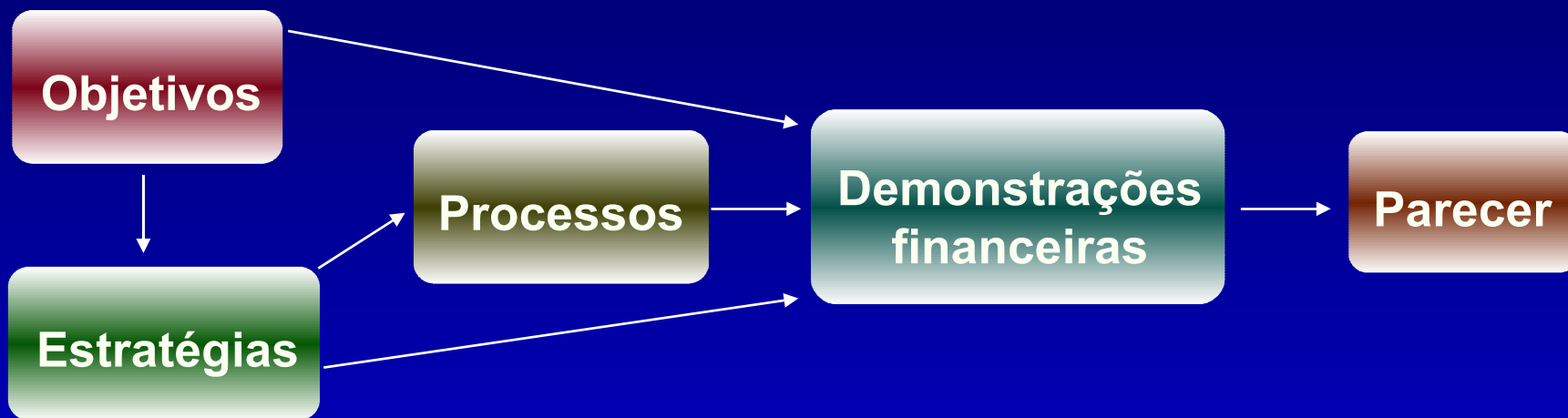


**Auditoria  
Moderna  
Baseada em  
Riscos**

## Fatores externos



Riscos dos negócios

Imediato  
Curto prazo  
Longo prazo

Riscos de auditoria

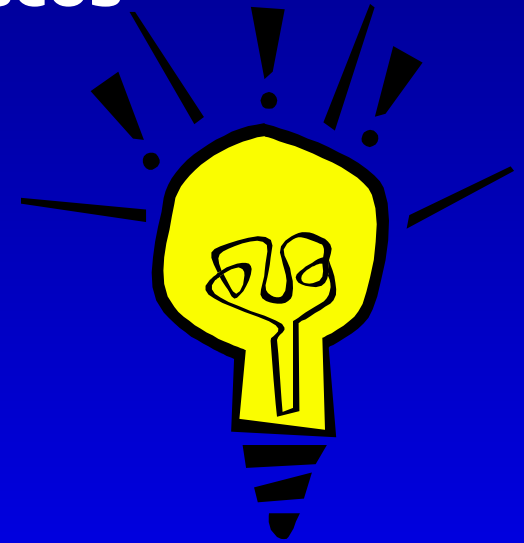
Imediato  
Curto prazo  
Longo prazo

# A transformação da Auditoria

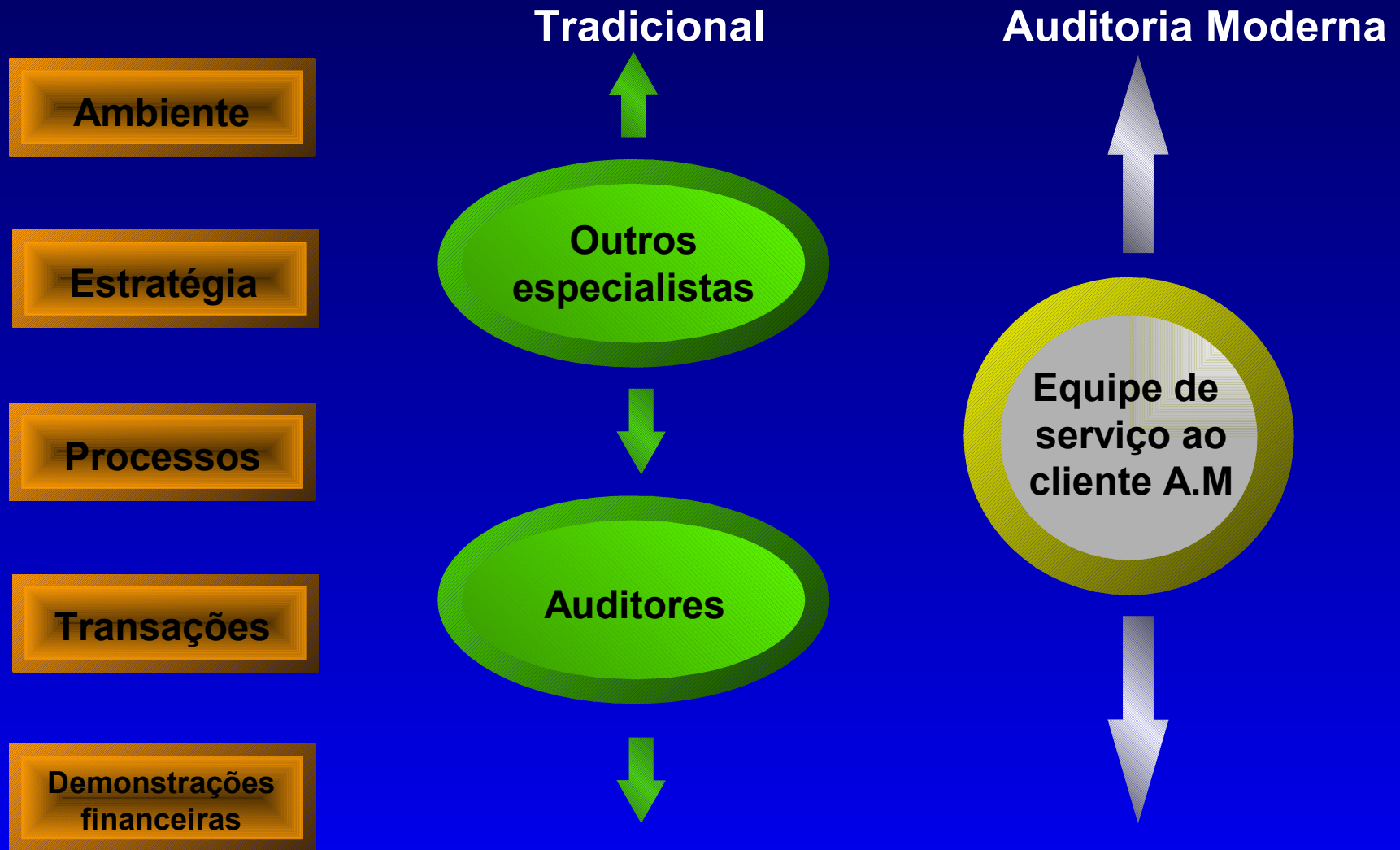
	Auditoria tradicional	Auditoria Moderna
Foco	Foco nas DF's	Foco no negócio
Direção	Conformidade	Performance
Enfoque	Transações	Risco e Processo, num trabalho contínuo
Equipe	Basicamente de auditores	Equipe multi-disciplinar
Relatório	Parecer, Carta de Recomendações	Parecer, Business Model, Análise dos riscos, GAP analysis e Sugestões de Melhoria

# Conceitos chaves da Auditoria Moderna

- **Enfoque Top-down**
- **Baseado no processo**
- **Auditoria baseada em riscos**
- **Equipe multi-disciplinar**



# O que é a Metodologia da Auditoria Moderna ?



# Comparando os objetivos da Auditoria Moderna

Auditoria Antiga...	<b>Auditoria Moderna...</b>
Diz o que deve ser feito para emitirmos um parecer	Diz como fazer uma auditoria para emitir um parecer
Utiliza uma linguagem voltada ao mundo da auditoria	Descreve como obter os nossos objetivos através da análise dos processos do negócio do cliente
Enfoca a auditoria como uma administração de um projeto	Apresenta ferramentas e técnicas que podem ser utilizadas num trabalho de auditoria
Descreve políticas para se obter uma qualidade consistente	Descreve como realizar um trabalho de acordo com o Auditoria Moderna

