

Abril 2019 - ISSN: 1696-8352

## EL CICLO DE VENTAS Y SU EFECTO EN EL ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES DE LA COMPAÑÍA TLC C.A.

**Autoras: María Fernanda Calderón Calderón**

**Kelly Jazmín Domínguez Izurieta**

Egresadas de la Facultad de Administración

Carrera: Contabilidad y Auditoría

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

mafercalderon31@hotmail.com

kelly\_jdi\_13-02@hotmail.com

**Tutor: MCA. Gastón Suarez**

Docente de la Facultad de Administración

Carrera: Contabilidad y Auditoría

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

gsuarezg@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

María Fernanda Calderón Calderón, Kelly Jazmín Domínguez Izurieta y Gastón Suarez (2019): "El ciclo de ventas y su efecto en el estado de resultados integrales de la compañía TLC C.A.", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (abril 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/resultados-integrales-tlcca.html>

**Resumen:** El presente trabajo de investigación propone demostrar el impacto que tienen las operaciones del ciclo de ventas en los estados de resultados de la compañía TLC C.A. para que los nuevos negocios conozcan la importancia de las operaciones en la generación de réditos, basándose en objetivos, planes y presupuestos controlados adecuadamente durante todo el proceso; para alcanzar la eficiencia en las operaciones y los resultados esperados por la dirección de la organización.

**Palabras Claves:** Ciclo de ventas, Estado de resultado, Control, Eficiencia

**Abstract:** The present research work proposes is demonstrate the impact that the operations of the sales cycle have on the Statement of Income of TLC Company. So that

new businesses know the importance of operations in the generation of revenues, based on objectives, plans and budgets adequately controlled throughout the process; to achieve efficiency in operations and the results expected by the organization's management.

**Key words:** Sales cycle, Statements of income, Control, Efficiency

## **1. Introducción**

El presente plan de trabajo analiza el efecto del ciclo de ventas en el Estado de Resultados Integrales de la compañía TLC C.A., la cual forma parte del mercado de telecomunicaciones a nivel nacional; cuyos resultados han disminuido con respecto a los años anteriores; por lo que será una herramienta para la toma de decisiones respecto al proceso de ventas y sus etapas, contribuyendo al mejoramiento continuo interno y al logro de los objetivos de la organización.

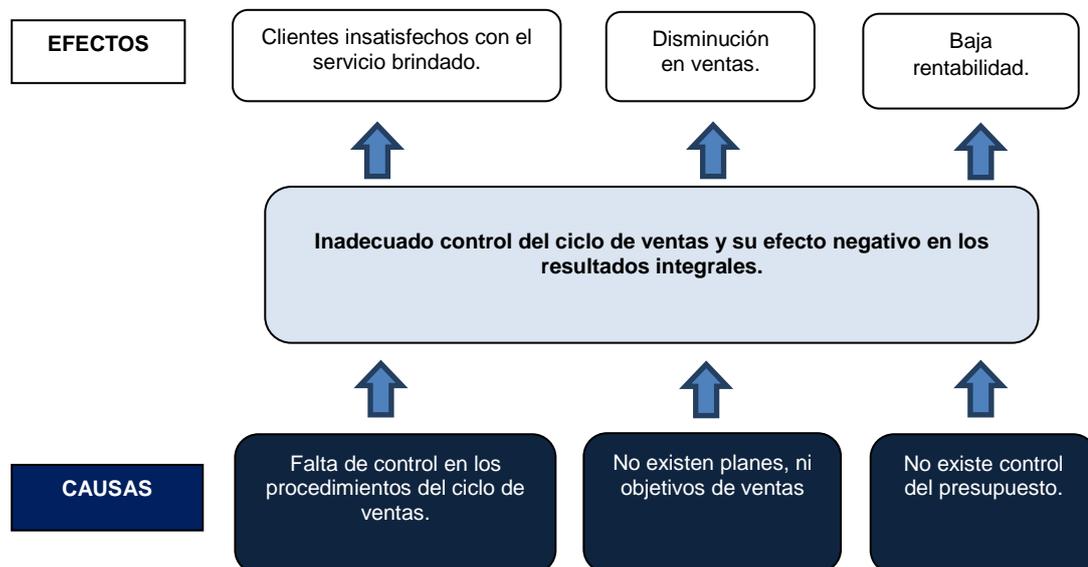
## **2. Planteamiento del problema**

La compañía TLC C. A. es una empresa ecuatoriana, con 20 años de existencia en el mercado, cuya finalidad es brindar soluciones integrales en el campo de las telecomunicaciones, a través de la integración de servicios de transmisión de datos e internet a nivel nacional, para satisfacer las necesidades de sus clientes a través de la prestación de un servicio especializado y soporte técnico efectivos.

