

*En tiempos de crisis, escuchar más a su cliente
provee mejor perspectiva y mejores resultados*



pwc

Espiñeira, Sheldon y Asociados

*Entre los resultados
arrojados por el estudio
de la profesión de
auditoría interna
efectuado en más de 50
países, publicado
recientemente por
PricewaterhouseCoopers
(2010), 53% de los 2.000
auditores internos
encuestados y
entrevistados percibió la
necesidad de aprender
más sobre la
organización, su negocio
y su entorno. Ante esta
percepción:*

- ¿Qué puede hacer usted para promover y aumentar el conocimiento y la experiencia en el negocio entre su equipo de auditores internos, además de subcontratar el trabajo con una firma de consultoría?
- ¿Qué puede hacer usted y su equipo de auditores internos para asegurarse de contar con el tipo de conocimiento que los usuarios de nuestros informes y entregables exigen?

*Entre las prácticas sugeridas por los auditores internos
entrevistados y encuestados (*) relacionadas con estas preguntas
destacaron las siguientes:*

Involucrar a sus auditores en experiencias colectivas y autodidactas relacionadas con el negocio más allá de la interacción producto del trabajo cotidiano:

- Participando en adiestramientos que su compañía dicta al personal de cada gerencia
- Promoviendo lecturas en materia de negocios, finanzas, bolsas de valores, entorno global y local, competencia e industria y su compartir

Oportunidades para construir relaciones profesionales con las gerencias del negocio, manteniendo su escepticismo e independencia:

- Asistencia a las reuniones mensuales de gerencia para mantenerse actualizado sobre dónde están los problemas y las oportunidades
- Reuniones con la alta directiva, gerencia media y gerentes de tecnología y finanzas para que usted promueva internamente como su función de auditoría interna puede ayudar a agregar valor a la organización?

Oportunidades en su función de auditoría interna para incorporar personal del negocio como “auditor invitado” o “asesor invitado”.

- Mantenga independencia y objetividad: el asesor o el auditor invitado tendría que ser alguien que conoce el área del negocio en proceso de auditoría pero que no esté directamente involucrado en el área a auditar
- Un asesor invitado tal vez no sepa de auditoría interna pero sí del negocio, alguien a quien consultar sobre el por qué de ciertas situaciones
- Un auditor invitado, quien cuenta con una experiencia en particular y se incorpora a la auditoría para trabajar en un área específica del proyecto
- El resultado esperado es un informe de auditoría más realista, más equilibrado y ganar mayor conocimiento del negocio, sin llegar a convertir al asesor o al auditor en un experto en auditoría interna, porque para ello los profesionales en estas destrezas ya están en su equipo actual

Comentarios de directores ejecutivos de auditoría interna en torno a la práctica de escuchar y aprender del negocio:

- “Para un auditor con mayores conocimientos sobre el negocio sería más fácil explicar la importancia de sus resultados, y por ende, lograr atención de los gerentes. En consecuencia, es más probable que los gerentes actúen con base en dichos resultados de auditoría”
- “El escepticismo le recordará que está en el campo de los departamentos que

usted audita para comprenderlos y asesorarlos mejor, por lo que debe evitar ser complaciente o demasiado comprensivo en su juicio como auditor interno”

- “Agregar y aprender de profesionales con más experiencia fuera del ámbito de la auditoría es fundamental para aumentar nuestra credibilidad frente a los grupos que se interesan por su trabajo como auditor interno (accionistas, junta directiva, comité de auditoría, auditores externos, gerentes de área y a los usuarios de sus informes de auditoría interna en general), así como para aportar valor a través de nuestros análisis prácticos y, más importante, para desarrollar el talento de su función de auditoría interna”
- “No hay mucho escrito sobre auditoría interna pero casi toda la literatura de negocios es relevante para el auditor en el ejercicio de sus funciones”

Retomar el hábito de escuchar, de hablar con gente que maneja el negocio e intentar entender lo que hacen, cómo se instruyeron para hacerlo y qué los motivó en sus decisiones gerenciales, combinando técnica, experiencia y conocimiento del negocio, es parte de las acciones que la auditoría interna debe aprovechar como parte de sus oportunidades para ganar relevancia.

(*) Fuentes:

- 1) BAKER, Neil. “Know your business”. Internal Audit Online (june 2010) [en línea]. [Estados Unidos]. <http://www.theiia.org> [Consulta: 16/08/2010].
- 2) PricewaterhouseCoopers LLP. “Un futuro lleno de oportunidades: Estudio 2010 de la profesión de auditoría interna”. España: junio 2010 (versión en español)

El Boletín de Auditoría Interna es publicado por la Línea de Servicios de Auditoría (Assurance) de Espiñeira, Sheldon y Asociados, Firma miembro de PwC. El contenido del presente documento se basa en investigaciones y es información disponible para el público. Bajo ninguna circunstancia, el contenido de esta comunicación podrá ser considerado como una sugerencia, recomendación o consejo profesional. Este boletín es de carácter informativo y no expresa opinión de la Firma. Si bien se han tomado todas las precauciones del caso en la preparación de este material, Espiñeira, Sheldon y Asociados no asume ninguna responsabilidad por errores u omisiones; tampoco asume ninguna responsabilidad por daños y perjuicios resultantes del uso de la información contenida en el presente documento. Las marcas mencionadas son propiedad de sus respectivos dueños. PwC niega cualquier derecho sobre estas marcas.