# Benefícios da Auditoria Moderna

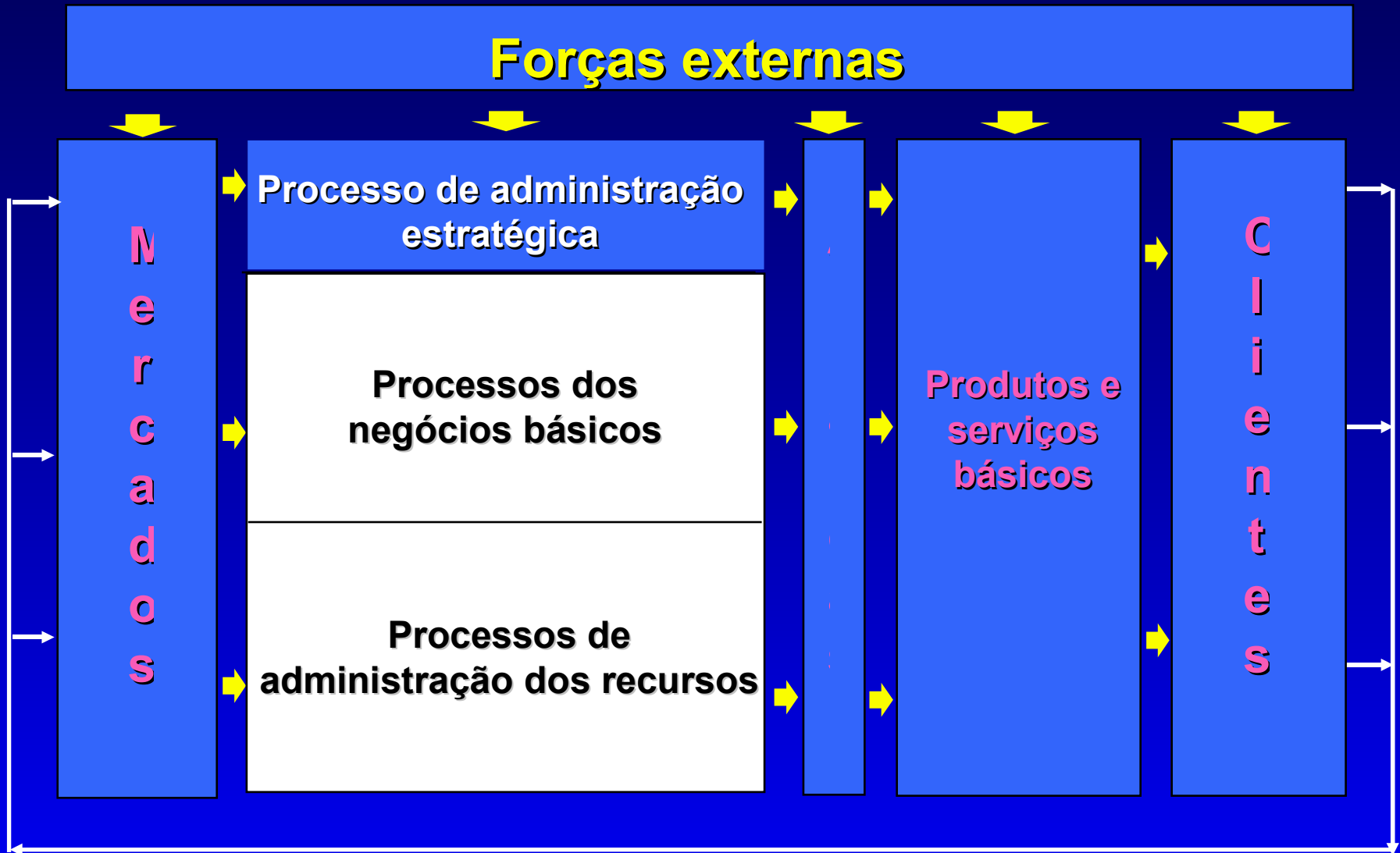
<b>Auditoria Moderna</b>	<b>Através de...</b>
fornece Uma forma incomum e detalhada de entender os negócios do cliente	Foco nos seus negócios e na indústria que atua
Uma diminuição dos riscos	Foco nos riscos dos negócios do cliente
Evidencia efetiva de auditoria	Análise dos negócios
A vantagem da experiência obtida no passado	O uso dos bancos de dados A.M e a oportunidade de obter novas experiências e aplica-las em outros trabalhos
A oportunidade de desenvolvimento profissional de cada membro da equipe	Um enfoque de equipe fornecendo serviços, de forma que os profissionais atuem com sinergia.
Um relacionamento de longo prazo com o cliente	Um foco contínuo no negócio, e de como ele afeta as DF e notas

