



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**CARACTERIZACIÓN DEL CONTROL INTERNO  
DEL ÁREA DE VENTAS DE LAS EMPRESAS  
COMERCIALES DE INSUMOS PARA EL CALZADO  
DEL PERÚ: CASO ISABEL E.I.R.L. TRUJILLO, 2016.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**AUTORA**

**ISAMAR ZA VALETA FLORES**

**ASESORA**

**Mgtr. HAYDEE ROXANA ALVARADO LAVADO DE ARROYO**

**TRUJILLO - PERÚ**

**2016**

1.

**TÍTULO**

**CARACTERIZACIÓN DEL CONTROL INTERNO DEL  
ÁREA DE VENTAS DE LAS EMPRESAS  
COMERCIALES DE INSUMOS PARA EL CALZADO  
DEL PERÚ: CASO ISABEL E.I.R.L. TRUJILLO, 2016.**

2.

**JURADO EVALUADOR DE TESIS**

---

Dr. Marino Celedonio Reyes Ponte  
**Presidente**

---

Mgtr. Jhimy Franklin Uriol Gonzales  
**Secretario**

---

Mgtr. Edwin Alberto Arroyo Rosales  
**Miembro**

---

Mgtr. Haydee Roxana Alvarado Lavado de Arroyo  
**Asesora**

3.

### AGRADECIMIENTO

A Dios por iluminarme a seguir  
impulsándome a fin de conseguir  
mis metas trazadas y por brindarme  
también la fortaleza frente a las  
dificultades que la vida nos presenta.

A mi tío JOBVITO ELDER FLORES  
MARIÑOS, que juntamente con mi  
madre ELISA LINDLEY FLORES  
MARIÑOS, me apoyaron moral y  
económico para poder lograr culminar  
satisfactoriamente mis estudios.

A mis profesores por compartir  
siempre sus conocimientos y  
transmitirme continuamente un  
ejemplo de profesionales.

4.

## DEDICATORIA

A mi madre y a mi tío.

Con todo mi cariño y mi amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento.

5.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tiene como objetivo determinar y describir las características del control interno del área de ventas de las empresas comerciales de insumos para el calzado del Perú y de la empresa ISABEL

E.I.R.L. Trujillo, 2016. La investigación fue de diseño no experimental descriptivo, porque se limitó al estudio de la variable, se aplicó una entrevista al gerente de la empresa.

En el estudio realizado, se ha identificado que la empresa no posee un control en el área de ventas, debido al desconocimiento de la importancia del control interno por parte de la gerencia, así mismo se observó descoordinación entre vendedores durante el proceso de venta.

Finalmente como una manera de buscar solución a las falencias encontradas, se aporta posibles soluciones para el buen funcionamiento de la empresa.

**Palabras claves:** Control interno de ventas.

6.

## **ABSTRACT**

This research aims to determine and describe the characteristics of internal control of the sales of commercial enterprises of inputs for the footwear Peru and company ISABEL E.I.R.L. Trujillo, 2016. The research was descriptive non-experimental design, because it was limited to the study of variable, an interview was applied to the manager of the company.

In the study, it was found that the company does not have control in the area of sales, due to ignorance of the importance of internal control by management, also lack of coordination between vendors was observed during the sales process.

Finally as a way to seek a solution to the shortcomings noted possible solutions for the proper functioning of the company it is provided.

**Keywords:** Internal control sales.

7.

**CONTENIDO**

1. TÍTULO .....	i
2. JURADO EVALUADOR DE TESIS .....	ii
3. AGRADECIMIENTO .....	iii
4. DEDICATORIA .....	iv
5. RESUMEN.....	v
6. ABSTRACT.....	vi
7. CONTENIDO .....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	11
II. REVISIÓN DE LITERATURA .....	14
2.1. ANTECEDENTES.....	14
2.1.1.    NACIONALES .....	14
2.1.2.    LOCALES.....	16
2.2. BASES TEÓRICAS.....	18
2.2.1. MARCO TEÓRICO.....	18
2.2.1.1 CONTROL.....	18
2.2.1.2 TIPOS DE CONTROL.....	19
2.2.1.3 FUENTES DE CONTROL.....	21
2.2.1.4 PROCESO DE CONTROL.....	22
2.2.1.5 CONTROL EMPRESARIAL .....	24
2.2.1.6 EMPRESAS COMERCIALES .....	24
2.2.1.7 ÁREAS DE CONTROL EN LAS EMPRESAS .....	26



2.2.1.8 CONTROL INTERNO .....	27
2.2.1.9 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CONTROL INTERNO .....	30
2.2.1.10 CLASIFICACIÓN DEL CONTROL INTERNO .....	31
2.2.1.11 PRINCIPIOS QUE RIGEN EL CONTROL INTERNO.....	34
2.2.1.12 IMPORTANCIA DEL CONTROL INTERNO .....	36
2.2.1.13 LIMITACIONES DEL CONTROL INTERNO .....	36
2.2.1.14 SISTEMA DE CONTROL INTERNO .....	37
2.2.1.15 COMPONENTES DEL CONTROL INTERNO .....	39
2.2.1.16 BENEFICIO DE CONTAR CON UN SISTEMA DE CONTROL INTERNO .....	42
2.2.1.17 IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO.....	43
2.2.1.18 CONTROL INTERNO PARA EL ÁREA DE VENTAS .....	44
2.2.1.19 DATOS DE LA EMPRESA .....	50
2.2.2 MARCO CONCEPTUAL.....	51
2.3 HIPÓTESIS.....	52
III. METODOLOGÍA .....	53
3.1 Tipo de investigación .....	53
3.2 Nivel de Investigación.....	53
3.3 Diseño de la investigación.....	53
3.3.1 No Experimental .....	53
3.3.2 Descriptivo .....	53
3.4 El universo y muestra.....	54

