¿Es adecuado el plazo en el que las comunicaciones recibidas de usuarios externos, corroboran la información generada internamente?	X		
48.	¿Se efectúan comparaciones periódicas de las cantidades registradas por el sistema de información contable con los conteos físicos programados?	X		
49.	¿Son reportadas al personal que corresponde las deficiencias de los informes?	X		
50.	¿Son efectivos los seminarios de capacitación, las presentaciones de los directivos y representantes de escuelas y encuentros para proporcionar retroalimentación importante, en relación con la efectividad de los controles internos?	X		
51.	¿Se evalúa periódicamente al personal, para establecer si entiende y cumple con los manuales existentes y desempeño regular actividades críticas de control?		X	No existe sistema de evaluación periódica, solamente al ingreso a la entidad
52.	¿Es adecuado el nivel de documentación que permita delimitar el grado de responsabilidad con las operaciones (quién aprueba, autoriza, ejecuta, revisa y registra)?		X	No hay delimitación de grado de responsabilidad, especificación por área
53.	¿Están creados los mecanismos para la obtención de información de las deficiencias identificadas?		X	

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009

**UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO**

Matriz de Evaluación

N°	SI	NO	Puntaje Obtenido	Puntaje Óptimo
1.	X		1	1
2.	X		1	1
3.	X		1	1
4.	X		1	1
5.	X		1	1
6.	X		1	1
7.	X		1	1
8.		X	0	1
9.	X		1	1
10.		X	0	1
11.	X		1	1
12.		X	0	1
13.		X	0	1
14.		X	0	1
15.	X		1	1
16.		X	0	1
17.	X		1	1
18.	X		1	1
19.	X		1	1
20.	X		1	1
21.	X		1	1
22.		X	0	1
23.	X		1	1

**UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO**

Matriz de Evaluación

N°	SI	NO	Puntaje Obtenido	Puntaje Óptimo
24.	X		1	1
25.	X		1	1
26.	X		1	1
27.		X	0	1
28.	X		0	1
29.	X		0	1
30.	X		1	1
31.	X		1	1
32.	X		1	1
33.	X		1	1
34.	X		1	1
35.1	X		1	1
35.2	X		1	1
35.3	X		1	1
35.4	X		1	1
36.5	X		1	1
35.6		X	0	1
35.7		X	0	1
35.8	X		1	1
36	X		1	1
37.	X		1	1
38.	X		1	1
39.	X		1	1

**UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO**

Matriz de Evaluación

N°	SI	NO	Puntaje Obtenido	Puntaje Óptimo
40.		X	0	1
41.		X	0	1
42.	X		1	1
43.			0	1
44.	X		1	1
45.	X		1	1
46.	X		0	1
47.	X		1	1
48.	X		1	1
49.	X		1	1
50.	X		1	1
51.		X	0	1
52.		X	0	1
53.		X	0	1
TOTAL			45	60

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009

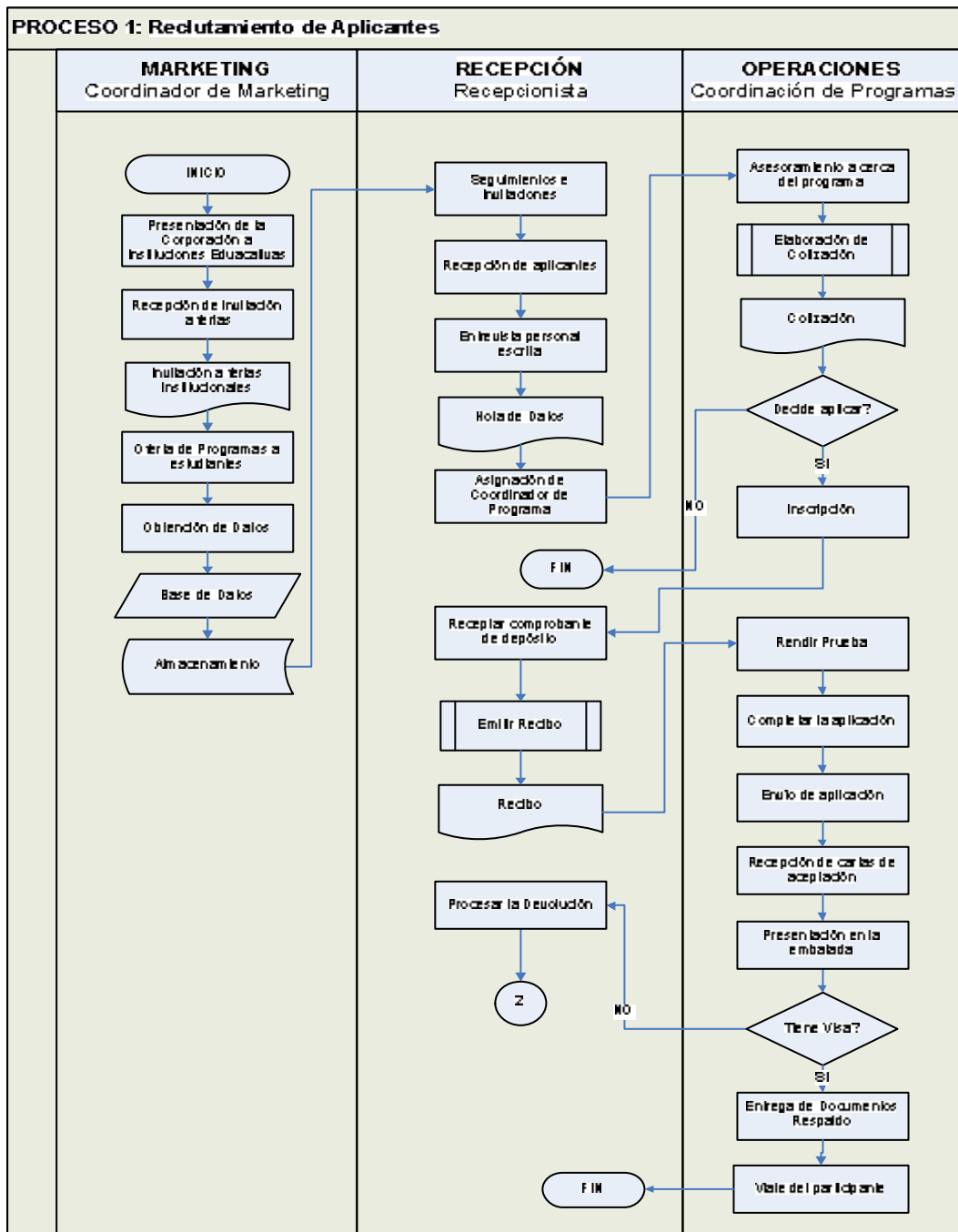
**UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO**

Matriz de Evaluación

RESULTADO DE LA EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO											
Calificación del Riesgo											
NC =	Calificación del Riesgo										
CT =	Calificación Total										
PT =	Ponderación Total										
RC =	Riesgo de Control										
Proceso de Ventas											
NC =	$\frac{CT * 100}{PT}$	$NC = (45 * 100) / 60$ $NC = 75\%$ $RC = 100 - 75 = 25\%$									
Nivel de Riesgo y Confianza:											
Rojo Naranja Amarillo Verde Azul	25	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td style="background-color: red; color: white;">15% - 50%</td></tr> <tr><td style="background-color: orange;">51% - 59%</td></tr> <tr><td style="background-color: yellow;">60% - 66%</td></tr> <tr><td style="background-color: green;">67% - 80%</td></tr> <tr><td style="background-color: blue;">81% - 95%</td></tr> </table>	15% - 50%	51% - 59%	60% - 66%	67% - 80%	81% - 95%				
15% - 50%											
51% - 59%											
60% - 66%											
67% - 80%											
81% - 95%											
	75	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td style="background-color: red;">Riesgo Alto</td></tr> <tr><td style="background-color: orange;">Mo. Alto</td></tr> <tr><td style="background-color: yellow;">Mo. Moderado</td></tr> <tr><td style="background-color: green;">Mo. Bajo</td></tr> <tr><td style="background-color: blue;">Bajo</td></tr> </table>	Riesgo Alto	Mo. Alto	Mo. Moderado	Mo. Bajo	Bajo				
Riesgo Alto											
Mo. Alto											
Mo. Moderado											
Mo. Bajo											
Bajo											
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td style="background-color: red;">Confianza Baja</td></tr> <tr><td style="background-color: orange;">Mo. Baja</td></tr> <tr><td style="background-color: yellow;">Mo. Moderada</td></tr> <tr><td style="background-color: green;">Mo. Alta</td></tr> <tr><td style="background-color: blue;">Alta</td></tr> </table>	Confianza Baja	Mo. Baja	Mo. Moderada	Mo. Alta	Alta				
Confianza Baja											
Mo. Baja											
Mo. Moderada											
Mo. Alta											
Alta											
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="padding: 5px;">Nivel de Riesgo =</td> <td style="padding: 5px; text-align: center;"><div style="background-color: green; color: white; padding: 2px 10px; display: inline-block;">Moderado Bajo</div></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Nivel de Confianza =</td> <td style="padding: 5px; text-align: center;"><div style="background-color: green; color: white; padding: 2px 10px; display: inline-block;">Moderada Alta</div></td> </tr> </table>			Nivel de Riesgo =	<div style="background-color: green; color: white; padding: 2px 10px; display: inline-block;">Moderado Bajo</div>	Nivel de Confianza =	<div style="background-color: green; color: white; padding: 2px 10px; display: inline-block;">Moderada Alta</div>					
Nivel de Riesgo =	<div style="background-color: green; color: white; padding: 2px 10px; display: inline-block;">Moderado Bajo</div>										
Nivel de Confianza =	<div style="background-color: green; color: white; padding: 2px 10px; display: inline-block;">Moderada Alta</div>										
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="padding: 5px;">Medición del Riesgo:</td> <td style="padding: 5px;">Riesgo de Control</td> <td style="padding: 5px; text-align: right;">25%</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="padding: 5px;">Riesgo Inherente</td> <td style="padding: 5px; text-align: right;">30%</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="padding: 5px;">Riesgo de Detección</td> <td style="padding: 5px; text-align: right;">20%</td> </tr> </table>			Medición del Riesgo:	Riesgo de Control	25%		Riesgo Inherente	30%		Riesgo de Detección	20%
Medición del Riesgo:	Riesgo de Control	25%									
	Riesgo Inherente	30%									
	Riesgo de Detección	20%									
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="padding: 5px;">RA=RI*RC*RD</td> <td style="padding: 5px; text-align: center;">$0.30 * 0.25 * 0.20 = 0.0125$</td> <td style="padding: 5px; text-align: right;">RA = 1.25</td> </tr> </table>			RA=RI*RC*RD	$0.30 * 0.25 * 0.20 = 0.0125$	RA = 1.25						
RA=RI*RC*RD	$0.30 * 0.25 * 0.20 = 0.0125$	RA = 1.25									

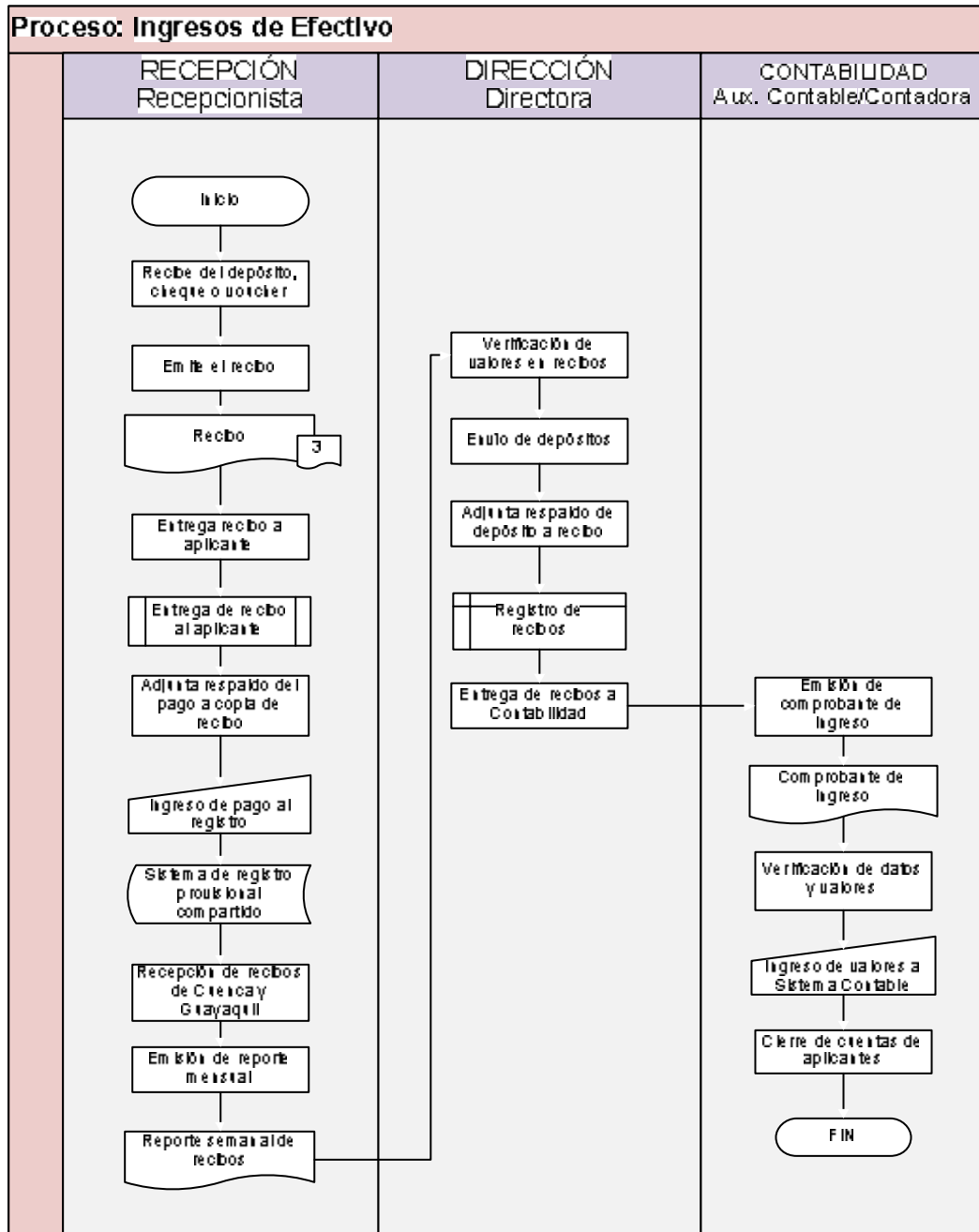
Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009

**UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO
Flujogramas**

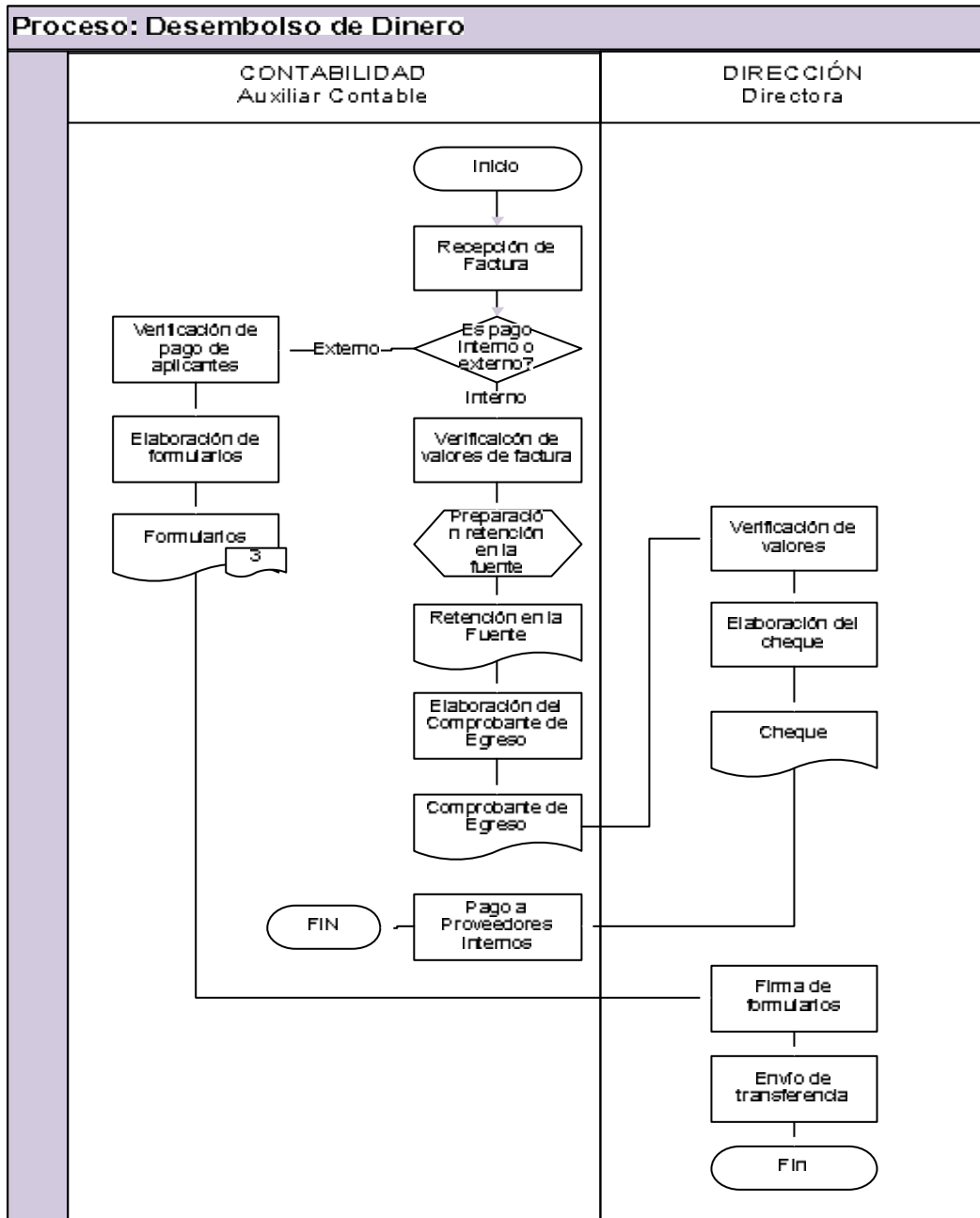


Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO
Flujogramas



UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO
Flujogramas





Quito, 4 de Febrero de 2009

Señora
Teresa Rivera
Directora Nacional de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural
Presente.-

De mis consideraciones.-

Se ha realizado la revisión, análisis y evaluación del Sistema de Control Interno de los procesos, por el periodo del 1ero. De Enero al 31 de diciembre del 2008.