Actualmente la economía de la compañía se ha visto afectada por la pérdida de contratos con alto porcentaje de participación en la facturación. Esto ha generado que la gerencia haya elevado los precios de los servicios que ofrece para poder cubrir los costos y gastos de la organización, siendo muchas veces estos nuevos precios inaccesibles para los clientes, e incluso algunas veces superiores a los de la competencia.

Los directivos afirman que existen quejas por parte de los clientes debido al incumplimiento en los tiempos de la entrega de trabajos, ocasionando deslealtad de los clientes ante un servicio ineficiente; lo que provoca que la compañía no alcance los objetivos establecidos y a la vez disminuya la rentabilidad.

### 3. Árbol del problema



### 4. Justificación de la Investigación

Una adecuada evaluación al ciclo de ventas permitirá identificar los procedimientos que no se han cumplido, y determinar los posibles riesgos que afectan y que pueden afectar a la compañía en un futuro. Además permitirá a la administración realizar las correcciones necesarias que les permitan alcanzar sus objetivos.

Por tales motivos, es necesario realizar el presente estudio, analizando cómo la compañía TLC C.A. realiza el proceso de ventas, y su afectación en los resultados financieros de la organización.

### 5. Objetivos

**Objetivo General:** Realizar una evaluación del ciclo de ventas mediante el análisis y revisión de los procesos que han afectado el estado de resultados integrales, para una adecuada toma de decisiones de la gerencia.

**Objetivos específicos:**

- Evaluar los factores que incurren en el ciclo de ventas que afecta el estado de resultado integrales de los estados financieros.
- Analizar el control que se efectúa en el ciclo de ventas que afecta el estado de resultado integrales de los estados financieros.
- Determinar que el ciclo de ventas y la aplicación de los procesos contables, permita mejorar los saldos reflejados en el estado de resultado integrales.

## **6. Fundamentación Teórica**

**Control:** Según Agustín Reyes Ponce (2013, pág. 29) la función del control “consiste en el establecimiento de sistemas que permitan medir los resultados actuales y pasados, en relación con los esperados, con el fin de saber si se ha obtenido lo que se esperaba, a fin de corregir y mejorar, y además formular nuevos planes”.

**Estados Financieros:** Presentan en forma resumida la información financiera de una empresa generada de las transacciones comerciales durante un periodo de tiempo. Estos reportes deben adaptarse a normas y disposiciones legales y contables, para que su información pueda ser entendida y analizada en cualquier parte del mundo, y por cualquier usuario.

**Ciclo de ventas:** Según Fernando Blanco (2012, pág. 160) son “los pasos y el periodo que recorre una oportunidad comercial desde que se detecta y califica hasta que se cierra con la firma del contrato o la recepción de la orden de compra”.

Etapas del ciclo de ventas:

1. Buscar clientes.
2. Iniciar la relación: Esto requiere reunir información sobre las necesidades del comprador, desarrollando un acercamiento del vendedor al comprador que muestre una buena impresión y una imagen positiva de la empresa a la que representa.
3. Calificar al cliente en perspectiva: Se debe evaluar la actitud del comprador, y establecer las bases de relación y seguimiento. Además se debe confirmar que el comprador tiene asignado un presupuesto para realizar la compra.
4. Presentar el mensaje de la venta: Consiste en la presentación de la propuesta de manera formal, y de forma personal al cliente.
5. Cerrar la venta: Acordar la negociación considerando y aceptando los términos legales (contrato), financieros (orden de compra), técnicos (especificaciones técnicas) y económicos (cheques posfechados, etc.)
6. Dar servicio a la cuenta: Comprende la retroalimentación por parte del cliente, su fidelización, y el cobro de la venta.

La empresa TLC C.A. tiene definidos sus procedimientos dentro del ciclo de ventas, el cual no se basa inicialmente en la búsqueda de nuevos clientes ya que por lo general los requerimientos que se presentan son de clientes con contratos antiguos. Adicional las negociaciones se manejan vía correo electrónico y no existe un trato personal con el cliente, considerando que muchas veces se ha postergado la firma de contrato con nuevos clientes por falta de comunicación entre los distintos departamentos y finalmente no se da el seguimiento respectivo para conocer la satisfacción del cliente incluyendo el pago de las facturas que se hayan generado.

