

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

6.1. CONCLUSIONES

- ❖ Al aplicar la Auditoría de Gestión al Proceso de Ventas de la empresa DISTRISAT S.A., medir la eficiencia, efectividad y economía de las operaciones, evaluar los controles y sistemas de operación, ordenar la información recopilada y determinar en una forma sistemática la jerarquía de los aspectos más importantes observados se logró determinar las debilidades y fortalezas existentes en el proceso de ventas, así como establecer responsabilidades y emitir las medidas correctivas necesarias para solucionar dichos problemas.

- ❖ El Departamento de Ventas dentro de la empresa DISTRISAT S.A. tiene como principales funciones las de planear, ejecutar y controlar las actividades generales del proceso, por lo que la aplicación de una Auditoría de Gestión al Proceso de Ventas de esta gran empresa, permitió establecer los motivos por los cuales la empresa no ha podido captar la cantidad necesaria de clientes así como satisfacer totalmente a los mismos, pues se encontraron aspectos perjudiciales que hacen que el nivel de satisfacción de los clientes no sea el adecuado y no se puedan cumplir con sus metas y objetivos programados.

6.2. RECOMENDACIONES

- ❖ De la Auditoría de Gestión aplicada al Proceso de Ventas de la empresa DISTRISAT S.A., es necesario realizar ciertos ajustes para obtener una mejor eficacia y eficiencia del proceso actual de ventas para ellos debe asegurarse el cumplimiento de las recomendaciones, a través del compromiso de los empleados involucrados, de esta manera se garantizará que el trabajo realizado sea implementado en beneficio de la empresa.

- ❖ No cabe duda, que el tener clientes complacidos o plenamente satisfechos es uno de los factores clave para alcanzar el éxito en los negocios, por ello es muy importante que la empresa asesore al cliente en todo lo que corresponda al servicio que la empresa brinda, desarrollar una cultura publicitaria y a saber invertir en el medio de la tecnología satelital para que así crezcan como empresa e incremente sus ventas, por consiguiente deben reformar la capacitación y mantenimiento del cliente, desarrollando una atención mas personalizada y efectiva. Una de las maneras de lograrlo, es manteniendo informado e involucrado al cliente con la empresa de esta manera el departamento atraerá la confianza del cliente, puesto que conocerá los métodos empleados, el tiempo y el dinero invertido, ya que no hay que olvidar, que es el quien paga el servicio.

BIBLIOGRAFÍA

- DR. BADILLO JORGE; **Carpeta de Auditoría de Gestión**; Quito D.M.; semestre Octubre 2007 – Febrero 2008.
- MALDONADO E. MILTON K.; **Auditoría de Gestión**; Tercera Edición.
- ORTIZ, JOSÉ JOAQUÍN Y ORTIZ B. ARMANDO; **Auditoría Integral**; Editorial Kimpres Ltda.; Quito D.M.; 2002.
- MANTILLA B. SAMUEL ALBERTO, Y, CANTE S. SANDRA YOLIMA; **Auditoría del Control Interno**; Eco Ediciones; Bogotá; Segunda Edición; Agosto 2005.
- MEIGS, WALTER B.; **Principios de Auditoría**; Editorial Diana; México; Séptima Edición; 1977.
- WHITTINGTON O. RAY, PANY KURT; **Principios de Auditoría**; McGraw – Hill Interamericana; México D.F.; Decimocuarta Edición; agosto 2005.
- VÁSQUEZ VÍCTOR HUGO; **Organización Aplicada**; Gráficas Vásquez; quito D.M.; Segunda Edición; Octubre 2002
- <http://www.google.com.ec>
- <http://www.gestiopolis.com>
- <http://www.monografías.com>