3.5 Definición y Operacionalización de variables .....	54
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	55
3.6.1 Técnicas .....	55
3.6.2 Instrumentos.....	55
3.7 Plan de análisis.....	56
3.8 MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	57
IV. RESULTADOS .....	58
4.1 Resultados .....	58
4.1.1 Respecto al objetivo específico N° 1: .....	58
4.1.2 Respecto al objetivo específico N° 2.....	59
4.1.3 Respecto al objetivo específico N° 3.....	61
4.1.4 Resultado respecto al objetivo específico N° 4.....	63
4.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	64
4.2.1 Respecto al objetivo específico N° 1: .....	64
4.2.2 Respecto al objetivo específico N° 2: .....	64
4.2.3 Respecto al objetivo específico N° 3.....	65
4.2.4 Respecto al objetivo específico N° 4.....	66
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	67
5.1 CONCLUSIONES .....	67
5.1.1 Respecto al objetivo específico N° 1.....	67
5.1.2 Respecto al objetivo específico N° 2.....	67
5.1.3 Respecto al objetivo específico N° 3.....	67

5.1.4 Respecto al objetivo específico N° 4.....	68
5.2 RECOMENDACIONES .....	68
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS .....	69
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	69
Libros .....	69
Tesis .....	69
Web Grafía.....	70
Anexo N° 01.....	72
Anexo N° 02: .....	74
Anexo N° 03: .....	75

## **I. INTRODUCCIÓN:**

**El informe de investigación titulado “CARACTERIZACIÓN DEL CONTROL INTERNO DEL ÁREA DE VENTAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE INSUMOS PARA EL CALZADO DEL PERÚ:**

**CASO ISABEL E.I.R.L. TRUJILLO, 2016”.** Esta organización se dedica a la comercialización de materiales e insumos para la fabricación del calzado, como: cueros sintéticos, polibadanás, falsas, tacos, pegamentos, etc. En el Perú, el control interno permite evaluar el grado de eficiencia, eficacia, economía y productividad en las empresas del rubro comercial, con lo que se logra en muchos casos alcanzar en un 100% sus objetivos y metas programados. También permite minimizar riesgos y errores o irregularidades en un 80% de forma oportuna, y contar con un adecuado y eficiente control para tomar decisiones en la vida empresarial. Chumpitaz (2014). Los estudios señalados por diversos investigadores, como Salazar (2012) y Chiavenato I. (1997), señalan que una empresa comercial (y de todo sector-actividad) que contemple un adecuado control interno dentro de sus funciones reduce en 15% los procedimientos innecesarios y aumenta la productividad de la empresa en 25%. El control interno constituye una herramienta de apoyo para la toma de decisiones de la alta dirección, tanto en instituciones públicas como privadas, cuyo propósito es que los objetivos planteados por la empresa se cumplan a cabalidad con las normas y los reglamentos establecidos. Al aplicar el control interno, muchos logran el 100 % de sus metas y objetivos trazados no obstante el porcentaje de resultados varía según el giro de la entidad y el tipo de control aplicado.

La mayoría de pequeñas y medianas empresas no cuentan con un control interno, debido a que la mayoría de estas empresas son familiares, no se dispone de gente profesional que oriente cómo debe llevarse el control interno dentro de estas, pues en las empresas familiares trabajan personas que no tienen mucha idea del manejo de la empresa; además por la confianza que representa ser parte de la familia, el dueño no cree necesario tomar en cuenta un punto tan importante como el control interno, por lo que de manera intencional o no se puede caer en fraudes. Entre los aspectos más importantes que afectan a las pequeñas y medianas empresas está la falta de formalidad por la carencia de una organización adecuada a causa de que no cuenta con un manual de procedimientos y de políticas que conozcan todos los miembros de la empresa, así indica Flores & Ibarra (2006).

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: **¿Cuáles son las características del control interno del área de ventas de las empresas comerciales de insumos para el calzado del Perú y de la empresa ISABEL E.I.R.L. Trujillo 2016?**

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente **objetivo general**: Determinar y describir las características del control interno del área de ventas de las empresas comerciales de insumos para el calzado del Perú y de la empresa ISABEL E.I.R.L. Trujillo, 2016.

Para poder conseguir el objetivo general, nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos:

- 1.** Describir las características del control interno del área de ventas de las empresas comerciales de insumos para el calzado del Perú, 2016.

- 2** Describir las características del control interno del área de ventas de la empresa comercial de insumos para el calzado ISABEL E.I.R.L. Trujillo, 2016.
- 3** Hacer un análisis comparativo de las características del control interno del área de ventas de las empresas comerciales de insumos para el calzado del Perú y de la empresa ISABEL E.I.R.L. Trujillo, 2016.
- 4** Después de haber realizado el análisis comparativo del objetivo N° 3 se propone: implementar un manual de procedimientos para el área de ventas. La presente investigación se justifica porque a través de su desarrollo permitirá describir las características del control interno del área de ventas de la empresa comercial de insumos para el calzado ISABEL E.I.R.L. Trujillo, 2016; con la finalidad de optar un adecuado y eficaz control interno de ventas que permita a la empresa cumplir sus metas. Finalmente, el estudio también se justifica porque servirá como antecedente y base teórica para futuros investigadores que realicen estudios similares de nuestra universidad y otros ámbitos geográficos.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. ANTECEDENTES