**Indicadores Financieros:** Son herramientas que permiten medir en base a la información financiera de una empresa, su estabilidad, capacidad de endeudamiento, y su rentabilidad. El propósito de las mismas es analizar e interpretar la situación financiera para tomar medidas de corrección.

## **7. Fundamentación Legal**

**Superintendencia de Compañías:** La Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, en el artículo 39, inciso tercero (Presidencia de la República del Ecuador, 2013), establece que las sociedades están sujetas al control de la Superintendencia de Compañías, y están bajo su vigilancia; por lo que deberán cumplir con las normas contables y requerimientos establecidos por este ente rector de control; y para fines tributarios deberán cumplir con las disposiciones y normativas establecidas en la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, y a su Reglamento.

Normas Internacionales de Contabilidad: Las normas internacionales de contabilidad (NIC) tienen como fin que la información entregada por las sociedades sea comparable entre sí, presentando información resultante de la aplicación de principios internacionales. La empresa debe aplicar las Normas Internacionales de Contabilidad vigentes obligatorias para su tipo de actividad.

Estas deben ser consideradas en todo el proceso del registro de la información, tanto en lo referente a transacciones, aplicabilidad en diferentes áreas, e informes que la organización entrega a entidades de control y supervisión. Entre las principales Normas Internacionales de Contabilidad que la compañía TLC C.A. aplica en la contabilización y revelación de su información financiera se encuentran:

- NIC 1: Presentación de Estados Financieros.
- NIC 7: Estados de Flujos de Efectivo.
- NIC 8: Políticas contables, cambios en las estimaciones contables y errores.
- NIC 18: Ingresos ordinarios.

Normas Internacionales de Información Financiera y Control: En la resolución No. 08.G.DSC.010 de 2008.11.20, R.O. No. 498 de 2008.12.31, se estableció la aplicación de manera obligatoria de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) según el cronograma allí establecido.

Para la compañía TLC C.A, estas normas son de obligatoria aplicación en la revelación de su información financiera. Entre las más importantes para esta compañía se encuentran las siguientes normas:

- NIIF 7: Instrumentos Financieros, Información a revelar.
- NIIF 15: Ingresos Procedentes de Contratos con Clientes

Normas ISO 9001:2008: La compañía TLC C.A. es una compañía certificada con ISO 9001:2008, lo cual garantiza la aplicación de un sistema continuo de gestión de calidad en la empresa. Este sello certifica que la empresa cuenta con ciertos estándares que la hacen una empresa que cumple un sistema de gestión de calidad que optimiza sus procesos para lograr la satisfacción de sus clientes.

Esta norma además determina los requerimientos para un proceso de mejora continua dentro de la organización. Actualmente la empresa se encuentra en proceso de transición a la certificación en ISO 9001:2015 y se ha visto afectada debido al incumplimiento de procedimientos internos, los cuales no han permitido obtener el certificado hasta que se evidencie las acciones correctivas y sean verificadas por la empresa certificadora.

Auditoría Externa: La compañía TLC C.A. es una empresa que tiene la obligación de presentar anualmente sus Estados Financieros auditados, cumpliendo el Artículo 2 del Reglamento sobre Auditoría Externa Superintendencia De Compañías, Resolución de la Superintendencia de Compañías 11, Registro Oficial 879 de 11-nov.-2016, literal c que indica: “Las compañías nacionales anónimas, en comandita por acciones y de responsabilidad limitada, cuyos montos de activos excedan los quinientos mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 500.000,00)”.

## **8. Estudio de Mercado**

Con el propósito de un buen desarrollo de la investigación, y con la finalidad de cumplir los objetivos planteados, y poder concluir con las conclusiones y recomendaciones respectivas y finales, se han utilizado los siguientes tipos de investigación:

\*Investigación Analítica: A través de esta investigación se analizarán los estados financieros de la compañía para conocer los índices que han sido afectados por la disminución de ventas a causa de fallas en el proceso de ventas.

\* Investigación Documental: La presente investigación está conformada por información recolectada de fuentes secundarias, sean orales, escritas o digitales, relacionadas con las operaciones a analizar, y recopiladas para fundamentar la base teórica del presente estudio.

Técnicas de investigación.

Las técnicas de investigación empleadas en el presente trabajo son las técnicas de la entrevista, encuesta y el análisis de datos.