# **Valor da Auditoria Moderna**

- **Elabora trabalhos de um modo diferente, com maiores desafios**
- **Desenvolve técnicas adicionais tal como de entrevistas**
- **Realiza trabalhos em equipe**
- **Obtém feed-back constante dos envolvidos**
- **Desenvolve o conhecimento sobre estratégias e de vários ramos industriais**
- **Obtém um entendimento global dos negócios do auditado**
- **Trabalha com especialistas para expandir o seu conhecimento e habilidade**
- **Trabalha com o pessoal que atua em outras áreas que não a financeira e a contabilidade**



# Modelo do negócio - nível da Entidade



# Modelo do negócio

## Forças externas & agentes

Novos concorrentes	Competidores	Política econômica	Tendências de consumo
Poder de barganha dos fornecedores	Poder de barganha dos clientes	Consumidores	Condições climáticas

Atacadistas e distribuidores	<b>Processo de gerenciamento estratégico</b>			Concorrentes (Amor de Pedacos)	Linha Diet	Atacadistas		
Varejistas	<b>Processos básicos do negócio</b>					Clientes (High Way)	Massas (granel e Supermercados)	Distribuidores
	Gerenciamento da marca/imagem	Comercial	Desenv. de novos produtos					Lojas de conveniência
Restaurantes e catering	Compras	Manufatura dos produtos	Logística	Indústrias alimentícias (Mescla)	Coberturas	Organizações e Clubes de varejo		
	<b>Processos de gerenciamentos dos recursos</b>					Picolés	Restaurantes	
	Gerenciamento da informação	Gerenciamento patrimonial	Gerenciamento financeiro	Gerenciamento de recursos humanos	Catering			

**Mercados**

**Processo de negócio**

**Alianças**

**Produtos**

**Clientes**

# Objetivos e estratégias

Data-base: 31/12/XX

<b>Objetivos</b>	<b>Estratégias</b>
<b>Aumentar o market share no mercado brasileiro de 3% para 6%</b> <b>Retorno sobre investimento de 10% sobre o Patrimônio Líquido</b>	<b>Aumento nos preços de alguns produtos</b> <b>Lançamento de novos produtos com maior valor adicionado</b> <b>3Parcerias estratégicas</b> <b>Aumento de gastos com marketing direto</b>

# Estratégias vs. riscos de negócios

Data-base: 31/12/XX

<i>Estratégia</i>	<i>Riscos de negócios</i>
<b>1 Aumento nos preços de alguns produtos</b>	<b>Consumidor final não aceita o aumento</b>

# Estratégias vs. riscos de negócios

Data-base: 31/12/XX

<b><i>Estratégia</i></b>	<b><i>Riscos de negócios</i></b>
<b>2 Lançamento de novos produtos com maior valor adicionado</b>	<b>2.AO produto não atende às expectativas do consumidor</b> <b>2.B Diferença excessiva entre o desenvolvimento e o lançamento de novos produtos</b> <b>2.C Fornecedores não oferecerem insumos adequados para a elaboração dos novos produtos</b>

# Estratégias vs. riscos de negócios

Data-base: 31/12/XX

<b><i>Estratégia</i></b>	<b><i>Riscos de negócios</i></b>
<b>3 Parceria estratégica, com o Amor aos Pedacos (Venda de Sorvetes High Tech)</b>	<b>3.A Estrutura do parceiro comercial inadequada às expectativas da HTS</b> <b>3.B Divergências com parceiros comerciais</b> <b>3.C Falta de monitoramento das atividades do parceiro comercial</b>