El trabajo fue realizado en base a las NAGA'S y las NEA'S; además se han tomado en cuenta la normativa legal vigente relacionada con el proceso examinado. De acuerdo a la naturaleza del informe y del trabajo realizado, la evaluación del Sistema de Control Interno de los Procesos corporativos, arroja los siguientes resultados; los mismos que se encuentran reflejados en el informe adjunto que se presenta a continuación.

Se espera haber cumplido con las expectativas de la entidad, de tal forma que los comentarios y recomendaciones sean de gran utilidad para optimizar las operaciones de la organización, hecho que sin duda alguna la llevarán al éxito.

Atentamente,

Cristina Navarrete Andrade.
Auditor Interno



- No se realizan oportunamente las reuniones de los niveles directivos y ejecutivo, para lo cual se recomienda realizar un cronograma con reuniones periódicas establecidas con temas específicos a tratar, con un acta emitida en cada reunión, de los puntos tratados y difundida ante todo el personal.
- Existe un bajo nivel de rotación del personal en funciones claves, específicamente en el cargo de recepcionista, por el cual han pasado 4 personas por el cargo, para lo cual se recomienda reformular las funciones del cargo, así como la retribución a recibir del mismo.
- No existe una comunicación frecuente entre el nivel Ejecutivo y Directivo, debido a que la Dirección posee el control general de la corporación, y la asamblea general, la conforma tan solo 4 personas. Se recomienda implementar un sistema de comunicación formal, por medio de reuniones y comunicaciones para establecer delegación de funciones.
- No existen actas de reuniones ejecutadas, sin embargo, Toda reunión debe realizarse de carácter formal, cuyas determinaciones y asuntos tratados deben ser transcritos en un acta, para ser difundida al personal.
- No es suficiente el número de trabajadores en las actividades de administración, operación y control, La administración y control, lo ejerce la Directora Nacional, lo cual hace que sea dependiente de la consecución de funciones y conlleva a la demora de los procesos.
- No es adecuada la asignación de responsabilidad y la delegación de autoridad, para cumplir con las metas y objetivos de la entidad, las funciones de operación y los requerimientos. La directora es la que ejecuta todo nivel de control y autoridad, debido al escaso número del nivel directivo y ejecutivo.

- No existe un número apropiado de personal, particularmente con respecto al procesamiento de datos y a las funciones de contabilidad, con los niveles de habilidades requeridos relativos al tamaño de la organización, naturaleza y complejidad de sus actividades y sistemas. Existe acumulación de funciones al cargo de recepción, ya que cumple también con asistencia a dirección.
- No existe un vínculo de los objetivos a nivel de actividad, con los objetivos generales de la entidad y con los planes estratégicos. Los objetivos generales son asumidos como objetivos de actividad
- No son específicos los objetivos a nivel de actividad, ya que no existe objetivos por área, a excepción del área de marketing. Se recomienda establecer objetivos específicos por cada área departamental, de manera que permita medir el cumplimiento de mencionados objetivos.
- No están identificados los objetivos importantes para la consecución de los objetivos generales de la entidad. Se debería establecer cuáles son los objetivos importantes para establecer el nivel de cumplimiento.
- No están comprometidos todos los niveles de la dirección, en la definición de los objetivos y en su divulgación en la cual ellos están responsabilizados con su cumplimiento. No existen objetivos específicos por cada área de trabajo.
- No se utilizan apropiadamente las actividades de control identificadas teniendo en cuenta la segregación o separación de funciones, ya que existen cuellos de botella existentes. Para lo cual debe aplicarse mecanismos de suficiente segregación y control de funciones.



- No Se utilizan apropiadamente las actividades de control identificadas, teniendo en cuenta la aplicación de indicadores de rendimiento y su análisis pertinente, ya que no se ha aplicado medición por medio de indicadores a los objetivos establecidos.
- No están establecidos canales de comunicación, que faciliten el informe de acciones deshonestas o inapropiadas en el área de trabajo, ya que existe demasiada independencia de comunicación sobre el mal uso de la tecnología.
- No existe receptividad por parte de la dirección en las sugerencias de los trabajadores, referentes a las maneras de aumentar la calidad de los servicios prestados u otros mejoramientos similares, lo cual debe ser totalmente al contrario, ya que el nivel directivo debe establecer participación del nivel operativo.
- No son adecuados los procedimientos de control interno que permitan que el personal, al desempeñar sus funciones, obtenga evidencias sobre el funcionamiento del sistema de control interno; no existe constancia en comunicaciones y documentos escritos
- No existe suficiente evaluación periódica al personal, para establecer si entiende y cumple con los manuales existentes y desempeño regular actividades críticas de control. La evaluación solamente al ingreso a la entidad, en la selección del personal.
- No es adecuado el nivel de documentación que permita delimitar el grado de responsabilidad con las operaciones (quién aprueba, autoriza, ejecuta, revisa y registra).

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
PLAN ESPECÍFICO DE AUDITORÍA

1. Motivos del Examen.

La Auditoría de Gestión a los componentes y subcomponentes, de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural se realiza debido a que la entidad necesita conocer si los Procesos se están ejecutando de manera adecuada para el mejoramiento de su gestión corporativa.

2. Objetivos del Examen.

- Determinar los niveles de eficiencia, efectividad y economía en la gestión de los componentes y subcomponentes de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural.
- Determinar el grado de cumplimiento de las disposiciones legales, reglamentarias y normativas.
- Verificar el cumplimiento de los objetivos de los componentes y subcomponentes de la Corporación.
- Verificar la existencia de indicadores de gestión para evaluar el nivel de efectividad en la ejecución de los procedimientos.
- Verificar la existencia de controles y su adecuado cumplimiento establecidos para el desarrollo de sus componentes y subcomponentes.

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
PLAN ESPECÍFICO DE AUDITORÍA

3. Alcance del Examen.

El examen de auditoría se aplicará al período comprendido del 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2008, tiempo durante el cual la Corporación ha promovido los diferentes programas de intercambios estudiantiles y profesionales, a través de su sistema de Intercambio Cultural.

4. Base Legal.

La Corporación es un organismo sin fin de lucro, de primer grado, agrupada por personas naturales con fin delimitado; ecuatoriana, ubicada en Quito y con patrimonio propio; constituida como corporación de primer grado, de conformidad a la ley y duración indefinida y podrá disolverse en casos ya previstos.

4.1 Disposiciones Legales, Reglamentarias y Normativas.

- Decreto Ejecutivo No. 982 del 25 de marzo de 2008, publicado en el Registro Oficial No. 311 de 8 de abril de 2008.
- Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial No. 242 del 29 de Diciembre del 2007
- Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, mediante Decreto Ejecutivo No. 1051 del 30 de abril de 2008, publicado en el Primer Suplemento del Registro Oficial No. 337 del 15 de mayo de 2008.

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
PLAN ESPECÍFICO DE AUDITORÍA

5. Objetivos de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural.

- Fomentar las relaciones educativas y culturales con otras naciones para crear un mejor entendimiento universal, mediante el Intercambio estudiantil y la conducción de diferentes actividades culturales en el plano internacional y nacional.
- Promover oportunidades de intercambio entre estudiantes ecuatorianos y ciudadanos de otros países.
- Fomentar diversas actividades educativas que promuevan el aprendizaje intercultural.
- Establecer sistemas de becas o programas similares para el intercambio educativo y cultural.

6. Estructura Administrativa de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural.

■ **Nivel Directivo**

Asamblea General
 Directiva

■ **Nivel Ejecutivo**

Secretario
 Director Nacional

■ **Nivel Operativo**

Departamento de Marketing
 Departamento Operativo
 Departamento Contable
 Administrativo

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009



PROGRAMAS DE AUDITORÍA

Auditoría de Gestión a los Componente y Subcomponentes:

■ Publicidad	A	
■ Prospección y Acercamiento		A.1
■ Oferta de Programas		A.2
■ Logística	B	
• Asesoramiento y explicación del Servicio		B.1
• Formalización y Cierre del Servicio		B.2
• Servicio Post-Viaje		B.3
■ Recursos Humanos	C	
• Selección de Personal		C.1
• Capacitación y Entrenamiento		C.2
■ Contabilidad	D	
• Ingresos de Valores		D.1
• Desembolsos de Valores		D.2

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
PROGRAMA DE TRABAJO
Componente: Publicidad

N°	DESCRIPCIÓN	REF P/T	Elab. Por:	OBSERVACIONES
Prospección y Acercamiento				
1.	Solicite información del número de aplicantes captados a través de campañas publicitarias efectuadas en el año 2008, con esta información elabore una matriz demostrativa y emita sus conclusiones.	A.1.1	R.D.	
2.	Solicite información acerca del número de aplicantes captados a través de los convenios existentes con instituciones educativas, elabore una matriz demostrativa con la información obtenida y emita su comentario.	A.1.2	R.D.	
3.	Solicite registros de asignación de valores por cada método publicitario utilizado, así como el número de participantes obtenido con cada uno, elabore un gráfico que represente dicha información obtenida y emita sus conclusiones.	A.1.3	R.D.	
Oferta de Programas				
4.	Recabe información acerca de las promociones de programas que se aplicó en el año 2008, elabore una matriz que represente esta información y emita sus conclusiones.	A.2.1	R.D.	
5.	Solicite información acerca de la distribución demográfica de la venta de programas, con esta información elabore un gráfico demostrativo y emita sus conclusiones.	A.2.2	R.D.	
6.	Inspeccione la distribución de aplicantes por programa de intercambio, elabore un gráfico que represente esta información; emita sus conclusiones.	A.2.3	R.D.	

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009



A.1

Auditoría de Gestión al Componente:

■ PUBLICIDAD

A

Periodo a Auditar: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2008

Ejecución del Trabajo del Sub – Componente:

■ Prospección y Acercamiento

A.1

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Matriz de número de aplicantes captados a través de campañas publicitarias

COSTO DE PUBLICIDAD MENSUAL / AÑO 2008		NÚMERO DE APLICANTES CAPTADOS
MES	VALOR \$	
Enero	800,00	32
Febrero	1.300,00	27
Marzo	360.00	39
Abril	360.00	26
Mayo	640,00	29
Junio	360.00	23
Julio	360.00	38
Agosto	960.00	27
Septiembre	360.00	33
Octubre	360.00	35
Noviembre	360.00	38
Diciembre	360.00	31
TOTAL	2740	378

Política: Promedio de 50 aplicantes mensuales

Promedio Real 2008: $378 / 12 = 31.5$

Captación de Aplicantes = $\frac{\text{Aplicantes Captados}}{\text{Número de Aplicantes a Captar}}$
 Promedio anual

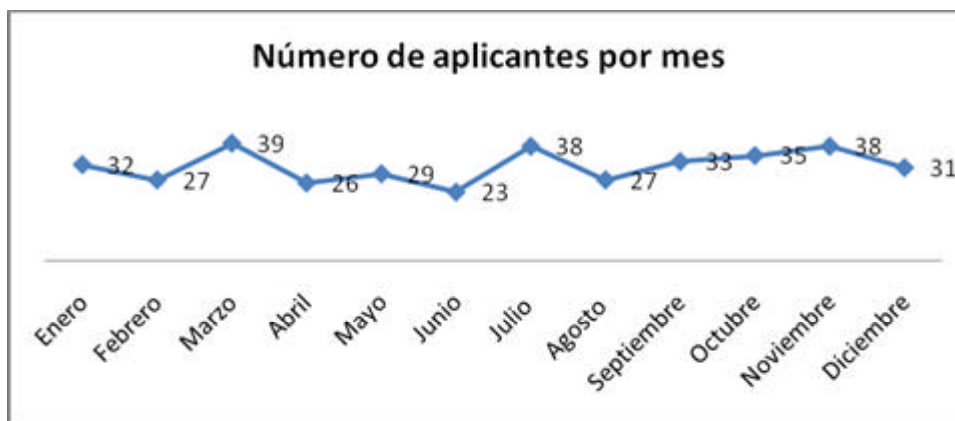
Captación de Aplicantes = $\frac{378}{600}$
 Promedio anual

Captación de Aplicantes = **63%**
 Promedio anual

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	07/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	07/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Matriz de número de aplicantes captados a través de campañas publicitarias



Elaborado Por: Cristina Navarrete
 Fuente: Registros de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural

Comentario.-

Las campañas publicitarias que ha realizado la corporación y los mecanismos utilizados para esta, no han sido totalmente positivas, ya que la meta no se cumplió, se tuvo una efectividad del 63%, que si bien es cierto supera al 50 % pero no alcanza a considerarse un valor de índice eficiente. Existe 19 aplicantes mensuales que no se logra captar, esto representa 222 estudiantes al año, lo que refleja que la Corporación necesita diseñar una campaña de publicidad mucho más agresiva, que le permita posesionar su nombre y sus servicios prestados, todo lo relacionado al concepto ORDEX, su nombre e imagen en el mercado.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	07/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	07/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Cuadro resumen del número de Aplicantes que capta la corporación a través de su convenio con Instituciones Educativas.

NÚMERO DE APLICANTES CAPTADOS A TRAVÉS DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS MENSUAL / AÑO 2008	
MES	NÚMERO DE APLICANTES
Enero	2
Febrero	5
Marzo	4
Abril	9
Mayo	3
Junio	1
Julio	3
Agosto	0
Septiembre	2
Octubre	1
Noviembre	1
Diciembre	2
TOTAL	33

$$\text{Captación de Aplicantes} = \frac{\text{Aplicantes Captados}}{\text{Número de Aplicantes a Captar}}$$

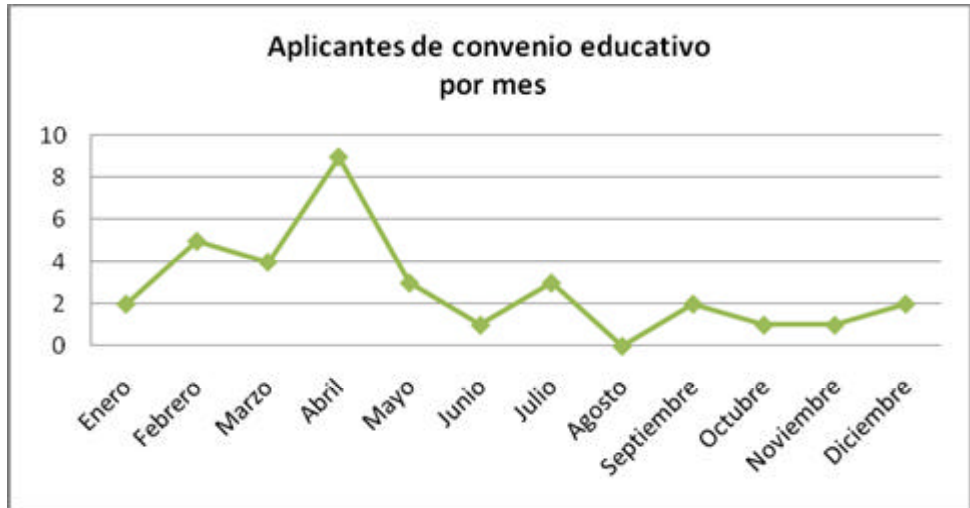
$$\text{Captación de Aplicantes} = \frac{33}{50}$$

$$\text{Captación de Aplicantes} = 66\%$$

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	07/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	07/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Cuadro resumen del número de Aplicantes que capta la corporación a través de su convenio con Instituciones Educativas.