- Entrevista: Este procedimiento consiste en obtener información mediante un diálogo profesional con el personal que a más de poseer conocimiento sobre las actividades realizadas en el ciclo objeto de estudio, posea también el expertise acerca en el campo del presente análisis.
- Análisis de datos: Este tipo de análisis consiste en comprender e interpretar la información que ha sido recopilada a través de bases teóricas, observaciones, entrevistas, e información numérica. Al aplicar esta técnica de análisis, se entiende y comprende la relación, influencia y efecto que tienen los procesos del ciclo de ventas y los resultados de la organización; así como también con los índices financieros relacionados a las ventas.
- Encuesta: Esta técnica permite obtener un punto de vista general con respecto al tema a investigarse. El cuestionario está dirigido a una muestra de 5 personas con preguntas de respuestas cerradas, las mismas que se representan mediante un gráfico e incluyen un análisis de los resultados obtenidos.

Población:

Cargo	Personas
Gerente General	1
Gerente Financiero	1
Gerente de Operaciones y Comercial	1
Contador	1
Ingeniera Integral	1
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>

Muestra:

Las entrevistas se realizarán a los gerentes principales de las diferentes áreas que intervienen en el ciclo de ventas. Es así, que las mismas serán efectuadas a:

- Gerente General.
- Gerente financiero.
- Gerente de operaciones y ventas.
- Ingeniera integral.
- Contador.

El resultado de las encuestas realizadas a los colaboradores de la compañía TLC C.A., permitió determinar los siguientes hallazgos:

- Existe desconocimiento de los procedimientos que están establecidos en los manuales así como la falta de socialización de las funciones que deben desempeñar cada uno de los colaboradores.

- No se toman las respectivas correcciones con respecto a las quejas que se reciben por parte de los clientes ocasionando la pérdida de contratos y disminución de ingresos para la compañía.
- No se cumplen los plazos de pagos establecidos por la compañía TLC C.A. ocasionando que la recuperación de la cartera se extienda.
- En base a los resultados de las encuestas podemos concluir que la compañía TLC C.A. presenta problemas operativos lo cual ocasiona disminución de ingresos, lo cual se ve reflejado en sus estados financieros.

Mediante el resultado de las entrevistas realizadas a los colaboradores de la compañía TLC C.A., se pudieron determinar los siguientes hallazgos:

- Las ventas se han visto afectadas debido a la pérdida de clientes y a la solicitud de baja de servicios contratados con la compañía TLC C.A. A partir del año 2016 se han perdido contratos, los mismos que no han podido ser renovados ocasionando disminución en los ingresos.
- Sobresale la falta de control a las actividades que conlleva el ciclo de ventas de la compañía TLC C.A. y la socialización de las funciones que desempeñan los colaboradores.
- Se evidencia que la gerencia conoce los riesgos que existen en la recuperación de cartera ya que al establecer largos plazos con los clientes se genera falta de liquidez para la compañía TLC C.A.

## 9. Situación financiera de la Compañía TLC C.A.

La investigación tomó información comparativa sobre las ventas de los últimos 3 años: 2015, 2016 y 2017 respectivamente, los cuales muestran la evolución de los servicios contratados por los diferentes proveedores durante este periodo de tiempo. Dichos cambios pueden apreciarse tanto en valores monetarios, como en porcentaje de participación de cada uno de los clientes en los ingresos totales obtenidos por la empresa TLC C.A. en cada período estudiado. Los ingresos totales por ventas se han reducido de un año a otro; en el 2015 ascendieron a \$2.505.148, y en el 2016 sólo fueron de \$1.792.058, representando una disminución del 28% en los ingresos totales; y llegando a \$1.051.455 en el 2017 con una reducción del 41%.

Principales clientes	2015	2016	2017	VAR 2015-2016		VAR 2016-2017	
				VAR	%	VAR	%
AT&T Network Services Ecuador Cia. Ltda.	421.902	346.489	250.891	-75.413	-18%	-98.598	-28%
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social	490.427	332.907	153.646	-157.520	-32%	-179.261	-54%
Consortio Ecuatoriano de Telecomunicaciones Conecel	645.092	183.312	121.760	-461.780	-72%	-61.552	-34%
Instituto Oceanográfico de la Armada Inocar	29.535	62.726	78.523	33.191	112%	15.797	25%
Agripac	67.650	64.300	68.900	-3.350	-5%	4.600	7%
Nedotel S.A.	52.052	59.472	58.689	7.420	14%	-783	-1%
Benemérito Cuerpo de Bomberos de Quito	44.849	26.560	30.310	-18.289	-41%	3.750	14%
Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días	653.337	32.811	24.947	-620.526	-95%	-7.864	-24%
Corporación Eléctrica del Ecuador Celec EP	0	136.928	20.295	136.928	-	-116.633	-85%