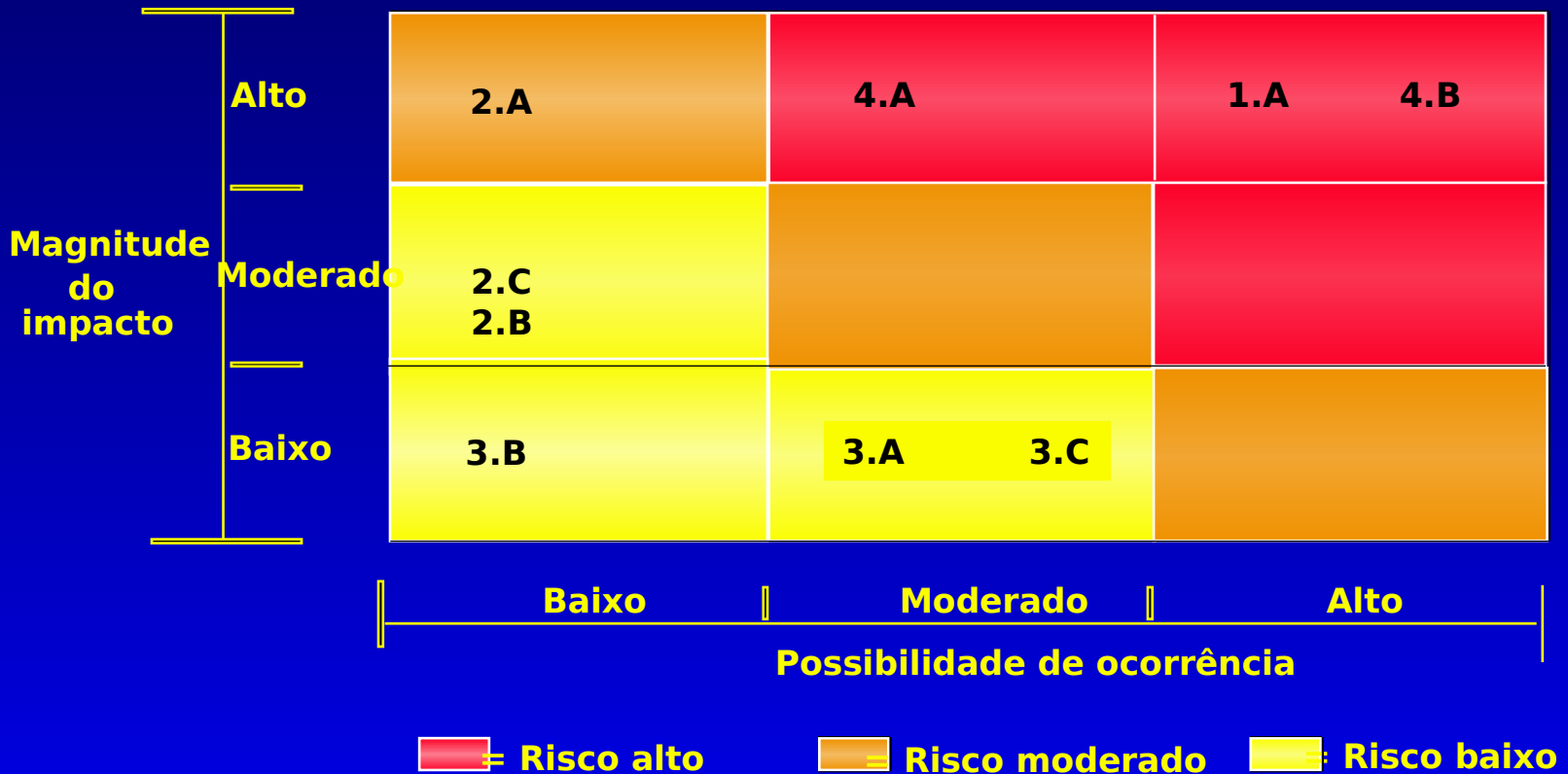
# Estratégias vs. riscos de negócios

Data-base: 31/12/XX

<b><i>Estratégia</i></b>	<b><i>Riscos de negócios</i></b>
<b>4</b> Maior volume de <ul style="list-style-type: none"><li>- Marketing (consumidor)</li><li>- Campanhas Promocionais (Clientes)</li></ul>	<b>4.A</b> Gastos com marketing e campanhas promocionais ineficientes ou com resultados adversos <b>4.B</b> Corte nos gastos com marketing e campanhas promocionais