Elaborado Por: Cristina Navarrete
Fuente: Registros de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural

Conclusión.-

Los convenios con las Instituciones Educativas, entre ellas colegios secundarios, universidades e institutos superiores, le permiten a la corporación captar un mayor número de aplicantes, El convenio con cada institución determina que debemos tener por lo menos 50 aplicantes reclutados por medio de dichos convenios; el indicador determinó una efectividad del 66%, este valor no alcanza la eficiencia total ya que son 17 aplicantes que no lograron captar, se debe a que las Instituciones educativas no han logrado captar los aplicantes suficientes o no están realizando publicidad de ORDEX dentro de su alumnado, lo que conllevaría a la terminación de los convenios educativos.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	07/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	07/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Distribución de aplicantes por Métodos utilizados
para publicitar los programas

Participantes Concretados			
2008			
N°	Medio de Publicidad	N° Participantes	Monto destinado
1	Ferias	83	\$ 780,00
2	Recomendación	75	\$ 0,00
3	Revistas	61	\$ 390,00
4	Charlas Informativas	47	\$ 120,00
5	Instituciones educativas	33	\$ 200,00
6	Cuñas Radiales	29	\$ 240,00
7	Guía Telefónica	19	\$ 300,00
8	Clasificados	13	\$ 460,00
9	Ex Participante	11	\$ 0,00
10	Página Web	7	\$ 250,00
TOTAL		378	\$ 2.740,00

$$\frac{\text{Costo de publicidad} = 2740}{\text{N° de participantes} = 378}$$

$$\frac{\text{Costo de publicidad} = 2740}{\text{N° de participantes} = 378} = 7,25$$

Política: Valor anual destinado a Publicidad: \$ 2500

Valor destinado - Valor Gastado = 2740 - 2500

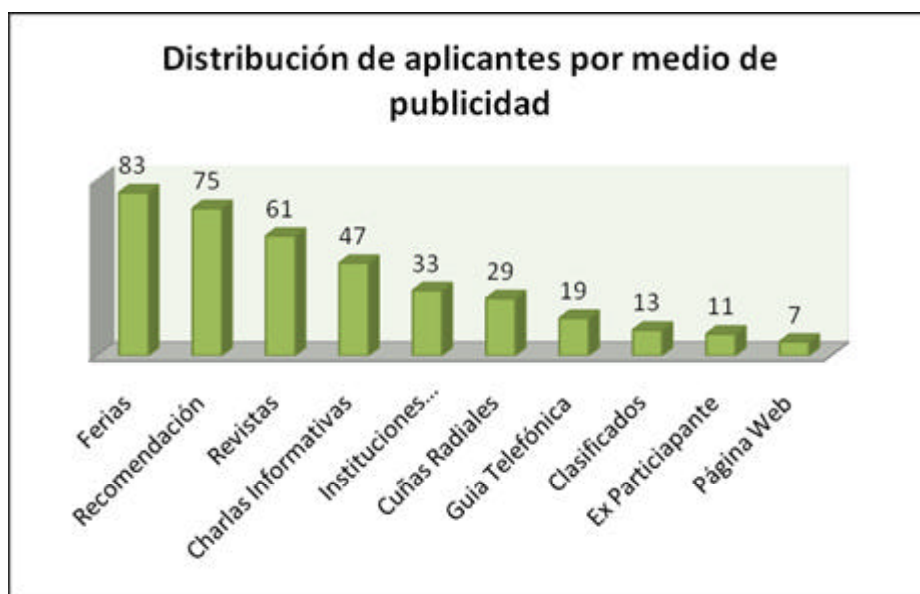
$$\frac{\text{Valor Gastado} = 2740}{\text{Valor Destinado} = 2500} = 240$$

$$\frac{\text{Valor Gastado} = 1,096}{\text{Valor Destinado} = 1,096}$$

$$1,096 - 1 = 0,096 \quad \text{9,6 \%}$$

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	08/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	08/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Distribución de aplicantes por Métodos Publicitarios



Elaborado Por: Cristina Navarrete
Fuente: Registros de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural

Conclusión:

La corporación percibe mayoría de aplicantes por medio de ferias educativas, las cuales son una oportunidad directa de darse a conocer con los aplicantes.

El valor total gastado en rubros publicitarios sobrepasaron al valor destinado en un 9.6% por la razón de que no existe un control del fondo específico destinado a publicidad, los rubros se desembolsan según se vayan efectuando los gastos, lo que conlleva al exceso de gasto en este rubro. La Corporación invierte \$7, 25 en cada aplicante concretado, lo cual excede también a los \$4,17 que es lo planificado, si las metas de venta de programas se hubiesen cumplido, invirtiendo el valor asignado.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	08/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	08/02/2009

**UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS**

Componente: Publicidad / Subcomponente: Acercamiento y Prospección

Procedimiento:

Solicite información del número de aplicantes captados a través de campañas publicitarias efectuadas en el año 2008, con esta información elabore una matriz demostrativa y anote sus conclusiones.

Ref. P/T:	A.1.1
------------------	--------------

TÍTULO: Las campañas publicitarias efectuadas por la corporación no captan el número de aplicantes esperados.

■ **CONDICIÓN**

Las campañas publicitarias que ha realizado la corporación no han sido totalmente positivas, la meta no se cumplió, se tuvo una efectividad del 63%, que no alcanza a ser un índice eficiente. Existe 19 aplicantes mensuales que no se logra captar, esto representa 222 estudiantes al año, lo que refleja que la Corporación necesita diseñar una campaña de publicidad mucho más agresiva, que le permita posesionar su nombre y sus servicios ofrecidos, todo lo relacionado al concepto ORDEX, su nombre e imagen en el mercado.

■ **CRITERIO**

De acuerdo a las metas planteadas por el departamento de reclutamientos, se deben captar un promedio mensual de 50 aplicantes, 222 aplicantes anuales; a través de las campañas publicitarias realizadas por la corporación.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	09/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	09/02/2009



HH-A.1 2 de 6

**UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS**

Componente: Publicidad / Subcomponente: Acercamiento y Prospección

■ **CAUSA**

Lo antes mencionado se debe a que las campañas publicitarias han sido realizadas solamente en medios escritos y en ferias de exposición y no han provocado el interés esperado por la corporación.

■ **EFECTO**

Durante el año 2008, se pagó \$2740 por concepto de publicidad y solamente se lograron captar 31 aplicantes mensuales, sin cumplir con las metas dispuestas por el departamento de marketing.

■ **CONCLUSIÓN**

Las campañas publicitarias lanzadas por la corporación, no han logrado cumplir con las metas planteadas por la el departamento de marketing.

■ **RECOMENDACIÓN**

Al Jefe del Departamento de Marketing

Diseñar campañas publicitarias en todos los medios de comunicación escrita, radial y de televisión de esta manera lograr captar más aplicantes y hacer conocer el servicio y los beneficios que la corporación ofrece y así cumplir con las metas de reclutamientos planificadas por el departamento de reclutamientos.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	09/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	09/02/2009



**HH-A.1
3 de 6**

**UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS**

Componente: Publicidad / Subcomponente: Acercamiento y Prospección

Procedimiento:

Solicite información acerca del número de aplicantes captados a través de los convenios existentes con instituciones educativas, elabore una matriz demostrativa con la información obtenida y emita su comentario.

Ref. P/T:	A.1.2
------------------	--------------

TÍTULO: Los convenios con las Instituciones Educativas no captan el número de aplicantes esperados.

■ **CONDICIÓN:**

Los convenios con las Instituciones Educativas le permiten a la corporación captar un mayor número de aplicantes, el indicador determinó una efectividad del 66%, este valor no alcanza la eficiencia total ya que son 17 aplicantes que no se lograron captar.

■ **CRITERIO:**

El convenio con cada institución determina que debemos tener por lo menos 50 aplicantes reclutados por medio de dichos convenios.

■ **CAUSA:**

Esto se debe a que las Instituciones educativas no están realizando publicidad de ORDEX dentro de su alumnado, los cuales podrían ser aplicantes en perspectiva de la corporación.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	09/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	09/02/2009



**HH-A.1
4 de 6**

**UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS**

Componente: Publicidad / Subcomponente: Acercamiento y Prospección

■ **EFECTO:**

Es por lo expuesto que durante el año 2008, conllevaría a la terminación de los convenios educativos con las instituciones que menos aplicantes envíen referidos a la corporación, y consecuentemente la disminución del reclutamiento.

■ **CONCLUSIÓN:**

Los convenios con las Instituciones Educativas le permiten a la corporación captar más aplicantes que las compañías publicitarias, a pesar de ello no se ha logrado cumplir con las metas planteadas por la el Departamento de Marketing.

■ **RECOMENDACIÓN:**

Al Jefe del Departamento de Marketing:

Mantendrá y renovará los convenios con las Instituciones Educativas, implementando incentivos para dichas instituciones y a la vez incentivar la promoción de la corporación en su institución.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	09/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	09/02/2009



**HH-A.1
5 de 6**

**UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS**

Componente: Publicidad / Subcomponente: Acercamiento y Prospección

Procedimiento:

Solicite registros de asignación de valores por cada método publicitario utilizado, así como el número de participantes obtenido con cada uno, elabore un gráfico que represente dicha información obtenida y emita sus conclusiones.

Ref. P/T:	A.1.3
------------------	--------------

TÍTULO: El valor real gastado en publicidad es mayor al valor planificado anual.

■ **CONDICIÓN**

El valor total gastado en publicidad sobrepasó al valor destinado con \$240, lo cual representa un 9.6% adicional al valor asignado; invirtiendo \$7, 25 en cada aplicante concretado.

■ **CRITERIO**

El valor destinado para gastos de publicidad es \$2500, asignándole a cada aplicante la cantidad de \$4,17 como valor planificado

■ **CAUSA**

No existe un control del fondo específico destinado a publicidad, los rubros se desembolsan según se vayan efectuando los gastos.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	09/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	09/02/2009



**HH-A.1
6 de 6**

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS
Componente: Publicidad / Subcomponente: Acercamiento y Prospección

■ **EFEECTO:**

Conlleva al exceso de gasto en este rubro, y la falta de control en del mismo.

■ **CONCLUSIÓN:**

El valor gastado en publicidad fue superior al planificado, sin ni siquiera lograr la cantidad de reclutamiento planificado

■ **RECOMENDACIÓN:**

Al Jefe del Departamento de Marketing:

Demostrar que el valor destinado a gastos de publicidad es muy bajo para las actividades que están siendo realizadas.

Al Contador:

Estudiar juntamente con el Jefe de Marketing la posibilidad de aumentar el fondo destinado a publicidad, para lograr mejores campañas y poder incrementar el nivel de aplicaciones.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	09/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	09/02/2009



A.2

Auditoría de Gestión al Componente:

■ PUBLICIDAD

A

Periodo a Auditar: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2008

Ejecución del Trabajo del Sub – Componente:

■ Oferta de Programas

A.2

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Matriz – Calendario de publicidad realizada por programa

PROGRAMA	AÑO 2008												
	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT
AYP													
Winter W&T													
Summer W&T													
Campamentos													
PEP													
Idiomas													
Pasantías USA													
Au-Pair													

Elaborado Por: Cristina Navarrete
 Fuente: Registros de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural

	200USD de descuento
	Por tres inscripciones 200 USD de descuento
	Seguro Médico Incluido
	Descuento en cursos de Idiomas en Inglaterra
	Descuento de 100 USD en Au Pair

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	09/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	09/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Matriz – Calendario de publicidad realizada por programa

Conclusiones:

La publicidad realizada tiene periodos promocionales determinados para cada programa, ya que algunos de los programas son destinados para un periodo escolar o específico del año, por ejemplo Año Académico (AYP), el cual posee su promoción en los meses de Septiembre a Enero para el reclutamiento del ciclo Costa y en los meses de Febrero a Mayo para el régimen Sierra, de igual manera para la temporada de Verano de Work & Travel para la Sierra y la temporada Primavera para la Costa.

Las promociones por medio de descuentos y adicionales por el valor del programa no marca gran aceptación por medio de los aplicantes ya que, en su gran mayoría, los aplicantes no tienen conocimiento de las promociones realizadas; por este motivo no piden la promoción a la cual pudiesen aplicar, es decir que no existe difusión de los planes promocionales que posee la Corporación, lo cual desventaja el reclutamiento, ya que el porcentaje de aplicantes no captados puede deberse a esta razón, la falta de difusión de los planes promocionales.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	10/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	10/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

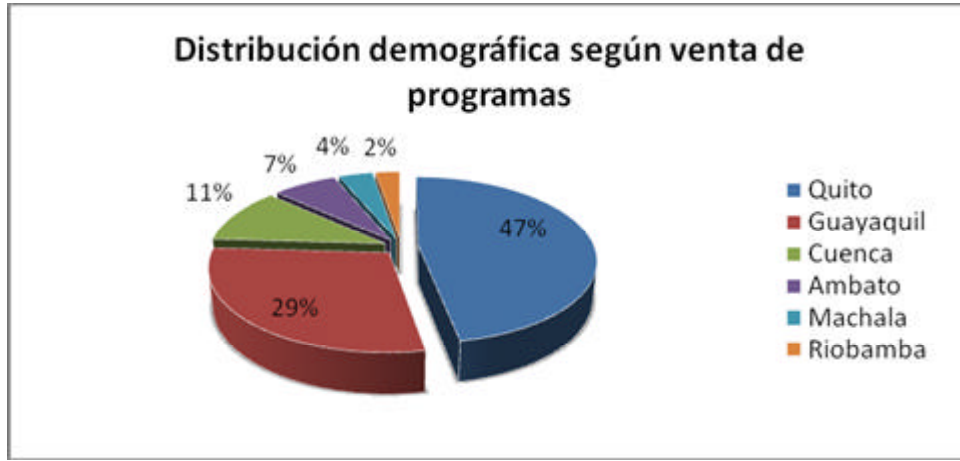
Distribución Demográfica de la Venta de Programas

Distribución de aplicantes / Ciudad			
Ciudad	N° de Aplicantes 2008	N° de Aplicantes Planificados	Índice de cumplimiento
Quito	178	240	74,17%
Guayaquil	109	135	80,74%
Cuenca	41	95	43,16%
Ambato	26	60	43,33%
Machala	14	35	40,00%
Riobamba	10	35	28,57%
Total	378	600	309,97%
Promedio			52%

Política: Las oficinas de Guayaquil y Cuenca deberán presentar anualmente un incremento en el reclutamiento de sus aplicantes de 10%, de manera puedan representar los costos de mantención de dichas oficinas

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	10/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	10/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Distribución Demográfica de la Venta de Programas



Elaborado Por: Cristina Navarrete
 Fuente: Registros de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural

Conclusiones.-

El índice de cumplimiento de reclutamiento por ciudad es del 52%, el cual es un índice notablemente deficiente, siendo la ciudad en donde menos se ha conseguido cumplir las metas establecidas Riobamba con apenas 28% y Guayaquil donde más próximo se encuentran en el cumplimiento de metas con más del 80%, con lo cual no se está cumpliendo con las metas establecidas de reclutamiento de aplicantes, en cada una de las ciudades donde la Corporación posee oficinas o representantes de ventas.