Pate C.A.	14.643	10.531	8.634	-4.112	-28%	-1.897	-18%
Permonsa S.A.	60.054	46.045	7.576	-14.009	-23%	-38.469	-84%
Varios	25.607	489.976	227.284	464.369	1.813%	-262.692	-54%
<b>TOTAL</b>	<b>2.505.148</b>	<b>1.792.058</b>	<b>1.051.455</b>	<b>-713.090</b>	<b>-28%</b>	<b>-740.603</b>	<b>-41%</b>

Índices Financieros: Con respecto a los índices financieros luego de realizar las correcciones se muestra que en los índices de liquidez y solvencia del año 2016 son aceptables y relativamente similares al año 2015. Mientras que los índices de rentabilidad reflejan que la compañía TLC C.A. no obtuvo utilidad con respecto a sus ventas, así como la eficiencia de las operaciones para generar utilidad fue del -28%.

Índice	Fórmula	2016	Corregido
Margen Operacional	Utilidad Neta	-252.603	
	Ventas	1.537.658	
<i>TOTAL</i>		(\$ 0.16)	
Rentabilidad Neta del Activo	Utilidad Neta / Ventas	-252.603	x 1.537.658
(Dupont)	Ventas / Activo total	1.537.658	908.458
<i>TOTAL</i>		-28%	

Estados financieros corregidos.

Una vez verificada la información entregada por la compañía TLC C.A. se determinó que los saldos presentados no son razonables incumpliendo con la NIC 1 lo cual no permite reflejar la situación financiera actual de la compañía, por este motivo se realizaron los asientos de reversión. También se verifica que la compañía TLC C.A. tuvo realmente una pérdida por \$252,603 superando en un 75% a la pérdida declarada.

TLC C. A.  
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES  
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016  
(Expresado en dólares estadounidenses)

	2016	DEBE	HABER	SALDO CORREGIDO
<b>INGRESOS</b>				
Ventas	1,537,658	-	-	1,537,658
Ventas por Facturar	254,400	254,400	-	-
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>1,792,058</b>	<b>254,400</b>	<b>-</b>	<b>1,537,658</b>
Costo de Ventas	(26,531)	-	-	(26,531)
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>1,765,527</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1,511,127</b>
<b>COSTOS Y GASTOS</b>				
Gastos Operacionales	(1,766,149)	-	-	(1,766,149)
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>(1,766,149)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(1,766,149)</b>
<b>Utilidad/Pérdida en Operación</b>	<b>(622)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(255,022)</b>
Otros ingresos	2,419	-	-	2,419
<b>Utilidad/Pérdida antes de Participación de Trabajadores e Impuesto a la Renta</b>	<b>1,797</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(252,603)</b>
15% Participación trabajadores	(270)	-	270	-
22% Impuesto a la renta	(4,839)	-	4,839	-
<b>Utilidad o Pérdida Neta</b>	<b>(3,312)</b>			<b>(252,603)</b>

## 10. Informe Técnico

Objetivos logrados:

La evaluación del ciclo de ventas, los estados financieros y sus indicadores llegó a mostrar la relación que existen entre ellos y que la eficiencia o ineficiencia de las operaciones afectan directamente a las ventas y a los resultados integrales de la organización.

Los estados financieros de los años 2015, 2016 mostraron una tendencia en ventas a la baja, y utilidades reducidas, donde sus índices años tras año van decreciendo, por lo que es preocupante la situación actual de la empresa.

## Resumen de información financiera principal corregida

		2015	2016
Activo Total		1.345.160	908.458
Pasivo Total		474.118	306.571
Patrimonio Total		871.041	601.887
Ingresos por Ventas		2.505.148	1.537.658
Utilidad		179.938	(252.603)
Índice de liquidez	Razón Corriente	1.09	1.01
	Prueba ácida	1.09	1.01
Índice de Solvencia	Ratio de Solvencia	3.05	2.96
	Endeudamiento Patrimonial	49%	51%
Índice de Rentabilidad	Margen operacional	0.10	(0.16)
	Rentabilidad Neta del Activo (Dupont)	21%	(28%)

Según el índice de Dupont, las operaciones que realiza la empresa son ineficientes en la consecución de resultados. Al evaluar la gestión comercial, se determina que las mismas están afectando al proceso de ventas, y por ende al logro de resultados, por lo que las actividades no están funcionando de la manera más óptima.