Para llevar a cabo el presente informe de investigación es necesario consultar con fuentes que sirvan de guía y de ayuda, pues estas fuentes deben tener relación con la investigación que se está realizando. Por ello se revisó y consulto las siguientes fuentes de información mencionadas a continuación:

#### 2.1.1. NACIONALES

**Chumpitaz, 2014. “Caracterización del control interno en la gestión de las empresas comerciales del Perú. Periodo 2013.” Realizada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Perú - Chimbote.** La investigación tuvo como **objetivo:** Identificar y describir la caracterización del control interno en la gestión de las empresas comerciales del Perú en el periodo 2013. Presenta los siguientes **resultados:** a) El control interno permite evaluar el grado de eficiencia, eficacia, economía y productividad en las empresas del rubro comercial, con lo que se logra en muchos casos alcanzar en un 100% sus objetivos y metas programados. También permite minimizar riesgos y errores o irregularidades en un 80% de forma oportuna, y contar con un adecuado y eficiente control para tomar decisiones en la vida empresarial. Los estudios señalados por diversos investigadores, como Salazar (2012) y Chiavenato I. (1997), señalan que una empresa comercial (y de todo sector-actividad) que

contemple un adecuado control interno dentro de sus funciones reduce en 15 % los procedimientos innecesarios y aumenta la productividad de la empresa en 25 %. b) El control interno constituye una herramienta de apoyo para la toma de decisiones de la alta dirección, tanto en instituciones públicas como privadas, cuyo propósito es que los objetivos planteados por la empresa se cumplan a cabalidad con las normas y los reglamentos establecidos. Al aplicar el control interno, muchos logran el 100 % de sus metas y objetivos trazados no obstante el porcentaje de resultados varía según el giro de la entidad y el tipo de control aplicado.

**Cabello, 2013. “Importancia del control interno en la gestión de las empresas comerciales año 2013”. Realizada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Perú - Lima.** La investigación tuvo como objetivo determinar la importancia del control interno en la gestión de las empresas comerciales al año 2013. Presenta los siguientes **resultados**: Los controles internos en todas las empresas comerciales e inclusive las demás, es de suma importancia por ser una herramienta estratégica en el desarrollo y crecimiento empresarial, ya que coadyuvará a evitar errores, omisiones, riesgos o fraudes, protegiendo y cuidando la gestión administrativa y contable. Mediante el establecimiento de los controles internos se logra evaluar el cumplimiento y acatamiento de las leyes y regulaciones aplicables contribuyendo al funcionamiento efectivo del sistema



operativo de la organización, fijando y evaluando los procedimientos contables, financieros y administrativos.

### **2.1.2. LOCALES**

**Murillo y Palacios, 2013. “Diseño de un Sistema de Control Interno en el área de ventas de la Botica Farma Cartavio en el periodo 2013.” Realizada en la Universidad Privada Antenor Orrego - Trujillo.** La investigación tuvo como **objetivo general:** Demostrar la eficacia del diseño de un sistema de control interno para optimizar significativamente el proceso de ventas en la botica Farma Cartavio en el periodo 2013. Presenta los siguientes **resultados:** Se obtuvo un análisis de la situación actual de los procesos de ventas y el control interno en ellos, llegando a encontrar en mal funcionamiento el área de ventas y atención al cliente. Se observó deficiencia en la atención al cliente, no existe un control de stock, no cuenta con un sistema informático, que controle el producto disponible, tampoco encontramos un control interno; y no hay seguridad al momento de guardar el dinero.

**Vargas y Ramírez, 2014. “El Sistema de Control Interno y la Gestión Comercial en la Ferretería Comercial Estrella S.R.L.” Realizada en la Universidad Privada Antenor Orrego - Trujillo.** La investigación tuvo como **objetivo general:** Demostrar que con la implementación del sistema de control interno en el área de ventas mejora significativamente la gestión comercial de la

ferretería Comercial Estrella S.R.L. de la ciudad de Trujillo, en el año 2014. Presenta los siguientes **resultados**: a) Demuestran que el deficiente control interno afecta directamente a la gestión comercial, ya que un buen sistema de control interno basado en el informe COSO implementado contribuirá al logro de los objetivos. b) Presenta deficiencias en las actividades y procedimientos en el área de ventas de la ferretería Comercial Estrella S.R.L. c) la empresa no cuenta con un manual de organización y funciones para el área de ventas, no existe un adecuado proceso de ventas y no cuenta con un plan de capacitación al personal por consecuencia los trabajadores realizan sus labores pero sin conocer la labor que deben realizar dentro de la empresa sin contar con el material necesario para el pedido del cliente.

**Bermúdez y Cabrera, 2014. “Diseño del Sistema de Control Interno en el Área de Ventas para mejorar la Gestión Comercial en la empresa Quimipiel S.A.C., distrito de La Esperanza, provincia de Trujillo 2013”.** La investigación tuvo como **objetivo general**: Demostrar que el sistema de control interno en el Área de Ventas contribuye a mejorar significativamente la gestión comercial en la empresa Quimipiel S.A.C., durante el año 2013. Presenta los siguientes **resultados**: a) Observamos que en la empresa existen deficiencias en los procesos de las áreas. Encontramos que no existe un manual de procedimientos, tal es el caso del área de ventas, en donde los trabajadores no tienen claramente definidas sus

actividades, una misma persona atiende y despacha los productos a los clientes. Es decir, existen riesgos en el buen control de dinero y de los productos almacenados. b) Demuestra que el deficiente sistema de control interno, ha causado un sin número de errores en sus acciones cotidianas, siendo esta la razón para no tomar decisiones adecuadas y oportunas dentro de la política interna de la empresa, lo que conlleva un mal funcionamiento de la misma; ya que un buen sistema de control interno basado en el Informe COSO implementado contribuirá al logro de los objetivos empresariales.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. MARCO TEÓRICO**

#### **2.2.1.1 CONTROL**

El control es una de las principales actividades administrativas dentro de las organizaciones.