# Matriz de riscos do negócio

Data-base: 31/12/XX

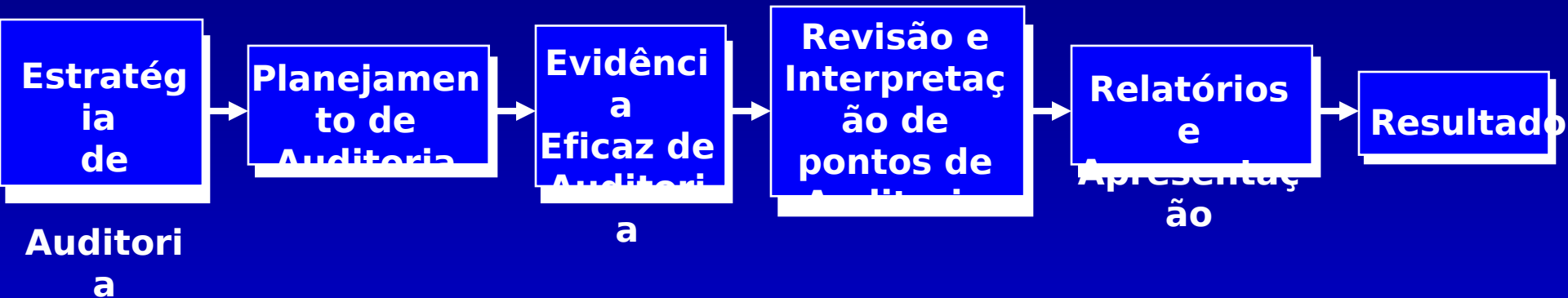




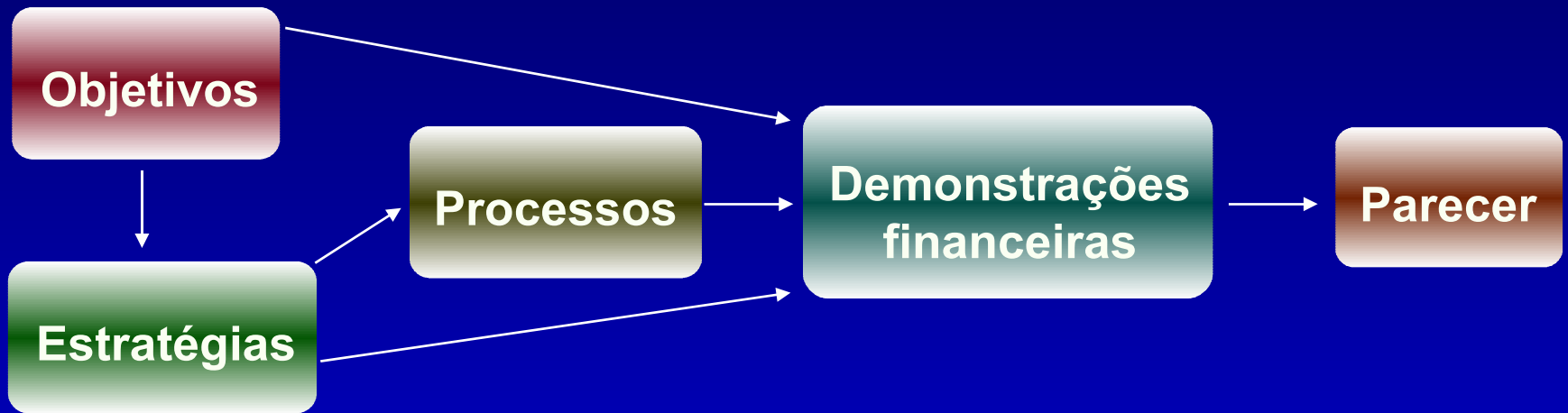
# Melhoria contínua



# Fases de uma auditoria



## Fatores externos



Riscos dos negócios: Imediato  
Curto prazo  
Longo prazo

Riscos de auditoria: Imediato  
Curto prazo  
Longo prazo