La concentración de las ventas se encuentra en la ciudad de Quito, con el 47%, seguida por Guayaquil con el 29%, Cuenca es tercera con el 11%, considerándose este valor muy bajo, ya que existe registros de estudios de mercado realizados en años anteriores donde se concluye que el mercado de Cuenca es rentable para los programas de Intercambio.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	10/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	10/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Distribución de aplicantes concretados por programa de Intercambio

Distribución de Aplicantes por Programa de Intercambio			
Programa	N° de Aplicantes 2008	N° de Aplicantes Planificados	índice de cumplimiento
Pasantías	63	60	105,00%
AYP	23	50	46,00%
W&T	177	350	50,57%
Camp Counselor	11	10	110,00%
Idiomas	28	25	112,00%
Ubicación Universitaria	15	10	150,00%
Au Pair	61	95	64,21%
TOTAL	378	600	637,78%
Promedio			91,11%

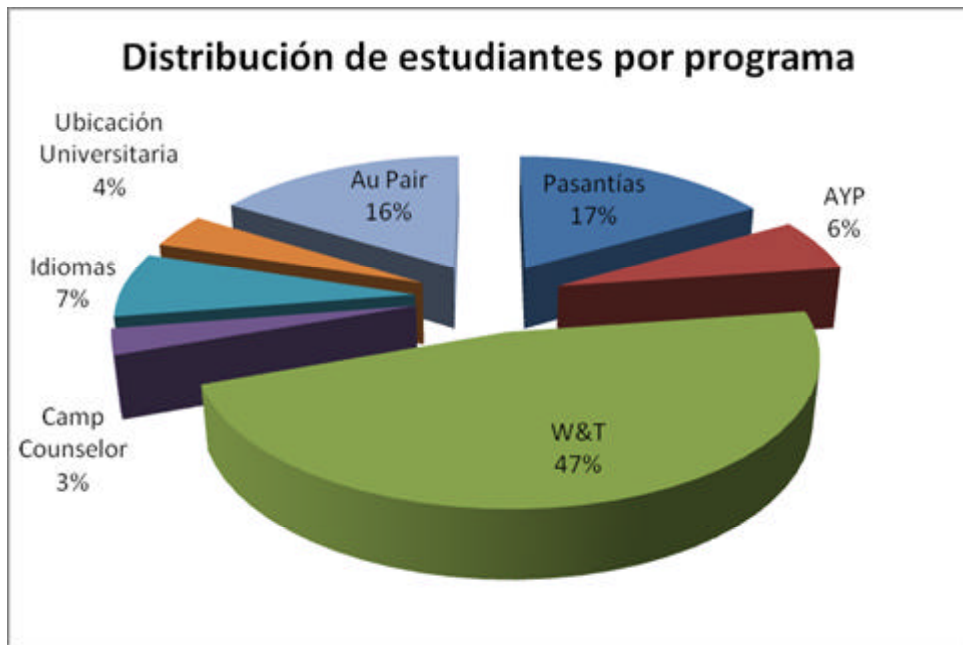
Conclusiones.-

En cuanto a la planificación de reclutamientos por programas el nivel de cumplimiento es eficiente, ya que se ha cumplido las metas en más del 91%, la mayoría de los programas superaron las metas planificadas, a excepción del programa Work & Travel, el cual bajó notablemente sus aplicantes de temporada, este es el programa con mayor competencia en el mercado en cuanto a destinos y precios, es un programa de gran aceptación en medio de universitarios ya que es trabajo remunerado por corto tiempo en Estados Unidos, pero actualmente no es un programa fuerte en la Corporación ya que año tras año, va perdiendo aceptación, por variables externas como por ejemplo un alto índice de negación de visas.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	10/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	10/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Distribución de aplicantes concretados por programa de Intercambio



Elaborado Por: Cristina Navarrete
 Fuente: Registros de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	10/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	10/02/2009

**UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS**

Componente: Publicidad / Subcomponente: Oferta de Programas

<i>Procedimiento:</i>	
Recabe información acerca de las promociones de programas que se aplicó en el año 2008, elabore una matriz que represente esta información y emita sus conclusiones.	
Ref. P/T:	A.2.1

TÍTULO: Los medios publicitarios en los cuales se está invirtiendo, no incentivan el aumento de reclutamiento de alicantes.

■ **CONDICIÓN:**

La publicidad realizada tiene periodos promocionales con determinados métodos para cada programa, las cuales no son difundidas ni atractivas por los posibles aplicantes.

■ **CRITERIO:**

Según un plan de Marketing y un estudio de mercado previo, debe haber estado establecido ciertos métodos promocionales que incentiven la participación social y económica en un Intercambio Cultural.

■ **CAUSA:**

Lo expuesto anteriormente se debe a la falta de un plan de marketing y un estudio de mercado, el cual contenga un análisis de las preferencias de los posibles aplicantes, y cuáles son los programa que necesitan más promoción.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	11/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	11/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS
Componente: Publicidad

■ **EFFECTO:**

No alcanzar las metas establecidas de reclutamiento de aplicantes y proporcionar a al segmento al cual va dirigido el servicio, como una entidad totalmente inflexible y con poca reciprocidad al aplicante.

■ **CONCLUSIÓN:**

Los medios promocionales determinados no incentivan el aumento de aplicaciones, ya que no son difundidas ni atractivas a los posibles aplicantes.

■ **RECOMENDACIÓN:**

Al Jefe de Marketing:

Debería analizarse la creación de promociones que permitan acceder a mayor cantidad de aplicantes, en el reclutamiento de los mismos y que posean mayor aceptación en medio de su mercado meta; así mismo difundir dichas promociones, para que sean una referencia de aumento de aplicaciones.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	11/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	11/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS

Componente: Publicidad / Subcomponente: Oferta de Programas

Procedimiento:

Solicite información a cerca de la distribución demográfica de la venta de programas, con esta información elabore un gráfico demostrativo y emita sus conclusiones.

Ref. P/T:	A.2.2
------------------	--------------

TÍTULO: La distribución demográfica del reclutamiento de aplicantes no alcanzó la meta establecida asignada para cada ciudad.

■ **CONDICIÓN:**

La concentración de aplicaciones es Quito con el 47%, seguida por Guayaquil con el 29%, Cuenca con el 11%. El índice de cumplimiento por ciudad es de 52%, siendo la ciudad de menos cumplimiento Riobamba con apenas 28% y Guayaquil la más próxima a cumplir sus metas, con más del 80%.

■ **CRITERIO:**

Las oficinas de Guayaquil y Cuenca deberán presentar anualmente un incremento en el reclutamiento de sus aplicantes de 10%, de manera que puedan representar los costos de mantención de dichas oficinas.

■ **CAUSA**

El incumplimiento de las metas trazadas por ciudades, se debe a la falta de parámetros operativos que se debe llevar a cabo, y no lo hacen por tener la falta de un director en su ubicación laboral.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	11/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	11/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS
Componente: Publicidad / Subcomponente: Oferta de Programas

■ **EFEECTO:**

Se puede dar el cierre de oficinas de Ordex en las diferentes ciudades, por no estar representando todos los gastos de mantención invertidos en ellas.

■ **CONCLUSIÓN:**

La distribución demográfica del reclutamiento de aplicantes no alcanzó la meta establecida para cada ciudad, lo que conllevaría al cierre de ciertas oficinas cuyos ingresos no representan para cubrir sus gastos.

■ **RECOMENDACIÓN:**

A los coordinadores de Programas de Cuenca y Guayaquil:

Evaluar actividades realizadas para reclutamiento de aplicantes y recomendar acciones para el incremento de este.

A la Directora Nacional:

Viajar periódicamente a las ciudades donde cuenta con oficinas, para coordinar y direccionar más de cerca la forma operativa utilizada.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	11/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	11/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS
Componente: Publicidad / Subcomponente: Oferta de Programas

Procedimiento: <i>Inspeccione la distribución de aplicantes por programa de intercambio, elabore un gráfico que represente esta información; emita sus conclusiones.</i>	
Ref. P/T:	A.2.3

TÍTULO: La distribución por programas de las ventas, no lograron alcanzar las metas de ventas.

■ **CONDICIÓN:**

El programa Work & Travel, cual bajó notablemente sus aplicantes de temporada, siendo el de mayor aceptación en periodos anteriores.

■ **CRITERIO:**

Las metas de reclutamiento anuales para este programa fueron de 350 personas anuales, según cantidad de reclutados para este programa en periodos anteriores.

■ **CAUSA**

Work & Travel es el programa con mayor competencia en el mercado en cuanto a destinos y precios, además de tener el más alto índice de negación de visas.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	11/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	11/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS
Componente: Publicidad

■ **EFEECTO:**

El programa va perdiendo fuerza dentro de la corporación, después de ser el programa estrella, la competencia roba aplicantes debido a promociones que aplican el programa.

■ **RECOMENDACIÓN:**

Al Director de Programas:

Pedir a los coordinadores internacionales, proporcionales más ventajas y beneficios para la promoción de este programa, como alternativa ante la baja de aplicantes.

Al Director de Marketing:

Elaborar una campaña publicitaria específicamente para este programa, promocionando todos los beneficios adicionales como ventajas competitivas ante la competencia.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	11/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	11/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
PROGRAMA DE TRABAJO
Componente: Logística

N°	DESCRIPCIÓN	REF P/T	Elab. Por:	OBSERVACIONES
Asesoramiento y Ubicación				
1.	Seleccione a 15 estudiantes concretados y a través de una encuesta determine el nivel de asesoramiento y ubicación servicio de intercambio y emita su comentario.	B.1.1	R.D.	
2.	Revise la información de aplicantes que no viajaron, mediante gráficos muestre el porcentaje de retiros durante el año 2008 y emita su comentario por las razones de los mismos.	B.1.2	R.D.	
Formalización y Cierre				
3.	Seleccione el 5% del total de aplicantes del programa Au Pair, a través de una matriz analice y verifique los tiempos de ubicación, estado de aplicación, precios y pagos del servicio y emita su comentario.	B.2.1	R.D.	
4.	Selecciones el 5% de los participantes del programa Work & Travel y través de una matriz determine los tipos de garantía en la forma de pago a crédito del servicio y emita su comentario.	B.2.2	R.D.	
5.	A través de la técnica de narrativa, establezca el sistema aplicado para realizar el contrato del servicio y emita su comentario.	B.2.3	R.D.	

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
PROGRAMA DE TRABAJO
Componente: Logística

N°	DESCRIPCIÓN	REF P/T	Elab. Por:	OBSERVACIONES
Servicio Post Venta				
6.	Seleccione a 24 aplicantes viajados y a través de una encuesta determine el nivel de satisfacción del servicio recibido y emita su comentario.	B.3.1	R.D.	
7.	A Través de una matriz determine el número de reclamos y sugerencias recibidas por los aplicantes en el último semestre del año 2008 y emita su comentario.	B.3.2	R.D.	
8.	A través de la técnica de narrativa, establezca el sistema aplicado para determinar el seguimiento de la venta del programa y emita su comentario.	B.3.3	R.D.	
9.	Elabore la Hoja de Hallazgos de este y del anterior componente, en el cual señalará las deficiencias detectadas y los puntos de interés para la auditoría.	HH-B	C.N.	

Nota: Realice además todos los procedimientos que creyere necesarios y convenientes para cumplir con los objetivos de auditoría

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009



B.1

Auditoría de Gestión al Componente:

■ LOGÍSTICA

B

Periodo a Auditar: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2008

Ejecución del Trabajo del Sub – Componente:

- Asesoramiento y Explicación del Servicio

B.1

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Encuesta aplicada para determinar el nivel de satisfacción en cuanto al asesoramiento y ubicación del servicio

Pregunta No. 1: En comparación con otras alternativas, nuestro asesoramiento y explicación del servicio le parece:

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

Pregunta No.2: ¿Cuál es su grado de satisfacción general con la explicación del servicio?

- Completamente satisfecho
- Satisfecho
- Insatisfecho
- Completamente insatisfecho

Pregunta No.3: ¿Qué aspectos considera más valiosos de la explicación del servicio?

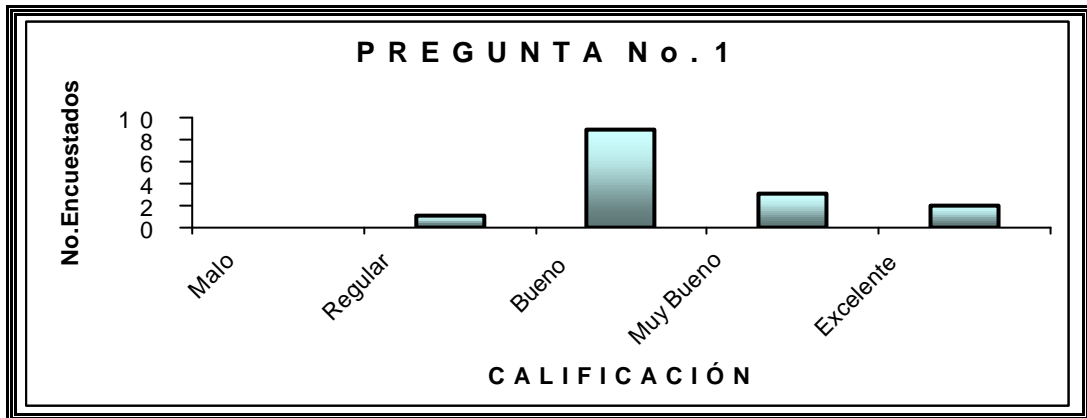
- Precio
- Confianza
- Comodidad
- Otros

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	12/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	12/02/2009

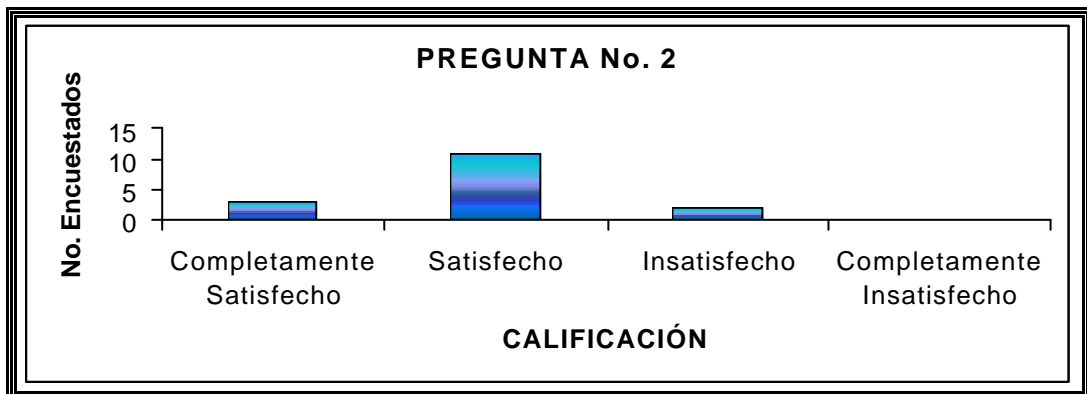
UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Resultados de la encuesta aplicada sobre el nivel de satisfacción de la explicación y asesoramiento del servicio.

Para realizar la encuesta se tomó como muestra a 15 aplicantes concretados de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural.

Pregunta No. 1: En comparación con otras alternativas, nuestra explicación del servicio le parece:



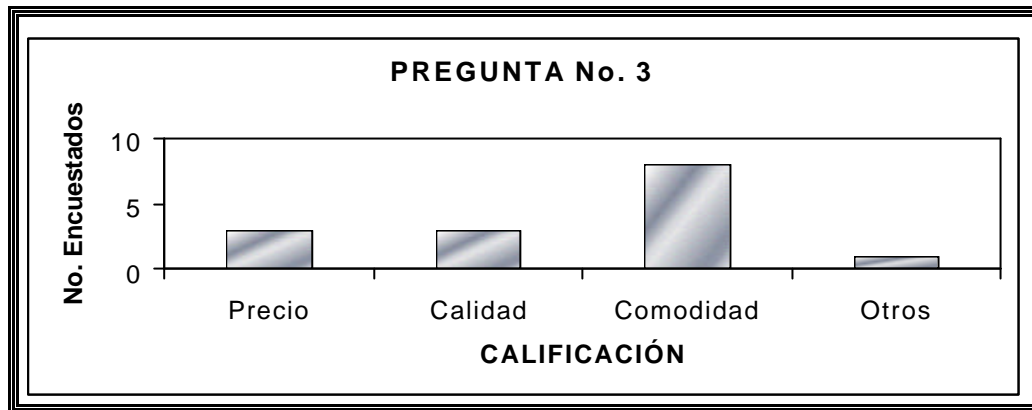
Pregunta No.2: ¿Cuál es su grado de satisfacción general con la explicación del servicio?



Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	12/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	12/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Resultados de la encuesta aplicada sobre el nivel de satisfacción de la explicación y asesoramiento del servicio.

Pregunta No.3: ¿Qué aspectos considera más valiosos de la explicación del servicio?