El control es el proceso de verificar el desempeño de distintas áreas o funciones de una organización. Usualmente implica una comparación entre un rendimiento esperado y un rendimiento observado, para verificar si se están cumpliendo los objetivos de forma eficiente y eficaz y tomar acciones correctivas cuando sea necesario.

La función de control se relaciona con la función de planificación, porque el control busca que el desempeño se

ajuste a los planes. El proceso administrativo, desde el punto de vista tradicional, es un proceso circular que se retroalimenta. Es por esto que, en la gestión, el control permite tomar medidas correctivas.<sup>1</sup>

#### 2.2.1.2 TIPOS DE CONTROL

Atendiendo al momento de su aplicación, tenemos los siguientes tipos de control organizacional:

- Los controles **preventivos**, son el conjunto de mecanismos y procedimientos que se utilizan para analizar las operaciones que se han proyectado realizar, antes de su autorización o antes de que esté en marcha, con el propósito de determinar la veracidad y legalidad de dichas operaciones, y finalmente su conformidad con los planes, programas y presupuestos.

Estos controles garantizan que antes de comenzar una acción se haya hecho el presupuesto de los recursos humanos, materiales y financieros que se necesitarán. Los presupuestos financieros son el tipo más común de control preventivo a la acción, porque la adquisición de empleados, equipos y suministros requieren dinero. La programación es otro tipo importante de control preventivo, pues estas actividades preliminares también requieren que se invierta bastante tiempo.

---

<sup>1</sup><http://www.zonaeconomica.com/control>

- El control **preventivo**, es de responsabilidad exclusiva de cada organización como parte integrante de sus propios sistemas de control interno. Por tal razón, se dice que el control preventivo siempre es interno. Ya que los administradores de cada empresa son responsables de asegurar que el control preventivo esté integrado dentro de los sistemas administrativos y financieros, y sea efectuado por el personal interno responsable de realizar dicha labor.
- Los controles **concurrentes**, son los que se realizan mientras se desarrolla una actividad. La forma más conocida de este tipo de control es la supervisión directa. Así, un supervisor observa las actividades de los trabajadores, y puede corregir las situaciones problemáticas a medida que aparezcan. En la actualidad, los sistemas computarizados pueden ser programados para brindar al operador una respuesta inmediata si comete un error, o si se ha procesado una información equivocada, los controles concurrentes del sistema rechazarán la orden y le dirán dónde se encuentra el error.
- Los controles **posteriores**, son los que se llevan a cabo después de la acción. De esta forma, se determinan las causas de cualquier desviación del plan original, y los resultados se aplican a actividades futuras similares. Por

ejemplo, en las auditorías contables, estadística, contabilidad, etc.<sup>2</sup>

### 2.2.1.3 FUENTES DE CONTROL

Según Don Hellriegel, en su libro Comportamiento organizacional, señala que las fuentes de control básicas son cuatro: los grupos externos interesados, la organización misma, los grupos internos y los individuos.

- **El control de los grupos interesados:** se refiere a las presiones externas que recibe la empresa para que modifique ciertas conductas. Ejemplos de este tipo de fuentes son los sindicatos, organismos gubernamentales, clientes, proveedores, accionistas y otros.
- **El control organizacional:** se refiere a las reglas y procedimientos formales, ya sea preventivos o correctivos de desviaciones de los planes y el cumplimiento de los objetivos deseados. Ejemplos de este tipo de controles pueden citarse reglas, políticas, normas, presupuestos, auditorías y otros.
- **El control grupal:** se refiere a las reglas, normas, valores que comparten los miembros de un grupo y mantienen mediante premios y castigos. Como por ejemplo retirar voz y voto a un miembro del grupo, elegirlo representante ante otros grupos, etc.

---

<sup>2</sup><http://www.aulafacil.com/cursos/119683/empresa/administracion/administracion-de-empresas/tipos-y-fuentes-de-control>

- **El autocontrol individual:** consiste en los mecanismos orientadores que operan en un individuo o persona, ya sea en forma consciente o inconsciente. La llamada ética profesional constituye un punto de partida muy importante para el autocontrol individual. Para ser un profesional exitoso, es necesario adquirir conocimientos detallados, habilidades específicas y actitudes y formas de conducta básicas. No importa cuál sea la profesión, contador público, abogado, ingeniero, administrador, médico, etc., se espera que ejerza el autocontrol individual en la realización de su labor, basándose en normas éticas y morales de su respectiva profesión. Cohalia, León (Pág. 14).

#### **2.2.1.4 PROCESO DE CONTROL:**

Establecimiento de estándares de actuación: Estos estándares se derivan de los objetivos establecidos durante la planificación.

Medición de Resultados reales: Es necesario de un método económico y fiable que mida la actuación o los resultados realmente conseguidos.

Comparación de Resultados: Es la comparación de métodos reales con los estándares.