Factores que inciden en los resultados: mediante la presente investigación se encontró lo siguiente:

- No existe un plan de ventas anual.
- No se realiza búsqueda de nuevos clientes, por lo que la cartera no se incrementa, ni aumentan las ventas.
- La facturación se basa en su mayoría a contratos que se encuentran vigentes con clientes desde hace ya varios años.
- El departamento comercial no se interesa por las cobranzas. Para ellos la venta termina cuando se factura al cliente.
- Se cancelan comisiones al departamento comercial sobre valores facturados, sin considerar que exista ganancia o no en la venta efectuada. Adicional comisionan mensualmente por contratos con clientes antiguos, por lo cual se sienten satisfechos.
- El tiempo promedio en cobranzas es mayor al tiempo de pago a proveedores.
- La atención a clientes se centra en aquellos que son antiguos y tienen contratos por años; por tal motivo se descuida a clientes nuevos y pequeños, ocasionando quejas y malestares en ellos.
- No se realizan controles efectivos a los procesos establecidos.

## **10. Propuesta**

La compañía TLC C.A. debe mejorar el control interno para ajustar desviaciones y alcanzar los objetivos propuestos. Por lo que resulta necesaria la implementación de controles internos a todos los procesos que forman parte del ciclo de ventas, considerando que son el motor por el que existe la organización, y que sin mejorar las ventas, la empresa no podrá subsistir.

Además, para que esta nueva implementación sea un proceso sostenible con resultados en los Estados de Resultados de la organización, la empresa deberá realizar planes y plantearse objetivos a corto, mediano y largo plazo. Estos planes son necesarios como base de medición para el control interno.

A más de esto, debe socializarse la importancia del control y de la eficiencia en las operaciones a todo el personal, incluyéndolos en los procesos de mejoramiento, motivándolos y capacitándolos de tal forma que cada individuo busque la eficiencia en sus operaciones, y que cada departamento controle sus gestiones sin esperar el control administrativo para tomar correctivos. Las actividades de todos los individuos engranados mueven una organización al éxito.

## **11. Conclusión:**

En la presente investigación se constató que existen deficiencias en las operaciones que conforman el ciclo de ventas de la empresa, las cuales no permiten incrementar la cartera de clientes, disminuyendo el nivel de ventas y la rentabilidad de la empresa; entre estas se encuentran la falta de control en las operaciones, planes y objetivos. Las operaciones del ciclo de ventas han afectado negativamente los resultados integrales de la organización, reflejados en la disminución de ventas del 28% del 2015 al 2016, y del 41% del 2016 al 2017; tendencia que sigue a la baja.

## **12. Recomendaciones**

- Se recomienda establecer objetivos, planes y estrategias para el departamento de comercialización para incrementar las ventas y mejorar la rentabilidad de la empresa.
- Todas las operaciones deben realizarse con eficiencia y eficacia para lograr los objetivos de la empresa; por lo que la implementación de controles es necesario para cumplir las metas de la organización.
- Esta investigación muestra resultados importantes para la toma de decisiones a nivel gerencial, que no deben omitirse si la empresa desea cambiar la situación presente. Considerando que la información financiera de la compañía deberá presentarse con saldos razonables cumpliendo de esta manera con las normativas contables establecidas y evitando inconvenientes futuros con los entes reguladores.

### 13. Bibliografía

- Blanco, F. (2012). *Dirección de ventas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- García Padilla, V. M. (2015). *Análisis de estados financieros*. México.
- Guajardo Cantú, G., & Andrade de Guajardo, N. E. (2008). *Contabilidad Financiera*. México: McGraw Hill.
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2004). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Johnston, M. W., & Marshall, G. W. (2010). *Administración de ventas*. México: McGraw Hill.
- Nobles, T., Mattison, B., & Matsumura, E. M. (2016). *Contabilidad*. *Contabilidad de Horngren* (Décima). Bogotá, Colombia, Colombia: Pearson Educación.
- (2013). *Normas Internacionales de Auditoría*.
- Santillana González, J. R. (2015). *Sistemas de control interno*. México: Pearson.