CUADRO RESUMEN DE LA ENCUESTA

Pregunta No. 1	60%	Bueno
Pregunta No. 2	73%	Satisfecho
Pregunta No. 3	53%	Confianza

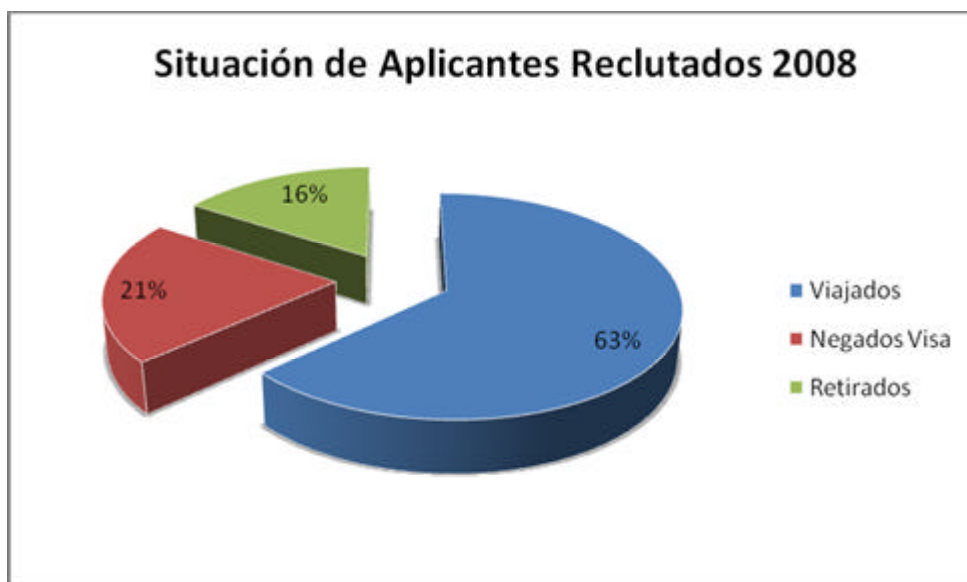
Conclusión.-

Los resultados obtenidos en la encuesta sobre la satisfacción del aplicantes al momento de realizar la explicación y asesoramiento del servicio nos indica que esta es buena y el aplicantes se siente satisfecho y el aspecto que considera más valioso es la confianza que se obtiene al contratar el servicio de intercambio Cultural, por otro lado la Corporación no logra que el aplicantes se sienta al 100% satisfecho al realizar el asesoramiento y la explicación del servicio.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	12/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	12/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Matriz Gráfica de retiros de aplicantes.

Situación de aplicantes reclutados			
2008			
Estado	N° aplicantes		%
Viajados	239	0,63227513	63,2275132
Negados Visa	79	0,20899471	20,8994709
Retirados	60	0,15873016	15,8730159
Total	378	1	100



Conclusión.-

Del total de aplicantes inscritos, solo el 63% termina el programa y viaja al lugar de destino, del 37% restante, al 21% les negaron la visa y el 16% no concluyó el programa por alguna razón personal.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	12/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	12/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

HOJA DE HALLAZGOS

Componente: Logística / Subcomponente: Asesoramiento y Ubicación

<i>Procedimiento:</i>	
<p>Seleccione a 15 estudiantes concretados y a través de una encuesta determine el nivel de asesoramiento y ubicación servicio de intercambio y emita su comentario.</p>	
Ref. P/T:	B.1.1

TÍTULO: No se profundiza la información brindada al aplicante en cuanto a beneficios que ofrece la entidad y los programas de intercambio.

■ **CONDICIÓN:**

Los resultados obtenidos en la encuesta sobre satisfacción del aplicante al realizar el asesoramiento y la explicación del programa, indican que el aplicante se siente satisfecho, considerando la confianza como el aspecto más valioso al momento de contratar el servicio de Intercambio Cultural, por otro lado la corporación no logra que el aplicante se sienta al 100% satisfecho al realizar el asesoramiento y la explicación del programa.

■ **CRITERIO:**

De acuerdo a la misión establecida por la corporación, esta ofrece a sus aplicantes un servicio de calidad para la seguridad de sus aplicantes a través del sistema de Intercambio Cultural dentro de un marco de eficacia y eficiencia administrativa - operativa satisfaciendo las necesidades de los aplicantes al 100%.

■ **CAUSA**

Lo antes mencionado se debe a que al momento de realizar la explicación y presentar beneficios del servicio, no se encuentra satisfecho en un 100%.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	12/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	12/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS

Componente: Logística / Subcomponente: Asesoramiento y Ubicación

■ **EFEECTO**

Es por lo expuesto que durante el funcionamiento y prestación del servicio muchos aplicantes tienen inconvenientes, ya que no conocen en un 100% como funciona el programa de Intercambio

■ **CONCLUSIÓN**

Los coordinadores de programas al momento de realizar el asesoramiento y la explicación, no presentan en un 100% los beneficios a los que puede acceder el aplicantes si contrata dicho servicio.

■ **RECOMENDACIÓN**

A los Coordinadores de Programas

Realizarán y diseñarán una explicación del servicio en la cual se muestre en un 100% los beneficios y ventajas que obtendrá el aplicantes al momento de contratar el servicio, así como el funcionamiento de los programas de Intercambio y demás beneficios que se pretendan vender.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	12/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	12/02/2009

**UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS**

Componente: Logística / Subcomponente: Asesoramiento y Ubicación

Procedimiento:

Revise la información de aplicantes que no viajaron, mediante gráficos muestre el porcentaje de retiros durante el año 2008 y emita su comentario por las razones de los mismos.

Ref. P/T:	B.1.2
------------------	--------------

TÍTULO: Existe un alto nivel desertación de los programas de Intercambio Cultural.

■ **CONDICIÓN**

Del total de aplicantes inscritos, solo el 63% termina el programa y viaja al lugar de destino, del 37% restante, al 21% les negaron la visa y el 16% no concluyó el programa por alguna razón personal.

■ **CRITERIO**

El interés que la corporación persigue es que todos los participantes inscritos culminen con éxito su programa de Intercambio Cultural.

■ **CAUSA**

Lo expuesto anteriormente se debe a que en la actualidad ha aumentado el porcentaje de negación de visas, lo cual hace imposible el viaje del aplicante, siendo este el paso principal para el Intercambio Cultural, además de razones económicas, personales y específicas de cada uno de los participantes que los lleva al retiro del programa.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	12/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	12/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS

Componente: Logística / Subcomponente: Asesoramiento y Ubicación

■ **EFEECTO**

El retiro de los programas de los aplicantes ya escritos, trae consigo la devolución de los valores abonados, ya que reglamentariamente la corporación está obligada a devolver cierto porcentaje del valor pagado, siempre y cuando el aplicante presente sus respaldos de los pagos realizados.

■ **CONCLUSIÓN**

No todos los aplicantes inscritos pueden culminar su programa de intercambio, debido a negaciones de visa, o retiros por razones personales.

■ **RECOMENDACIÓN**

Al Auxiliar Contable:

Llevar un control automatizado de todas las devoluciones realizadas y por realizar en siguientes periodos, para poder procesarlas correctamente y tener una aprobación más eficaz.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	12/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	12/02/2009



B.2

Auditoría de Gestión al Componente:

■ LOGÍSTICA

B

Periodo a Auditar: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2008

Ejecución del Trabajo del Sub – Componente:

■ Formalización y Cierre del Servicio

B.2

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Matriz de Tiempos de Ubicación, precios y forma de pago del servicio
Au Pair

La muestra se la obtuvo del total de participantes Au pair, que son 61 aplicantes, cada 6 aplicantes, 1 para la muestra.

Aplicante	Tiempos de asignación de familia	Tiempo planificado por contrato	Formas de Pago	PRECIOS
1	150	120	Efectivo	990
2	123	120	Efectivo	990
3	135	120	Tarjeta de Crédito	1490
4	150	120	Crédito	1490
5	131	120	Crédito	1490
6	122	120	Efectivo	990
7	117	120	Crédito	1490
8	127	120	Efectivo	990
9	129	120	Crédito	1490
10	147	120	Tarjeta de Crédito	1490
TOTAL	1331	1200		

$$\text{Uso de Tiempo de Entrega} = \frac{\text{Tiempo Ejecutado/días}}{\text{Tiempo Programado/días}}$$

$$\text{Uso de Tiempo de Entrega} = \frac{1331}{1200}$$

$$\text{Uso de Tiempo de Entrega} = 1.11 \quad 11\%$$

Conclusión.-

La corporación tiene un retraso promedio en la asignación de familias dentro del programa Au pair del 11%, faltando con la planificación realizada en los acuerdos y contratos previos a la inscripción.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	13/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	12/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Matriz de Garantías de formas de pago a Crédito

APLICANTES	FORMA DE PAGO	PRECIO \$	GARANTÍA	TIEMPO
1	Tarjeta de Crédito	592,00	Baucher	6 Meses
2	Tarjeta de Crédito	742,00	Boucher	6 Meses
3	Crédito	592,00	Cheque Posfechados	30 y 60 días
4	Crédito	449,00	Cheque Posfechados	30 y 60 días
5	Crédito	600,00	Cheque Posfechados	30, 60 y 90 días
6	Crédito	742,00	Cheque Posfechados	30 y 60 días
7	Crédito	900,00	Cheque Posfechados	30, 60 y 90 días

Conclusión.-

- La Corporación para garantizar el cobro de los programas de intercambio, realiza el cobro de estos, a crédito, además utiliza garantías para tarjetas de crédito como el Boucher y cheques posfechados a 30, 60 y 90 días.
- Además se puede observar que en el 50 % de las ventas de los programas, la forma de pago se la realiza a través de crédito personal utilizando la garantía de cheques posfechados.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	13/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	13/02/2009

**UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
NARRATIVA**

Sistema aplicado para realizar el Contrato del servicio y la facturación.

En el departamento de ventas en el momento, que cada coordinador de programa realiza la formalización de la aplicación para el programa de intercambio, y una vez de comprobar que el valor de inscripción se encuentre cancelado, se procede a la firma del contrato, donde ambas partes se comprometen a cumplir con las cláusulas ahí descritas, además de contener todos los aspectos que incluye el valor del programa, es decir lo que Ordex se compromete a otorgar.

Cada abono realizado es registrado en el sistema, hasta que el aplicante finalice el pago total del programa, este control se lo realiza en el departamento de contabilidad, donde, antes del viaje del participante y controlando que el valor se encuentre cancelado, se procede a la elaboración de la factura a nombre del estudiante.

Conclusión.-

La Corporación cuenta con un sistema para realizar la facturación y el contrato del servicio, adecuado ya que en cada una de las actividades que intervienen en este proceso existe la debida designación de personal específico, encargado de realizar dichas actividades, con los controles correspondientes, de esta manera se puede conocer que unidades administrativas intervienen precisando responsabilidades y participación del personal.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	1302/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	1302/2009

**UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS**

Componente: Logística / Subcomponente: Formalización y Cierre

Procedimiento:	
<i>Seleccione el 5% del total de aplicantes del programa Au Pair, a través de una matriz analice y verifique los tiempos de ubicación, estado de aplicación, precios y pagos del servicio y emita su comentario.</i>	
Ref. P/T:	B.2.1

TÍTULO: Existe demora en la asignación de familias anfitrionas.

■ **CONDICIÓN**

La corporación tiene un retraso promedio en la asignación de familias dentro del programa Au pair del 11%, faltando con la planificación realizada en los acuerdos y contratos previos a la inscripción.

■ **CRITERIO**

El Tiempo estimado para la ubicación en una familia anfitriona internacional, de acuerdo a la planificación detallada en el contrato, es de 120 días, después de la inscripción y firma del contrato del aplicante.

■ **CAUSA**

La demora se debe a la falta de coordinación internacional, así como la falta de un registro suficiente de familias internacionales anfitrionas.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	12/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	12/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS
Componente: Logística / Subcomponente: Formalización y Cierre

■ **EFEECTO**

Esta condición conlleva al malestar de los aplicantes del programa Au Pair, ya que en el contrato se llegó a un acuerdo dentro de un tiempo determinado, lo que en la realidad no se da, produciendo consecutivamente la demora del viaje.

■ **CONCLUSIÓN**

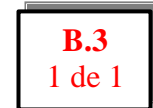
Existe retraso en la coordinación internacional, en cuanto a la asignación familiar en el país de destino, incumpliendo el contrato acordado, en el momento de la aplicación.

■ **RECOMENDACIÓN**

Al Director de Programas:

Reasignar juntamente con organizaciones internacionales proveedoras de todos los programas de Intercambio Cultural, un tiempo promedio de asignación de familia anfitriona, para de este modo, presentar el tiempo real de demora de asignación, al aplicante para que no exista disconformidad con la información del servicio y programa al cual está accediendo.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	12/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	12/02/2009



Auditoría de Gestión al Componente:

■ LOGÍSTICA

B

Periodo a Auditar: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2008

Ejecución del Trabajo del Sub – Componente:

- Servicio Post-Viaje

B.3

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

ENCUESTA SOBRE EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL APLICANTES

PREGUNTAS:

Pregunta No.1: ¿Cuál es su grado de satisfacción general con el seguimiento que tuvo por parte de Ordex durante su viaje?

- Completamente satisfecho
- Satisfecho
- Insatisfecho
- Completamente insatisfecho

Pregunta No.2: Nuestro servicio durante su viaje en aspectos de rapidez y eficacia le parece:

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

Pregunta No.3: ¿Al momento de tener algún requerimiento o inquietud, durante su viaje, recibe respuestas rápidas?

- SI
- NO

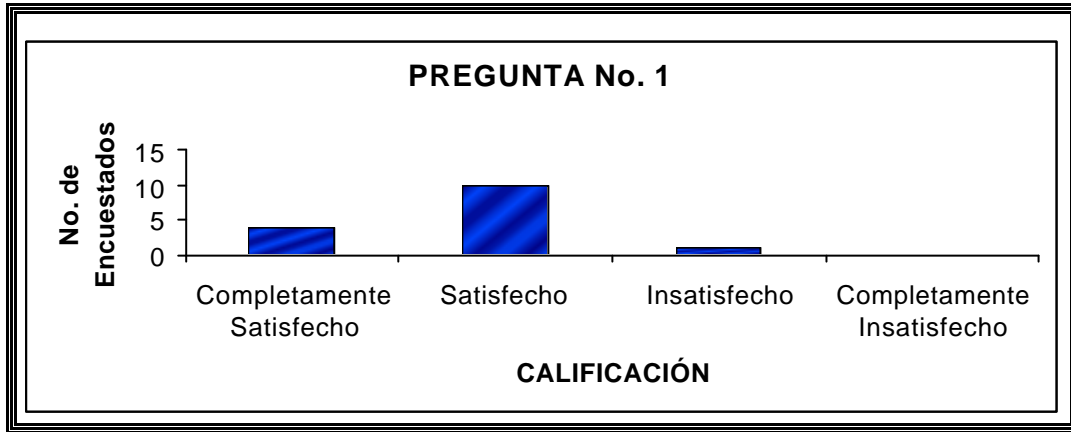
Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	12/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	12/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

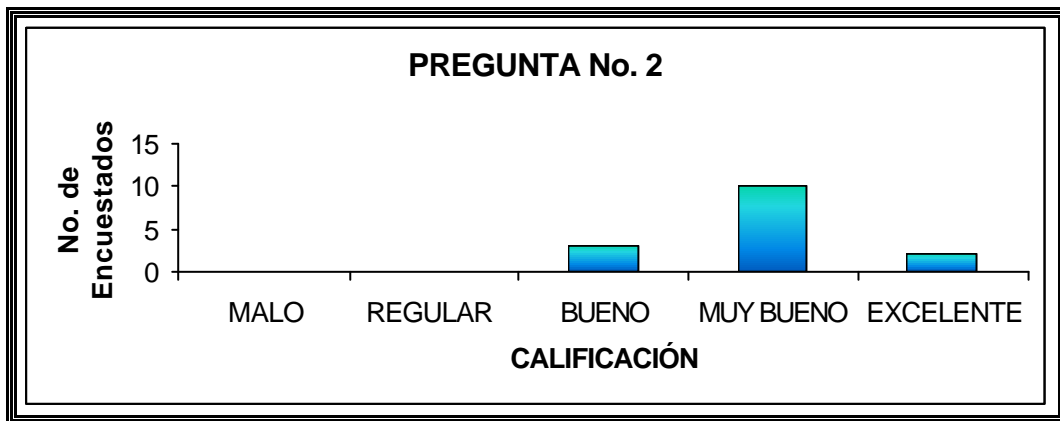
Resultados de la encuesta aplicada sobre el nivel de satisfacción
Del aplicantes

Para realizar la encuesta se tomó como muestra a 15 aplicantes de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural.

Pregunta No.1: ¿Cuál es su grado de satisfacción general con el seguimiento que tuvo por parte de Ordex durante su viaje?