Adopción de acciones correctoras: Si las desviaciones se encuentran dentro de los márgenes de tolerancia no se introduce

cambio alguno, pero si se estima una desviación excesiva, es responsabilidad del directivo hacer los pertinentes cambios para conseguir resultado.<sup>3</sup>

Requisitos para un buen control:

Para poder ser efectivos, el control demanda una serie de requisitos y características.

**Simplicidad:** Indica que el proceso es sencillo, todos deben entender perfectamente que es lo que se pretende con él.

**Adaptabilidad:** El sistema de control debe incorporar mecanismos capaces de adaptarse a las condiciones cambiantes del entorno.

**Eficacia y Eficiencia:** Las señales deberán generarse en el momento oportuno, lo más rápidamente posible y las medidas correctoras aplicarse en el momento idóneo para que generen los efectos esperados.

**Continuidad:** El control debe efectuarse con regularidad.

**Aceptación:** Los controles deben ser aceptados por todos.

**Enfoques sobre puntos estratégicos:** Deben controlarse áreas donde las desviaciones sean más relevantes. Los controles son más efectivos cuando se aplican selectivamente en puntos críticos.

---

<sup>3</sup><http://blog.conducutuempresa.com/2012/01/control-empresarial-definicion-proceso.html>



Si se poseen estos requisitos, es fácil que el control sea entendido por todos los miembros como una forma de prevenir y corregir problemas.<sup>4</sup>

#### **2.2.1.5 CONTROL EMPRESARIAL**

El control empresarial es un proceso administrativo muy ligado con la planeación, el control es la fase a través del cual se evalúan los resultados obtenidos en relación con lo planeado, a fin de corregir desviaciones y errores para mejorar continuamente.

Podemos definirlo como: La función que permite la supervisión y comparación de los resultados obtenidos contra los resultados esperados originalmente, asegurando además que la acción dirigida se esté llevando a cabo de acuerdo con los planes de la organización y dentro de los límites de la estructura organizacional.<sup>5</sup>

#### **2.2.1.6 EMPRESAS COMERCIALES**

Las empresas comerciales son aquellas actividades económicas organizadas que se dedican a la compra y venta de productos que bien pueden ser materias primas o productos terminados; las empresas comerciales cumplen la función de intermediarias

---

<sup>4</sup><http://blog.conducetuempresa.com/2012/01/control-empresarial-definicion-proceso.html>

<sup>5</sup><http://blog.conducetuempresa.com/2012/01/control-empresarial-definicion-proceso.html>

entre los productores y los consumidores y no realizan ningún tipo de transformación de materias primas.

Es muy importante tener en cuenta que una empresa comercial no tiene que ser únicamente de ésta categoría, pues existen empresas mixtas, que pueden ser comerciales, industriales y/o de servicios; tal es el caso de las empresas que compran y venden electrodomésticos y por tanto son comerciales, pero al mismo tiempo prestan servicios de reparación y mantenimiento de los productos vendidos lo que las convierte también en empresas de servicios.

Las empresas comerciales se pueden ser:

- Las Mayoristas se dedican a la compra o venta de productos a gran escala, comúnmente a distribuidores minoristas.
- Las Minoristas venden productos en una escala mucho menor, ya sea directamente a consumidores, o a otras empresas minoristas o comisionistas.
- Las comisionistas, como su nombre lo dice, se encargan de vender productos, recibiendo una comisión, la cual puede depender del precio previamente fijado por el proveedor, o por el precio final dado por el comisionista.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup><http://html.rincondelvago.com/clasificacion-de-empresas.html>

### 2.2.1.7 ÁREAS DE CONTROL EN LAS EMPRESAS

**1. Áreas de Producción:** Si estamos frente a una empresa Industrial, el área será donde se producen los productos; y si es una Empresa Prestadora de Servicios, el área es donde se prestan los servicios.

- Control de Producción
- Control de Calidad
- Control de Costos
- Control de tiempos de Producción
- Control de Inventarios
- Control de Operaciones Productivas
- Control de mantenimiento y conservación
- Control de desperdicios

**2. Área Comercial:** Es el área de la empresa que se encarga de vender los productos y/o servicios.

- Control de Ventas
- Control de Publicidad
- Control de Costos

**3. Área Financiera:** Es el área de empresa que se encarga de los recursos financieros, como el capital, la facturación, los pagos, el flujo de caja, etc.

- Control de Presupuesto
- Control de Costos

**4. Área de Recursos Humanos:** Es el área que administra al personal.

- Control de Puntualidad (Asistencias, tardanzas, faltas.
- Control de Salarios
- Control de Vacaciones<sup>7</sup>

#### **2.2.1.8 CONTROL INTERNO**

El control interno es el conjunto de planes, métodos y procedimientos adoptados por una empresa u organización, con el fin de asegurar que los activos estén debidamente protegidos, que los registros contables sean fidedignos y que la actividad de la entidad se desarrolla eficazmente de acuerdo con las políticas trazadas por la gerencia, en atención a las metas y los objetivos previstos.

A instancias de una empresa o de una entidad pública, se llamará control interno, al conjunto de acciones, políticas, procedimientos, normas y métodos, entre otros, que existen en la misma como consecuencia de la propuesta de jefes y empleados, y que tienen el objetivo de prevenir cualquier eventualidad, riesgo, complicación que justamente afecten el correcto desarrollo y trabajo de la misma.<sup>8</sup>

En 1992 la comisión publicó el primer informe “Internal Control - Integrated Framework” denominado COSO I con el objeto de

---

<sup>7</sup><http://blog.conducetuempresa.com/2012/01/control-empresarial-definicion-proceso.html>

<sup>8</sup><http://www.definicionabc.com/general/control-interno.php>

ayudar a las entidades a evaluar y mejorar sus sistemas de control interno, facilitando un modelo en base al cual pudieran valorar sus sistemas de control interno y generando una definición común de “control interno”.