Pregunta No.2: Nuestro servicio durante su viaje en aspectos de rapidez y eficacia le parece:

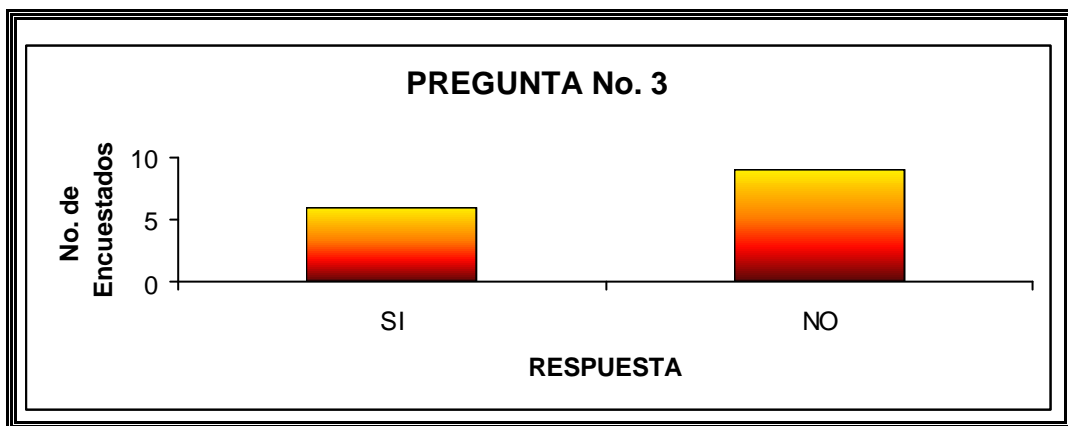


Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	13/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	13/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

**Resultados de la encuesta aplicada sobre el nivel de satisfacción del
aplicantes**

Pregunta No.3: ¿Al momento de tener algún requerimiento o inquietud, durante su viaje, recibe respuestas rápidas?



Pregunta No. 1	67%	Satisfecho
Pregunta No. 2	67%	Muy Bueno
Pregunta No. 3	53%	SI

Conclusión.-

Los resultados obtenidos en la encuesta sobre la satisfacción del aplicante referente al servicio de seguimiento recibido después de su viaje, nos indica que el aplicante se siente satisfecho y considera que los aspecto de rapidez y eficacia durante la prestación del servicio post viaje es muy buena, y un 53% de bs aplicantes encuestados al momento de requerir el servicio recibe respuestas rápidas por parte del equipo de monitoreo de la corporación.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	13/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	13/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Matriz de reclamos y sugerencia recibida por el aplicante

NÚMERO DE RECLAMOS Y SUGERENCIAS		
MENSUAL AÑO / 2008		
MESES	RECLAMOS	SUGERENCIAS
Julio	4	2
Agosto	2	8
Septiembre	3	4
Octubre	5	9
Noviembre	1	3
Diciembre	7	7
TOTAL	22	33

$$\begin{aligned} \text{Incidencia de Reclamos} &= \frac{\text{Reclamos Promedio}}{\text{Ventas Promedio}} \\ \text{Incidencia de Reclamos} &= \frac{3.67}{31.5} \end{aligned}$$

Incidencia de Promedio = **12%**

Conclusión.-

Durante el último semestre del 2008 la Corporación tuvo 22 reclamos por parte de sus aplicantes, muchos de estos reclamos se producen por incremento del valor del programa, por suplementos añadidos por las instituciones internacionales, los coordinadores de programas no devuelven las llamadas oportunamente a los aplicantes, falta de información hacia el aplicante Por otro lado, la corporación al momento de prestar el servicio tuvo una efectividad del 88%, lo que se considera un índice eficiente.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	13/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	13/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

NARRATIVA

Sistema aplicado para determinar el seguimiento y coordinación post-viaje

Las actividades del seguimiento después del viaje consisten en continuar el esfuerzo inicial de asesoramiento y coordinación mediante acciones posteriores al viaje del aplicante. Dentro de la corporación existen algunas acciones que son naturales y conocidas como son preocuparse de que la llegada y estadía del aplicante sea la correcta, y que en el momento del inicio de sus estudios o pasantías pueda estar ambientado y con todos los conocimientos a lo que va estar enfrentado. Una quizás menos obvia, pero importante en extremo, es asegurarse que el aplicante esté satisfecho por completo con el intercambio cultural, que está realizando. Para la corporación es muy importante el mercadeo de relación, un seguimiento post-venta no concluye nunca, porque la meta es tener siempre al aplicante completamente satisfecho, de manera que pueda referir a sus amigos o familiares el nombre de Ordex, o inclusive volver a participar. Para alcanzar ese objetivo es necesario dar una gama de servicios complementarios, que hagan que la relación sea muy fuerte y no se pierda jamás y así el aplicante le sea fiel a la corporación y al servicio.

Conclusión.-

La corporación cuenta con un sistema de servicio post venta adecuado ya que uno de los objetivos es buscar la satisfacción y seguridad del aplicante, esto a través de agregar valor al servicio que presta la corporación, ya que si este es deficiente, puede afectar negativamente la opinión del aplicante y disminuir los niveles de los reclutamientos de aplicantes.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	13/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	13/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS
Componente: Logística / Subcomponente: Servicio Post Venta

Procedimiento: <i>A Través de una matriz determine el número de reclamos y sugerencias recibidas por el cliente en el último semestre del año 2008.</i>	
Ref. P/T:	B.3.2

TÍTULO: Falta de información por parte de los coordinadores de programas

■ **CONDICIÓN**

Durante el último semestre del 2008 la Corporación tuvo 22 reclamos de sus aplicantes. Por otro lado, la corporación al momento de prestar el servicio tuvo una efectividad del 88%, lo que se considera un índice eficiente.

■ **CRITERIO**

De acuerdo a una de las políticas de la empresa, esta menciona la creación de una base de datos de clientes que permita una comunicación ágil y eficiente.

■ **CAUSA**

Muchos de estos reclamos se producen por incremento del valor del programa, por suplementos añadidos por instituciones internacionales, los coordinadores de programas no devuelven las llamadas oportunamente a los aplicantes, falta de información hacia el aplicante

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	13/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	13/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS
Componente: Logística / Subcomponente: Servicio Post Venta

■ **EFFECTO**

Lo mencionado anteriormente, puede influir en el comportamiento de los aplicantes al tener inconformidad del servicio, y consecuentemente en el retiro del mismo.

■ **CONCLUSIÓN**

Los coordinadores de programas no informan adecuadamente a los aplicantes sobre el proceso previo al intercambio o, en algunos casos no se encuentran en su lugar de trabajo al momento de devolver las llamadas a los clientes.

■ **RECOMENDACIONES:**

A los miembros del Departamento de Marketing:

Realizarán una presentación adecuada del servicio y sus beneficios para así mantener una mejor comunicación entre ellos y el aplicante y así informar de una manera eficiente.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	13/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	13/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
PROGRAMA DE TRABAJO
Componente: Recursos Humanos

N°	DESCRIPCIÓN	REF P/T	Elab. Por:	OBSERVACIONES
Selección de Personal				
1.	Verifique y analice en sus carpetas personales y determine si ingresó a la corporación cumpliendo el requisito de participar en un concurso de merecimientos y oposición	C.1.1	R.D.	
2.	A través de una narrativa determine la rotación de personal existente en el año 2008 y emita su comentario.	C.1.2	R.D.	
Capacitación y Entrenamiento				
3.	A través de una matriz determine el plan de capacitaciones realizadas a los operadores durante el período examinado; en la que conste: personas capacitadas, duración y cursos aprobados y emita su opinión.	C.2.1	R.D.	
4.	Elabore la Hoja de Hallazgos, en el cual señalará las deficiencias detectadas y los puntos de interés para la auditoría.	HH-C	C.N.	

Nota: Realice además todos los procedimientos que creyere necesarios y convenientes para cumplir con los objetivos de auditoría

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009



C.1

Auditoría de Gestión al Componente:

- Recursos Humanos

C

Periodo a Auditar: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2008

Ejecución del Trabajo del Sub – Componente:

- Selección de Personal

C.1

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Análisis de Ingreso mediante concurso de merecimientos y oposición

N°	NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	FECHA DE INGRESO	INGRESO		OBSERVACIONES
				Mediante Concurso merecimiento		
				SI	NO	
1	ESPINOZA ARELLANO ANDRES VINICIO	Auxiliar Contable	01/03/2006	v	‡	
2	BARREIROS BETANCOURT MARIA GABRIELA	Coordinadora Au Pair	01/08/2006	v	‡	
3	MOSCOSO HUAYAMAVE ANDRES FELIPE	Coordinador GYE	01/10/2005	v	‡	
4	MARTINEZ SALAZAR ANA PAOLA	Director de programas	01/02/2004	v	‡	
5	CABRERA ORDOÑEZ LILIANA MARLENE	Asistente GYE	01/07/2008	v	‡	
6	TORRES RIVERA KARLA PAULINA	Coordinadora programas inbound	01/07/2004			x ‡ Es la hija de la dueña y socia fundadora
7	IZA BELTRÁN JUAN PATRICIO	Mensajero	01/03/2008	v	‡	
8	BETANCOURT DÍAZ VICTOR ALEJANDRO	Coordinador W&T	04/01/2009	v	‡	
9	PLAZA MECÍAS JORGE DANIEL	Coordinador W&T	04/01/2009	v	‡	
10	ORTIZ DÍAZ JULIO CÉSAR	Coordinador Cuenca	15/04/2008	v	‡	
11	DÍAZ RIVADENEIRA GABRIELA ALEXANDRA	Asistencia Cuenca	25/02/2007	v	‡	
12	RIVERA SANCHEZ TERESA DEL CARMEN	Directora Nacional	11/01/2005			x ‡ Es la socia fundadora
13	MEDINA LANAS GUDALUPE	Contadora	24/11/2006			x ‡ No tiene registro de concurso

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Análisis de Ingreso mediante concurso de merecimientos y oposición

<i>Empleados</i>	<i>C.M.</i>	<i>S.M.</i>
Mediante Merecimiento	10	77
Sin merecimiento	3	23
Total empleados	13	100%

Marcas:

- ✓ = Verificación con contrato de ingreso mediante concurso de merecimiento
- ✗ = Verificación con contrato sin registro de concurso de merecimiento
- ‡ = Cotejado con el expediente personal que contiene RR.HH.

Conclusiones:

Se analizó las carpetas de los 13 empleados contratados por la corporación de los cuales 3 ingresaron sin concurso de merecimiento y oposición, correspondiente al 23% del total de empleados.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	14/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	14/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Narrativa de análisis a cerca de la rotación de personal existente Durante el año 2008.

La Corporación, es una organización pequeña, por lo cual cuenta con un bajo número de personal, en los inicios del 2008, cada programa contaba con dos coordinadores logísticos, es decir, existía 2 personas encargadas del programa Au Pair, 2 para Work & Travel, 1 para Camp Consellor, 1 persona para Año Académico y pasantías, 1 persona para Marketing, 1 recepcionista, 1 mensajero, la directora, 1 persona para programas dentro del Ecuador, 1 auxiliar contable y la Sra. Contadora, 3 personas en la coordinación Guayaquil, 2 para Cuenca. Sumando un total de 20 personas; en el mes de febrero del 2008, vencía los contratos de 5 empleados y la directora decidió no volver a renovar dichos contratos, por lo cual estos 5 empleados salieron de la Corporación dejando un total de 15 personas; 2 meses más tarde la recepcionista renuncia y deja vacante el puesto, por lo cual se realiza pruebas selectivas para encontrar un reemplazo, de acuerdo a puntaje obtenido se ha seleccionado con un orden descendente, pero hasta la actualidad 3 personas han pasado por este cargo, el cual actualmente se encuentra vacante. En este año se han contratado a 3 personas adicionales.

Conclusiones:

El cargo de recepcionista es el de mayor rotación debido a la cantidad de funciones, y al trabajo directo y asistencia de la Dirección Nacional, además de no estar bien remunerado; esto conlleva a la entidad seleccione no a la persona idónea, sino a la más necesitada.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	14/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	14/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS
Componente: RR-HH / Subcomponente: Selección de Personal

PROCEDIMIENTOS:

Verifique y analice en sus carpetas personales y determine si ingresó a la corporación cumpliendo el requisito de participar en un concurso de merecimientos y oposición

Ref. / PT: C.1.1

TÍTULO: Existen empleados que ingresaron sin un concurso de méritos y oposición previo.

■ **CONDICIÓN**

Se analizó las carpetas de los 13 empleados contratados por la corporación de los cuales 3 ingresaron sin concurso de merecimiento y oposición, correspondiente al 23% del total de empleados.

■ **CRITERIO**

Todo empleado que labore en la corporación, será seleccionado mediante un concurso de merecimiento; de manera que la persona seleccionada sea la más apta para la función requerida.

■ **CAUSA**

Todo lo descrito anteriormente se debe a que de las 3 personas que ingresaron sin concurso de merecimientos y oposición 1 de ella, es la socia fundadora y las otras 2 son familiares y amistades de la anterior, respectivamente; por lo cual, ellas no fueron parte de ningún concurso de merecimientos.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	14/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	14/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS
Componente: RR-HH / Subcomponente: Selección de Personal

■ **EFECTO**

La consecuencia que conlleva este hallazgo, es que dentro del cargo que están ocupando dichas personas y las funciones que estén realizando, estas no cumplan con el perfil de mencionado cargo y no sean las personas más aptas para desarrollar estas actividades.

■ **CONCLUSIÓN**

Existen personas familiares y amigos de la Directora ocupando cargos corporativos, sin que previamente hayan tenido un concurso de merecimiento u oposición para su cargo.

■ **RECOMENDACIÓN**

Al Jefe de RR.-HH.

Estudiar el perfil de las dos personas familiares y amigas de la Directora y determinar si estas dos personas cumplen con la idoneidad para el cargo que se encuentran ocupando.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	14/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	14/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS
Componente: RR-HH / Subcomponente: Selección de Personal

PROCEDIMIENTOS:

A través de una narrativa determine la rotación de personal existente en el año 2008 y emita su comentario.

Ref. / PT: C.1.2

TÍTULO: Rotación de personal del cargo de Recepcionista

■ **CONDICIÓN**

El cargo de recepcionista es el de mayor rotación del personal, dentro de la corporación

■ **CRITERIO**

De acuerdo a las políticas corporativas, el nivel de rotación de personal dentro de la corporación, debe ser menor al 5%, de manera que las personas puedan hacer carrera en la entidad.

■ **CAUSA**

Esto se debe a la cantidad de funciones, y al trabajo directo y asistencia de la Dirección Nacional, además de ser el cargo con la menor remuneración dentro de la corporación.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	14/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	14/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
HOJA DE HALLAZGOS
Componente: RR-HH / Subcomponente: Selección de Personal

■ **EFECTO**

Esto conlleva a la entidad seleccione no a la persona idónea y capacitada, sino a la más necesitada por trabajar, cuyas necesidades les obligue a aceptar las condiciones del cargo, además de ser un cuello de botella en el desarrollo de actividades.

■ **CONCLUSIÓN**

El cargo con el mayor nivel de rotación o renuncia en la corporación, es el de Recepcionista, debido a la cantidad de funciones que cumplir, la asistencia a la Dirección Nacional, y la baja remuneración del mismo.

■ **RECOMENDACIÓN**

Al Jefe de RR.-HH.

Realizar la separación de cargos y funciones, el de recepcionista del de Asistente de la Dirección, para reasignar funciones y especificarlas de acuerdo a sus áreas, además asignar un sueldo acorde a las funciones a realizar del cargo.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	14/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	14/02/2009

Auditoría de Gestión al Componente:

■ RECURSOS HUMANOS

C

Periodo a Auditar: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2008

Ejecución del Trabajo del Sub – Componente:

■ Capacitación y Entrenamiento

C.2

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
MATRIZ DEL PLAN ANUAL DE CAPACITACIONES
AÑO 2008

<i>Mes</i>	<i>Capacitaciones Planificadas (total Personal)</i>	<i>Capacitaciones reales aprobadas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>TOTAL</i>
Enero	3	2		2
Febrero	2	2		2
Marzo	2	3	<i>Se capacitó +</i>	3
Abril	3	3		3
Mayo	2	2		2
Junio	3	2		2
Julio	2	2		2
Agosto	3	3		3
Septiembre	3	2		2
Octubre	2	2		2
Noviembre	3	2		2
Diciembre	2	2		2
<i>Total personal capacitado</i>		<i>11 personas</i>		<i>27</i>
<i>Total personal existente</i>		<i>13 personas</i>		<i>30</i>
PORCENTAJES		100%		90%

Conclusión.-

Del análisis del Plan Anual de Capacitación, se determinó que de 30 capacitaciones anuales planificadas, se llevaron a cabo 27 de ellas, lo que indica que del 100% de capacitación se ha cumplido el 90%; por lo tanto el personal está adecuadamente capacitado para brindar un excelente servicio de su área de trabajo y servicio al aplicantes.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	14/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	14/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
PROGRAMA DE TRABAJO
Componente: Contabilidad

N°	DESCRIPCIÓN	REF P/T	Elab. Por:	OBSERVACIONES
Ingresos de Dinero				
1.	Solicite el mayor general de Bancos correspondiente al mes con menor número de reclutamientos y analice si los 6 primeros depósitos de dinero se encuentran respaldados conformemente.	D.1.1	R.D.	
Desembolsos de Dinero				
3.	Solicite el mayor general de Bancos correspondiente al mes con mayor número de reclutamientos en el año y analice si los 6 últimos desembolsos de dinero están respaldados conformemente.	D.2.1	R.D.	
4.	Elabore la Hoja de Hallazgos, en el cual señalará las deficiencias detectadas, solamente si es el caso, con los puntos de interés para la auditoría.	HH-C	C.N.	