Según COSO el Control Interno es un proceso llevado a cabo por la dirección y el resto del personal de una entidad, diseñado con el objeto de proporcionar un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de objetivos dentro de las siguientes categorías:

- Eficacia y eficiencia de las operaciones.
- Confiabilidad de la información financiera.
- Cumplimiento de las leyes, reglamentos y normas que sean aplicables.<sup>9</sup>

El control interno comprende el plan de organización y el conjunto de métodos y medidas adoptadas dentro de una entidad para salvaguardar sus recursos, verificar la exactitud y veracidad de su información financiera y administrativa, promover la eficiencia en las operaciones, estimular la observación de las políticas prescrita y lograr el cumplimiento de las metas y objetivos programados.

### **Objetivos del control interno:**

---

<sup>9</sup><http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/coso>

- ✓ La obtención de la información financiera oportuna, confiable y suficiente como herramienta útil para la gestión y el control.
- ✓ Promover la obtención de la información técnica y otro tipo de información no financiera para utilizarla como elemento útil para la gestión y el control.
- ✓ Procurar adecuadas medidas para la protección, uso y conservación de los recursos financieros, materiales, técnicos y cualquier otro recurso de propiedad de la entidad.
- ✓ Promover la eficiencia organizacional de la entidad para el logro de sus objetivos y misión.
- ✓ Asegurar que todas las acciones institucionales en la entidad se desarrollen en el marco de las normas constitucionales, legales y reglamentarias.<sup>10</sup>

Ley 27785 Orgánica del Sistema nacional del control y la Contraloría General de la República. En el Perú, en abril de 2006 se dio la ley N° 28716, de Control Interno de las Entidades del Estado, en el cual se desarrolla el marco normativo donde se empezó a definir con mayor precisión los conceptos de control, control interno, sistema de control interno (objetivos y componentes), así como las responsabilidades de las autoridades, funcionarios, y auditores frente al control.

---

<sup>10</sup><http://www.gestiopolis.com/control-interno-organizacion-empresarial/>

Posteriormente, en octubre de 2008, la Contraloría General de la República, mediante la Resolución N° 458-2008-CG, aprobó la “Guía para la implementación del Sistema de Control Interno de las entidades del Estado”, dando los lineamientos, herramientas y métodos con la finalidad de orientar su efectiva y adecuada implementación; sin embargo, poco se ha avanzado al respecto, por diversos motivos, siendo los principales, el poco entendimiento e interés por su aplicación de parte de las autoridades y funcionarios, la desconfianza que genera en la mayoría de los trabajadores e insuficientes equipos de profesionales que puedan brindar asesoría y acompañamientos en este proceso. Claros, Llerena (pág. 24)

#### **2.2.1.9 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CONTROL**

##### **INTERNO:**

El Control Interno es un proceso y por tanto el mismo puede ser evaluado en cualquier punto de su desarrollo. Es un conjunto de acciones estructuradas y coordinadas, un medio para lograr un fin. Lo llevan a cabo los trabajadores, funcionarios y directivos, que actúan en todos los niveles y en las diferentes áreas. Lo llevan a cabo las personas que actúan en todos los niveles y no se trata solamente de manuales de organización y procedimientos. Ningún manual de organización recoge todos los riesgos reales y potenciales ni desarrolla controles para hacer

frente a todos y cada uno de ellos. En consecuencia, las personas que componen esa organización deben tener conciencia de la necesidad de evaluar los riesgos y aplicar controles y deben estar en condiciones de responder adecuadamente por ello.

En cada área de la organización, la persona encargada de dirigirla es responsable por el Control Interno ante su jefe inmediato, de acuerdo con los niveles de autoridad establecidos, en su cumplimiento participan todos los trabajadores de la entidad independientemente de la categoría ocupacional que tengan.

Debe facilitar la consecución de objetivos en una o más de las áreas u operaciones en la empresa. Se trata de un aporte trascendental: los controles internos no son elementos restrictivos, sino que posibilitan los procesos, permitiendo y promoviendo la consecución de los objetivos, porque se refiere a riesgos a superar para alcanzar dichos objetivos.

#### **2.2.1.10 CLASIFICACIÓN DEL CONTROL INTERNO**

En 1958 se dividió por el Comité de Procedimientos del AICPA el alcance del Control Interno en dos áreas principales, los controles contables y los controles administrativos.

**1. Control Interno Contable:** Son las medidas que se relacionan directamente con la protección de los recursos, tanto materiales como financieros, autorizan las operaciones y



aseguran la exactitud de los registros y la confiabilidad de la información contable, ejemplo: la normativa de efectuar un conteo físico parcial mensual y sorpresivo de los bienes almacenados. Consiste en los métodos, procedimientos y plan de organización que se refieren sobre todo a la protección de los activos y asegurar que las cuentas y los informes financieros sean confiables.

**2. Control Interno Administrativo:** Son las medidas diseñadas para mejorar la eficiencia operacional y que no tienen relación directa con la confiabilidad de los registros contables. Ejemplo de un control administrativo, es el requisito de que los trabajadores deben ser instruidos en las normas de seguridad y salud de su puesto de trabajo, o la definición de quienes pueden pasar a determinadas áreas de la empresa. Son procedimientos y métodos que se relacionan con las operaciones de una empresa y con las directivas, políticas e informes administrativos. Entonces el Control Interno administrativo se relaciona con la eficiencia en las operaciones establecidas por la entidad.