Nota: Realice además todos los procedimientos que creyere necesarios y convenientes para cumplir con los objetivos de auditoría

Elaborado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	04/02/2009



D.1

Auditoría de Gestión al Componente:

■ CONTABILIDAD

D

Periodo a Auditar: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2008

Ejecución del Trabajo del Sub – Componente:

■ Ingresos de Valores

D.1



UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Análisis de depósitos realizados en Junio 2008

D.1.1
1 de 2

CUENTA: Banco del Pichincha N° 4875810500									
MES: Junio									
N°	Fecha	Código	Detalle	Débito	Saldo	Referencia			
					\$ 15.683,00				
1	02/06/2008	080601OP	Depósito ATM programas/Jessica Hidalgo	200,00	15.883,00	Rec. 938	Quito	v	??
2	02/06/2008	080602OP	Depósito ATM programas/Frank Zavala	549,00	16.432,00	Rec. 711	Quito	v	??
3	03/06/2008	080603OP	Depósito ATM programas/Fabián Salvador	1.014,00	17.446,00	Rec. 939	Quito	v	??
4	04/06/2008	080604OP	Transferencia DINERS B0245123 Daniel Díaz	5.678,45	23.124,45	Rec. 527	Quito	v	??
5	04/06/2008	080605OP	Depósito ATM programas/Wilma Moreno	698,00	23.822,45	Rec. 940	Quito	v	??
6	04/06/2008	080605OP	Depósito ATM programas/Andrés Suarez	462,00	24.284,45	Rec. 712	Quito	v	??

Marcas:

- v Cotejado físico en recibera
- ?? Verificado en registro de depósitos mensuales,

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	14/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	14/02/2009



D.1.1
2 de 2

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA

Registro de pagos de Aplicantes

	APELLIDOS	NOMBRES	COMPROBANTE	PRUEBA	ABONO	VALOR TOTAL	SALDO	SEVIS	OBSERVACIONES
1	HIDALGO	Jessica	4762/5254/5416/5512/5526	\$ 100,00	\$ 850,00	\$ 950,00	\$ 0,00	\$35,00	
2	SALVADOR	Fabián	5393/5572	\$ 100,00	\$ 850,00	\$ 950,00	\$ 0,00	\$35,00	
3	Díaz	Daniel	5322/5352/5573/5587/5588	\$ 100,00	\$ 850,00	\$ 950,00	\$ 0,00	\$35,00	
4	MORENO	Wilma	5284/5594	\$ 100,00	\$ 850,00	\$ 950,00	\$ 0,00	\$35,00	
5	SUAREZ	Andrés	5287/5616/5615/5616	\$100,00	\$850,00	\$950,00	\$0,00	\$35,00	
6	SUAREZ	Andrés	5363/5406/5542/5598	\$100,00	\$850,00	\$950,00	\$0,00	\$35,00	

Conclusiones:

El registro de depósitos del mes de Junio se ha realizado conformemente, s los controles previstos, además se ha verificado el registro físico y respaldo de los mismos, sin que se encuentre ninguna novedad.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	14/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	14/02/2009



D.2

Auditoría de Gestión al Componente:

■ CONTABILIDAD

D

Periodo a Auditar: 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2008

Ejecución del Trabajo del Sub – Componente:

■ Desembolsos de Dinero

D.1

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Análisis del Pagos en el Mayor de Bancos/ Marzo 2008

CUENTA CORRIENTE: Banco del Pichincha N° 4875810500									
MES: Marzo									
N°	Fecha	Código	Detalle	Crédito	Saldo	Referencia			
1	28/03/2008	080367SEO	Gato servicios Básicos	733,89	28.997,11	Rec. 938	Quito	v	??
2	29/03/2008	080368SEO	Transferencia Internacional INS INT. UK	7.890,00	21.107,11	Rec. 711	Guayaquil	†	??
3	29/03/2008	080369SEO	Reembolso de Caja Chica	300,00	20.807,11	Rec. 939	Quito	v	??
4	29/03/2008	0803S70EO	Gasto Publicidad El Comercio	360,00	20.447,11	Rec. 527	Cuenca	v	??
5	29/03/2008	080371SEO	Gasto Arriendo	678,00	19.769,11	Rec. 940	Quito	v	??
6	30/03/2008	080372SEO	Transferencia personal ORDEX-sueldos marzo	462,00	19.307,11	Rec. 712	Guayaquil	?	??

Marcas:

- v Cotejado con facturas mensuales
- † Cotejado con factura internacional por pago de un aplicante en curso de idiomas
- ? Verificación en rol de pagos

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	15/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	15/02/2009

UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
Análisis del Pagos en el Mayor de Bancos/ Marzo 2008
Rol de Pagos Mes de Marzo 2008

N° EMPLEADO	DIAS	INGRESOS					EGRESOS						TOTAL
		SUELDO	OTROS INGRESOS	COMISIONES	TRABAJO	TOTAL	APORTE PERSONAL	ANTICIPO	PRESTAMOS	CTAS POR COB. ANTIC	OTROS EGRESOS	TOTAL	
					TEMPORAL	INGRESOS		Ira QUINCE		EGRESOS		EGRESOS	
1	30				93,91	93,91	20,38					20,38	73,55
2	30			180,00	175,00	355,00						0,00	355,00
3	30	218,00	242,38			460,38	20,38	220,00				240,38	220,00
4	30	218,00	302,38			520,38	20,38	250,00				270,38	250,00
5	30	218,00	122,38			340,38	20,38	160,00				180,38	160,00
6	30	218,00	82,00			300,00	20,38	150,00				170,38	129,62
7	30	218,00	347,98			565,98	20,38	250,00	113,21			383,59	182,39
8	15				90,65	90,65				45,00		45,00	45,65
9	15				87,50	87,50						0,00	87,50
10	15				87,50	87,50						0,00	87,50
total		1090,00	1097,12	180,00	534,56	2901,68?	122,28	1030,00	113,21	45,00		1310,49	1591,15

Conclusión: Los desembolsos fueron realizados según controles establecidos y con la debida verificación, sin encontrarse ninguna novedad respecto a estos procesos.

Elaborado Por:	R.D.	Fecha:	14/02/2009
Supervisado Por:	C.N.A.	Fecha:	14/02/2009



INFORME DE AUDITORÍA

Auditoría de Gestión a los Componentes y Subcomponentes:

Publicidad

- Prospección y Acercamiento
- Oferta de Programas

Logística

- Asesoramiento y explicación del Servicio
- Formalización y Cierre del Servicio
- Servicio Post-Viaje

Recursos Humanos

- Selección de Personal
- Capacitación y Entrenamiento

Contabilidad

- Ingresos de Valores
- Desembolsos de Valores

Periodo Examinado:

Del 01 de Enero al 31 de Diciembre de 2008



CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1. Motivos del Examen.

La Auditoría de Gestión a los componentes de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural, se la realiza debido a que la corporación necesita conocer si sus Procesos correspondientes a los componentes de publicidad, logístico, contable y de recursos humanos, se ejecuta de una manera adecuada, para el mejoramiento corporativo y la total satisfacción de sus usuarios aplicantes.

Por orden de la Asamblea General, se autoriza a la Unidad de Auditoría Interna de la corporación, a la realización de la Auditoría de Gestión a los componentes de la corporación, mediante memorando No. 08-AIN-2009, de fecha Enero, 2009.

2. Objetivos del Examen.

- Determinar los niveles de eficiencia, efectividad y economía en la gestión de los componentes y subcomponentes de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural.
- Determinar el grado de cumplimiento de las disposiciones legales, reglamentarias y normativas.
- Verificar el cumplimiento de los objetivos de los componentes y subcomponentes de la Corporación.
- Verificar la existencia de indicadores de gestión para evaluar el nivel de efectividad en la ejecución de los procedimientos.
- Verificar la existencia de controles y su adecuado cumplimiento establecidos para el desarrollo de sus componentes y subcomponentes.



3. Alcance del Examen.

El examen de auditoría se aplicará al período comprendido del 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2008, tiempo durante el cual la Corporación ha promovido los diferentes programas de intercambios estudiantiles y profesionales, a través de su sistema de Intercambio Cultural.

4. Base Legal.

La Corporación es un organismo sin fin de lucro, de primer grado, agrupada por personas naturales con fin delimitado; ecuatoriana, ubicada en Quito y con patrimonio propio; constituida como corporación de primer grado, de conformidad a la ley y duración indefinida y podrá disolverse en casos ya previstos.

4.1 Disposiciones Legales, Reglamentarias y Normativas.

- Decreto Ejecutivo No. 982 del 25 de marzo de 2008, publicado en el Registro Oficial No. 311 de 8 de abril de 2008
- Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial No. 242 del 29 de Diciembre del 2007
- Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, mediante Decreto Ejecutivo No. 1051 del 30 de abril de 2008, publicado en el Primer Suplemento del Registro Oficial No. 337 del 15 de mayo de 2008.



5. Objetivos de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural.

- Fomentar las relaciones educativas y culturales con otras naciones para crear un mejor entendimiento universal, mediante el Intercambio estudiantil y la conducción de diferentes actividades culturales en el plano internacional y nacional.
- Promover oportunidades de intercambio entre estudiantes ecuatorianos y ciudadanos de otros países.
- Fomentar diversas actividades educativas que promuevan el aprendizaje intercultural.
- Establecer sistemas de becas o programas similares para el intercambio educativo y cultural.

6. Estructura Administrativa de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural.

■ Nivel Directivo

Asamblea General
Directiva

■ Nivel Operativo

■ Nivel Ejecutivo

Secretario
Director Nacional

Departamento de Marketing
Departamento Operativo
Departamento Administrativo
Contable



7. Personal de la Corporación Involucrado:

N°	NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	FECHA DE INGRESO	OBSERVACIONES
1	ESPINOZA ARELLANO ANDRES VINICIO	Auxiliar Contable	01/03/2006	
2	BARREIROS BETANCOURT MARIA GABRIELA	Coordinadora Au Pair	01/08/2006	
3	MOSCO SO HUAYAMAVE ANDRES FELIPE	Coordinador GYE	01/10/2005	
4	MARTINEZ SALAZAR ANA PAOLA	Director de programas	01/02/2004	
5	CABRERA ORDOÑEZ LILIANA MARLENE	Asistente GYE	01/07/2008	
6	TORRES RIVERA KARLA PAULINA	Coordinadora programas inbound	01/07/2004	
7	IZA BELTRÁN JUAN PATRICIO	Mensajero	01/03/2008	
8	BETANCOURT DÍAZ VICTOR ALEJANDRO	Coordinador W&T	04/01/2009	
9	PLAZA MECÍAS JORGE DANIEL	Coordinador W&T	04/01/2009	
10	ORDOÑEZ ALTAMIRANO ELSIE	Representante Riobamba	15/04/2008	
11	RODRIGUEZ VINUEZA GEMMA	Representante Ambato	25/02/2007	
12	RIVERA SANCHEZ TERESA DEL CARMEN	Directora Nacional	11/01/2005	
14	MEDINA LANAS GUSDALUPE	Contadora	24/11/2006	



CAPITULO II

RESULTADOS DE LA AUDITORÍA

1. Las campañas publicitarias efectuadas por la corporación no captan el número de aplicantes esperados.

Las campañas publicitarias que ha realizado la corporación no han sido totalmente positivas, la meta no se cumplió, se tuvo una efectividad del 63%, que no alcanza a ser un índice eficiente. Existe 19 aplicantes mensuales que no se logra captar, esto representa 222 estudiantes al año, lo que refleja que la Corporación necesita diseñar una campaña de publicidad mucho más agresiva, que le permita posesionar su nombre y sus servicios ofrecidos, todo lo relacionado al concepto ORDEX, su nombre e imagen en el mercado.

De acuerdo a las metas planteadas por el departamento de reclutamientos, se deben captar un promedio mensual de 50 aplicantes, 222 aplicantes anuales; a través de las campañas publicitarias realizadas por la corporación.

Lo antes mencionado se debe a que las campañas publicitarias han sido realizadas solamente en medios escritos y en ferias de exposición y no han provocado el interés esperado por la corporación.

Durante el año 2008, se pagó \$2740 por concepto de publicidad y solamente se lograron captar 31 aplicantes mensuales, sin cumplir con las metas dispuestas por el departamento de marketing.



■ CONCLUSIÓN

Las campañas publicitarias lanzadas por la corporación, no han logrado cumplir con las metas planteadas por la el departamento de marketing.

■ RECOMENDACIÓN

Al Jefe del Departamento de Marketing

Diseñar campañas publicitarias en todos los medios de comunicación escrita, radial y de televisión de esta manera lograr captar más aplicantes y hacer conocer el servicio y los beneficios que la corporación ofrece y así cumplir con las metas de reclutamientos planificadas por el departamento de reclutamientos.

2. Los convenios con las Instituciones Educativas no captan el número de aplicantes esperados.

Los convenios con las Instituciones Educativas le permiten a la corporación captar un mayor número de aplicantes, el indicador determinó una efectividad del 66%, este valor no alcanza la eficiencia total ya que son 17 aplicantes que no se lograron captar.

El convenio con cada institución determina que debemos tener por lo menos 50 aplicantes reclutados por medio de dichos convenios.

Esto se debe a que las Instituciones educativas no están realizando publicidad de ORDEX dentro de su alumnado, los cuales podrían ser aplicantes en perspectiva de la corporación.



Es por lo expuesto que durante el año 2008, conllevaría a la terminación de los convenios educativos con las instituciones que menos aplicantes envíen referidos a la corporación, y consecuentemente la disminución del reclutamiento.

■ **CONCLUSIÓN:**

Los convenios con las Instituciones Educativas le permiten a la corporación captar más aplicantes que las compañías publicitarias, a pesar de ello no se ha logrado cumplir con las metas planteadas por la el departamento de marketing.

■ **RECOMENDACIÓN:**

Al Jefe del Departamento de Marketing:

Mantendrá y renovará los convenios con las Instituciones Educativas, implementando incentivos para dichas instituciones y a la vez incentivar la promoción de la corporación en su institución.

3. El valor real gastado en publicidad es mayor al valor planificado anual.

El valor total gastado en publicidad sobrepasó al valor destinado con \$240, lo cual representa un 9.6% adicional al valor asignado; invirtiendo \$7, 25 en cada aplicante concretado.

El valor destinado para gastos de publicidad es \$2500, asignándole a cada aplicante la cantidad de \$4,17 como valor planificado

No existe un control del fondo específico destinado a publicidad, los rubros se desembolsan según se vayan efectuando los gastos.



Esto conlleva al exceso de gasto en este rubro, y la falta de control en del mismo.

■ **CONCLUSIÓN:**

El valor gastado en publicidad fue superior al planificado, sin ni siquiera lograr la cantidad de reclutamiento planificado

■ **RECOMENDACIÓN:**

Al Jefe del departamento de Marketing:

Demostrar que el valor destinado a gastos de publicidad es muy bajo para las actividades que están siendo realizadas.

Al Contador:

Estudiar juntamente con el jefe de marketing la posibilidad de aumentar el fondo destinado a publicidad, para lograr mejores campañas y poder incrementar el nivel de aplicaciones.

4. Los medios publicitarios en los cuales se está invirtiendo, no incentivan el aumento de reclutamiento de alicantes.

La publicidad realizada tiene periodos promocionales con determinados métodos para cada programa, las cuales no son difundidas ni atractivas por los posibles aplicantes.



Según un plan de Marketing, deben haber estado establecidos ciertos métodos promocionales que incentiven la participación social y económica en un Intercambio Cultural.