Como ha podido observarse a través del estudio de los conceptos más generales de Control Interno dados desde 1949 por diferentes instituciones profesionales y académicas, así como por autores que se han dedicado al estudio del tema y su marco conceptual; el Control Interno es un proceso integrado a los procesos, y no un conjunto de pesados mecanismos

burocráticos añadidos a los mismos que se caracteriza a través de los elementos comunes que se destacan conceptualmente de la siguiente forma:

- Los Controles Internos, son efectuados por el consejo de la administración, la dirección y el resto del personal de una entidad, con el objeto de proporcionar una garantía razonable para el logro de objetivos.
- El Control Interno es un proceso, es decir, un medio para alcanzar un fin y no un fin en sí mismo.
- Lo llevan a cabo las personas que actúan en todos los niveles; no se trata solamente de manuales de organización y procedimientos, políticas, reglamentos e impresos.
- Sólo puede aportar un grado de seguridad razonable y no la seguridad total para la conducción o consecución de los objetivos.
- Al hablarse del Control Interno como un proceso, se hace referencia a una cadena de acciones extendida a todas las actividades, inherentes a la gestión e integrados a los demás procesos básicos de la misma: planificación, ejecución y supervisión. Tales acciones se hallan incorporadas (no añadidas) a la infraestructura de la entidad, para influir en el cumplimiento de sus objetivos y apoyar sus iniciativas de calidad.

Es fundamental, que se comprendan los objetivos del Control Interno y, dentro de ese entendimiento, puedan separarse los objetivos principales que persiguen los controles fundamentales de aquellos controles de menos importancia o trascendencia.

Se debe saber cuáles son los objetivos que persigue cada control, o qué pretende cada control, para poder evaluarlo o entenderlo, y así poder determinar cuándo este es efectivo o simplemente no se cumple, lo que significa que hay que ir a la fuente del control.

#### **2.2.1.11 PRINCIPIOS QUE RIGEN EL CONTROL INTERNO:**

A continuación, se presenta una breve definición de cada uno de estos principios que rigen el Control Interno:

- **División del Trabajo:** La esencia de este principio descansa en la separación de funciones de las unidades operativas de actividades de forma tal que una persona no tenga un control completo de la operación, para lo cual se debe distribuir el trabajo de modo que una operación no comience y termine en la persona o departamento que la inició. De esta forma el trabajo de una persona es verificado por otra, que trabaja independientemente, pero que al mismo tiempo está verificando la operación realizada, lo que posibilita la detección de errores u otras irregularidades.

- **Fijación de responsabilidades:** Consiste en que toda persona, departamento, etc., tenga establecido documentalmente y conozca la responsabilidad, no sólo de su función, sino de las relaciones con los medios y los recursos que tienen a su cargo, sus atribuciones, facultades y responsabilidades en relación con estos.
- Es importante definir conceptualmente las responsabilidades de quien debe efectuar cada operación y dejar constancia documentada de quien efectúa cada operación de forma obligatoria.
- **Cargo y Descargo:** Este principio está íntimamente relacionado al de la fijación de responsabilidad, pues facilita la aplicación del mismo cuando es necesario. Debe entenderse el máximo control de lo que entra y sale; cualquier operación registrada en una cuenta contraria a su naturaleza debe ser investigada al máximo.

El cargo y el descargo están directamente relacionados con ceder y aceptar la responsabilidad de un recurso en cada operación o transacción. Debe quedar absolutamente claro mediante la firma en los documentos correspondientes, quién recibe y quién entrega, en qué cantidad y qué tipo de recurso.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup><http://www.eumed.net/libros-gratis/2010d/796/Caracteristicas%20generales%20del%20Control%20Interno.htm>

### **2.2.1.12 IMPORTANCIA DEL CONTROL INTERNO**

El control interno es un instrumento eficaz para lograr la eficiencia y eficacia en el trabajo de las entidades.

El desarrollo de nuevos términos relacionados con el Control Interno a diferencia de lo que hasta ahora se identificaba, es decir, solo contable.

La introducción de nuevas cuestiones que aporten elementos generalizadores para la elaboración de los Sistemas de Control Interno en cada entidad, incluido un sistema de control sobre los procesos de tecnología de la información y las comunicaciones (TIC), que satisfaga los requerimientos de la misma.

### **2.2.1.13 LIMITACIONES DEL CONTROL INTERNO:**

El concepto razonable está relacionado con el reconocimiento explícito de la existencia de limitaciones inherentes del control interno.

La actividad de control dependiente de la separación de funciones, pueden ser burladas por colusión entre empleados, es decir ponerse de acuerdo para dañar a terceros. En el desempeño de los controles pueden cometerse errores como resultados de las interpretaciones erróneas de instrucciones, errores de juicio, descuido, distracción y fatiga.

La extensión de los controles adoptados en una organización también está limitada por consideración de costo, por lo tanto no es factible establecer controles que proporcionen protección absoluta del fraude y el despilfarro, sino establecer los controles que garanticen una seguridad razonable desde el punto de vista de los costos.<sup>12</sup>

#### **2.2.1.14 SISTEMA DE CONTROL INTERNO**

El sistema de control interno es el conjunto de todos los elementos en donde lo principal son las personas, los sistemas de información, la supervisión y los procedimientos.

Este es de vital importancia, ya que promueve la eficiencia, asegura la efectividad, previene que se violen las normas y los principios contables de general aceptación. Los directivos de las organizaciones deben crear un ambiente de control, un conjunto de procedimientos de control directo y las limitaciones del control interno.