Lo expuesto anteriormente se debe a la falta de un plan de marketing y un estudio de mercado, el cual contenga un análisis de las preferencias de los posibles aplicantes, y cuáles son los programas que necesitan más promoción.

No alcanzar las metas establecidas de reclutamiento de aplicantes y proporcionar al segmento al cual va dirigido el servicio, como una entidad totalmente inflexible y con poca reciprocidad al aplicante.

■ **CONCLUSIÓN:**

Los medios promocionales determinados no incentivan el aumento de aplicaciones, ya que no son difundidas ni atractivas a los posibles aplicantes.

■ **RECOMENDACIÓN:**

Al Jefe de Marketing:

Debería analizarse la creación de promociones que permitan acceder a mayor cantidad de aplicantes, en el reclutamiento de los mismos y que posean mayor aceptación en medio de su mercado meta; así mismo difundir dichas promociones, para que sean una referencia de aumento de aplicaciones.



5. La distribución demográfica del reclutamiento de aplicantes no alcanzó la meta establecida asignada para cada ciudad.

La concentración de aplicaciones es Quito con el 47%, seguida por Guayaquil con el 29%, Cuenca con el 11%. El índice de cumplimiento por ciudad es de 52%, siendo la ciudad de menos cumplimiento Riobamba con apenas 28% y Guayaquil la más próxima a cumplir sus metas, con más del 80%.

Las oficinas de Guayaquil y Cuenca deberán presentar anualmente un incremento en el reclutamiento de sus aplicantes de 10%, de manera que puedan representar los costos de mantención de dichas oficinas.

El incumplimiento de las metas trazadas por ciudades, se debe a la falta de parámetros operativos que se debe llevar a cabo, y no lo hacen por tener la falta de un director en su ubicación laboral.

Se puede dar el cierre de oficinas de Ordex en las diferentes ciudades, por no estar representando todos los gastos de mantención invertidos en ellas.

■ CONCLUSIÓN

La distribución demográfica del reclutamiento de aplicantes no alcanzó la meta establecida para cada ciudad, lo que conllevaría al cierre de ciertas oficinas cuyos ingresos no representan para cubrir sus gastos.

■ RECOMENDACIÓN:



A los Coordinadores de Programas de Cuenca y Guayaquil:

Evaluar actividades realizadas para reclutamiento de aplicantes y recomendar acciones para el incremento de este.

A la Directora Nacional:

Viajar periódicamente a las ciudades donde cuenta con oficinas, para coordinar y direccionar más de cerca la forma operativa utilizada.

6. La distribución por programas de las ventas, no lograron alcanzar las metas de ventas.

El programa Work & Travel, cual bajó notablemente sus aplicantes de temporada, siendo el de mayor aceptación en periodos anteriores.

Las metas de reclutamiento anuales para este programa fueron de 350 personas anuales, según cantidad de reclutados para este programa en periodos anteriores.

Work & Travel es el programa con mayor competencia en el mercado en cuanto a destinos y precios, además de tener el más alto índice de negación de visas.

El programa va perdiendo fuerza dentro de la corporación, después de ser el programa estrella, la competencia roba aplicantes debido a promociones que aplican el programa.

■ **RECOMENDACIÓN:**



Al Director de Programas:

Pedir a los coordinadores internacionales, proporcionales más ventajas y beneficios para la promoción de este programa, como alternativa ante la baja de aplicantes.

Al Director de Marketing:

Elaborar una campaña publicitaria específicamente para este programa, promocionando todos los beneficios adicionales como ventajas competitivas ante la competencia.

7. No se profundiza la información brindada al aplicante en cuanto a beneficios que ofrece la entidad y los programas de intercambio.

Los resultados obtenidos en la encuesta sobre satisfacción del aplicante al realizar el asesoramiento y la explicación del programa, indican que el aplicante se siente satisfecho, considerando la confianza como el aspecto más valioso al momento de contratar el servicio de Intercambio Cultural, por otro lado la corporación no logra que el aplicante se sienta al 100% satisfecho al realizar el asesoramiento y la explicación del programa.

De acuerdo a la misión establecida por la corporación, esta ofrece a sus aplicantes un servicio de calidad para la seguridad de sus aplicantes a través del sistema de Intercambio Cultural dentro de un marco de eficacia y eficiencia administrativa - operativa satisfaciendo las necesidades de los aplicantes al 100%.



Lo antes mencionado se debe a que al momento de realizar la explicación y presentar beneficios del servicio, no se encuentra satisfecho en un 100%.

Es por lo expuesto que durante el funcionamiento y prestación del servicio muchos aplicantes tienen inconvenientes, ya que no conocen en un 100% como funciona el programa de Intercambio

■ CONCLUSIÓN

Los coordinadores de programas al momento de realizar el asesoramiento y la explicación, no presentan en un 100% los beneficios a los que puede acceder el aplicantes si contrata dicho servicio.

■ RECOMENDACIÓN

A los Coordinadores de programas

Realizarán y diseñarán una explicación del servicio en la cual se muestre en un 100% los beneficios y ventajas que obtendrá el aplicantes al momento de contratar el servicio, así como el funcionamiento de los programas de Intercambio y demás beneficios que se pretendan vender.

8. Existe un alto nivel desertación de los programas de Intercambio Cultural.

Del total de aplicantes inscritos, solo el 63% termina el programa y viaja al lugar de destino, del 37% restante, al 21% les negaron la visa y el 16% no concluyó el programa por alguna razón personal.



El interés que la corporación persigue es que todos los participantes inscritos culminen con éxito su programa de Intercambio Cultural.

Lo expuesto anteriormente se debe a que en la actualidad ha aumentado el porcentaje de negación de visas, lo cual hace imposible el viaje del aplicante, siendo este el paso principal para el Intercambio Cultural, además de razones Económicas, personales y específicas de cada uno de los participantes que los lleva al retiro del programa.

El retiro de los programas de los aplicantes ya escritos, trae consigo la devolución de los valores abonados, ya que reglamentariamente la corporación está obligada a devolver cierto porcentaje del valor pagado, siempre y cuando el aplicante presente sus respaldos de los pagos realizados.

■ CONCLUSIÓN

No todos los aplicantes inscritos pueden culminar su programa de intercambio, debido a negaciones de visa, o retiros por razones personales.

■ RECOMENDACIÓN

Al Auxiliar Contable:

Llevar un control automatizado de todas las devoluciones realizadas y por realizar en siguientes periodos, para poder procesarlas correctamente y tener una aprobación más eficaz.



9. Existe demora en la asignación de familias anfitrionas.

La corporación tiene un retraso promedio en la asignación de familias dentro del programa Au pair del 11%, faltando con la planificación realizada en los acuerdos y contratos previos a la inscripción.

El Tiempo estimado para la ubicación en una familia anfitriona internacional, de acuerdo a la planificación detallada en el contrato, es de 120 días, después de la inscripción y firma del contrato del aplicante.

La demora se debe a la falta de coordinación internacional, así como la falta de un registro suficiente de familias internacionales anfitrionas.

Esta condición conlleva al malestar de los aplicantes del programa Au Pair, ya que en el contrato se llegó a un acuerdo dentro de un tiempo determinado, lo que en la realidad no se da, produciendo consecutivamente la demora del viaje.

■ CONCLUSIÓN

Existe retraso en la coordinación internacional, en cuanto a la asignación familiar en el país de destino, incumpliendo el contrato acordado, en el momento de la aplicación.

■ RECOMENDACIÓN

Al Director de Programas:

Reasignar juntamente con organizaciones internacionales proveedoras de todos los programas de Intercambio Cultural, un tiempo promedio de asignación de



familia anfitriona, para de este modo, presentar el tiempo real de demora de asignación, al aplicante para que no exista disconformidad con la información del servicio y programa al cual está accediendo.

10. Falta de información por parte de los coordinadores de programas

Durante el último semestre del 2008 la Corporación tuvo 22 reclamos de sus aplicantes. Por otro lado, la corporación al momento de prestar el servicio tuvo una efectividad del 88%, lo que se considera un índice eficiente.

De acuerdo a una de las políticas de la empresa, esta menciona la creación de una base de datos de clientes que permita una comunicación ágil y eficiente.

Muchos de estos reclamos se producen por incremento del valor del programa, por suplementos añadidos por instituciones internacionales, los coordinadores de programas no devuelven las llamadas oportunamente a los aplicantes, falta de información hacia el aplicante

Lo mencionado anteriormente, puede influir en el comportamiento de los aplicantes al tener inconformidad del servicio, y consecuentemente en el retiro del mismo.

■ CONCLUSIÓN

Los coordinadores de programas no informan adecuadamente a los aplicantes sobre el proceso previo al intercambio o, en algunos casos no se encuentran en su lugar de trabajo al momento de devolver las llamadas a los clientes.



■ **RECOMENDACIONES:**

A los miembros del departamento de Marketing:

Realizarán una presentación adecuada del servicio y sus beneficios para así mantener una mejor comunicación entre ellos y el aplicante y así informar de una manera eficiente.

11. Existen empleados que ingresaron sin un concurso de méritos y oposición previo.

Se analizó las carpetas de los 13 empleados contratados por la corporación de los cuales 3 ingresaron sin concurso de merecimiento y oposición, correspondiente al 23% del total de empleados.

Todo empleado que labore en la corporación, será seleccionado mediante un concurso de merecimiento; de manera que la persona seleccionada sea la más apta para la función requerida.

Todo lo descrito anteriormente se debe a que de las 3 personas que ingresaron sin concurso de merecimientos y oposición 1 de ella, es la socia fundadora y las otras 2 son familiares y amistades de la anterior, respectivamente; por lo cual, ellas no fueron parte de ningún concurso de merecimientos.

La consecuencia que conlleva este hallazgo, es que dentro del cargo que están ocupando dichas personas y las funciones que estén realizando, estas no cumplan con el perfil de mencionado cargo y no sean las personas más aptas para desarrollar estas actividades.



■ CONCLUSIÓN

Existen personas familiares y amigos de la Directora ocupando cargos corporativos, sin que previamente hayan tenido un concurso de merecimiento u oposición para su cargo.

■ RECOMENDACIÓN

Jefe de RR.-HH.

Estudiar el perfil de las dos personas familiares y amigas de la Directora y determinar si estas dos personas cumplen con la idoneidad para el cargo que se encuentran ocupando.

12. Rotación de personal del cargo de Recepcionista

El cargo de recepcionista es el de mayor rotación del personal, dentro de la corporación

De acuerdo a las políticas corporativas, el nivel de rotación de personal dentro de la corporación, debe ser menor al 5%, de manera que las personas puedan hacer carrera en la entidad.

Esto se debe a la cantidad de funciones, y al trabajo directo y asistencia de la Dirección Nacional, además de ser el cargo con la menor remuneración dentro de la corporación.



Esto conlleva a la entidad seleccione no a la persona idónea y capacitada, sino a la más necesitada por trabajar, cuyas necesidades les obligue a aceptar las condiciones del cargo, además de ser un cuello de botella en el desarrollo de actividades.

■ CONCLUSIÓN

El cargo con el mayor nivel de rotación o renuncia en la corporación, es el de Recepcionista, debido a la cantidad de funciones que cumplir, la asistencia a la Dirección Nacional, y la baja remuneración del mismo.

■ RECOMENDACIÓN

Al Jefe de RR.-HH.

Realizar la separación de cargos y funciones, el de recepcionista del de Asistente de la Dirección, para reasignar funciones y especificarlas de acuerdo a sus áreas, además asignar un sueldo acorde a las funciones a realizar del cargo.

Atentamente,

Cristina Navarrete Andrade
Auditora Interna



Quito, 29 de Febrero de 2009

Señora
Teresa Rivera
Directora Nacional de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural
Presente.-

De mis consideraciones.-

Se ha realizado la Auditoría de Gestión a los componentes y subcomponentes de la entidad, correspondiente al periodo del 1ero. De Enero al 31 de diciembre del 2008.

El trabajo fue realizado en base a las NAGA'S y las NEA'S; además se han tomado en cuenta la normativa legal vigente relacionada con el proceso examinado. De acuerdo a la naturaleza del informe y del trabajo realizado, se ha programado actividades correspondientes al seguimiento del cumplimiento de las recomendaciones proporcionadas en el informe.

Para lo cual, a continuación se presenta el cronograma de cumplimiento de dichas recomendaciones.

Atentamente,

Cristina Navarrete Andrade.
Auditora Interna



**UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
FASE DE SEGUIMIENTO**

MATRIZ DE ASIGNACIÓN DE TIEMPOS PARA EL CUMPLIMIENTO DE RECOMENDACIONES

N°	RECOMENDACIONES	RESPONSABLE	TIEMPOS ASIGNADOS DE CUMPLIMIENTO						
			Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
			31	30	31	30	31	31	30
1	Diseñar campañas publicitarias en todos los medios de comunicación escrita, radial y de televisión, para lograr captar más aplicantes, hacer conocer el servicio y los beneficios que la corporación ofrece y cumplir con las metas planificadas	Jefe del Departamento de Marketing							
2	Mantener y renovar los convenios con las Instituciones Educativas, implementando incentivos para dichas instituciones y a la vez incentivar la promoción de la corporación en su institución.	Jefe del Departamento de Marketing							
3	Asignar un valor más alto destinado a gastos de publicidad específico para las actividades que están siendo realizadas.	Jefe del departamento de Marketing							
4	Analizar la creación de promociones que permitan acceder a mayor cantidad de aplicantes, en el reclutamiento de los mismos y que posean mayor aceptación en medio de su mercado meta; así mismo difundir dichas promociones, para que sean una referencia de aumento de aplicaciones.	Jefe de Marketing:							
5	Difundir dichas promociones, para que sean una referencia de beneficios al aplicante y consecuentemente el aumento de aplicaciones.	Jefe de Marketing:							



UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
FASE DE SEGUIMIENTO
MATRIZ DE ASIGNACIÓN DE TIEMPOS PARA EL CUMPLIMIENTO DE RECOMENDACIONES

N°	RECOMENDACIONES	RESPONSABLE	TIEMPOS ASIGNADOS DE CUMPLIMIENTO						
			Marzo 31	Abril 30	Mayo 31	Junio 30	Julio 31	Agosto 31	Septiembre 30
6	Evaluar actividades realizadas para reclutamiento de aplicantes y recomendar acciones para el incremento de este.	Coordinadores de Programas de Cuenca y Guayaquil:							
7	Visitar periódicamente las oficinas de Ordex en otras ciudades, para coordinar y direccionar más de cerca la forma operativa utilizada.	Directora Nacional:							
8	Pedir a los coordinadores internacionales, proporcionales más ventajas y beneficios para la promoción de este programa, como alternativa ante la baja de aplicantes.	Director de Programas							
9	Elaborar campañas publicitarias específicas para cada programa, promocionando todos los beneficios adicionales como ventajas competitivas ante la competencia.	Director de Marketing							
10	Realizar una explicación del servicio en la cual se muestre en un 100% los beneficios y ventajas que obtendrá el aplicantes al momento de contratar el servicio, así como el funcionamiento de los programas de Intercambio y demás beneficios que se pretendan vender.	Coordinadores de programas							



UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA
FASE DE SEGUIMIENTO
MATRIZ DE ASIGNACIÓN DE TIEMPOS PARA EL CUMPLIMIENTO DE RECOMENDACIONES

N°	RECOMENDACIONES	RESPONSABLE	TIEMPOS ASIGNADOS DE CUMPLIMIENTO						
			Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
			31	30	31	30	31	31	30
11	Llevar un control automatizado de todas las devoluciones realizadas y por realizar en siguientes periodos, para poder procesarlas correctamente y tener una aprobación más eficaz	Auxiliar Contable							
12	Reasignar juntamente con organizaciones internacionales proveedoras de todos los programas de Intercambio Cultural, un tiempo promedio de asignación de familia anfitriona, para de este modo, presentar el tiempo real de demora de asignación, al aplicante para que no exista disconformidad con la información del servicio y programa al cual está accediendo.	Director de Programas							
13	Realizarán una presentación adecuada del servicio y sus beneficios para así mantener una mejor comunicación entre ellos y el aplicante y así informar de una manera eficiente.	Departamento de Marketing							
14	Estudiar y verificar el perfil de las personas que ingresaron a la organización sin un concurso de merecimientos, para verificar la idoneidad en el cargo que ocupan.	Jefe de RR.-HH							
15	Realizar la separación de cargos y funciones, el de recepcionista del de Asistente de la Dirección, para reasignar funciones y especificarlas de acuerdo a sus áreas, además asignar un sueldo acorde a las funciones a realizar del cargo.	Jefe de RR.-HH.							