Elementos del sistema de control interno:

1. Definición de los objetivos y las metas tanto generales, como específicas, además de la formulación de los clientes operativos que sean necesarios.

---

<sup>12</sup><http://www.mailxmail.com/curso-auditoria-administracion-publica-control-interno/control-interno-importancia-limitaciones-posibilidades-clasificacion>

2. Definición de las políticas como guías de acción y procedimientos para la ejecución de los procesos.
3. Utilizar o adoptar un sistema de organización adecuado para ejecutar los planes.
4. Delimitación precisa de la autoridad y los niveles de responsabilidad.
5. Adopción de normas para la protección y utilización racional de los recursos.
6. Dirección y administración del personal de acuerdo con un adecuado sistema de evaluación.
7. Aplicación de las recomendaciones resultantes de las evaluaciones de control interno.
8. Establecimiento de mecanismos que les permitan a las organizaciones conocer las opiniones que tienen sus usuarios o clientes sobre la gestión desarrollada.
9. Establecimiento de sistemas modernos de información que faciliten la gestión y el control.
10. Organización de métodos confiables para la evaluación de la gestión.
11. Establecimiento de programas de inducción, capacitación y actualización de directivos y demás personal.
12. Simplificación y actualización de normas y procedimientos.

En resumen el ambiente de control, el sistema contable, los controles internos, contables y administrativos.<sup>13</sup>

#### **2.2.1.15 COMPONENTES DEL CONTROL INTERNO**

De acuerdo al marco COSO, el control interno consta de cinco componentes relacionados entre sí; éstos derivarán de la manera en que la dirección dirija la unidad y estarán integrados en el proceso de dirección. Los componentes serán los mismos para todas las organizaciones (públicas o privadas) y dependerá del tamaño de la misma la implantación de cada uno de ellos.

Los componentes son: Ambiente de Control, Evaluación de Riesgos, Actividades de Control, Información y Comunicación, Supervisión y Monitoreo.

##### **a) Ambiente de Control.**

El ambiente o entorno de control es la base de la pirámide de Control Interno, aportando disciplina a la estructura. En él se apoyarán los restantes componentes, por lo que será fundamental para concretar los cimientos de un eficaz y eficiente sistema de Control Interno. Marca la pauta del funcionamiento de la Unidad e influye en la concientización de sus funcionarios.

Los factores a considerar dentro del Entorno de Control serán:

La Integridad y los Valores Éticos, la Capacidad de los

---

<sup>13</sup><http://www.gestiopolis.com/control-interno-organizacion-empresarial/>



funcionarios de la Unidad, el Estilo de Dirección y Gestión, la Asignación de Autoridad y Responsabilidad, la Estructura Organizacional y, las Políticas y Prácticas de personal utilizadas.

b) Evaluación de Riesgos.

Cada Unidad se enfrenta a diversos riesgos internos y externos que deben ser evaluados. Una condición previa a la Evaluación de Riesgo es la identificación de los objetivos a los distintos niveles, los cuales deberán estar vinculados entre sí.

La Evaluación de Riesgos consiste en: La identificación y el análisis de los riesgos relevantes para la consecución de los objetivos, y sirve de base para determinar cómo deben ser gestionados. A su vez, dados los cambios permanentes del entorno, será necesario que la unidad disponga de mecanismos para identificar y afrontar los riesgos asociados al cambio.

En la evaluación se deberá analizar que los objetivos de área hayan sido apropiadamente definidos, que los mismos sean consistentes con los objetivos institucionales, que fueran oportunamente comunicados, que fueran detectados y analizados adecuadamente los riesgos y, que se los haya clasificado de acuerdo a la relevancia y probabilidad de ocurrencia.

c) Actividades de Control.

Las actividades de control son: Las políticas, procedimientos, técnicas, prácticas y mecanismos que permiten a la Dirección administrar (mitigar) los riesgos identificados durante el proceso

de Evaluación de Riesgos y asegurar que se llevan a cabo los lineamientos establecidos por ella.

Las Actividades de Control se ejecutan en todos los niveles de la Unidad y en cada una de las etapas de la gestión, partiendo de la elaboración de un mapa de riesgos, de acuerdo a lo señalado en el punto anterior.

En la evaluación del Sistema de Control Interno no solo debe considerarse si fueron establecidas las actividades relevantes para los riesgos identificados, sino también si las mismas son aplicadas en la realidad y si los resultados obtenidos fueron los esperados.

#### d) Información y Comunicación.

Se debe identificar, recopilar y propagar la información pertinente en tiempo y forma que permitan cumplir a cada funcionario con sus responsabilidades a cargo. Debe existir una comunicación eficaz - en un sentido amplio - que fluya en todas direcciones a través de todos los ámbitos de la unidad, de forma descendente como ascendente.

La Dirección debe comunicar en forma clara las responsabilidades de cada funcionario dentro del Sistema de Control Interno implementado. Los funcionarios tienen que comprender cuál es su papel en el Sistema de Control Interno y, cómo las actividades individuales están relacionadas con el trabajo del resto.

e) Supervisión y Monitoreo.

Los Sistemas de Control Interno requieren – principalmente - de Supervisión, es decir, un proceso que verifique la vigencia del Sistema de Control a lo largo del tiempo. Esto se logra mediante actividades de supervisión continuada, evaluaciones periódicas o una combinación de ambas.<sup>14</sup>

#### **2.2.1.16 BENEFICIO DE CONTAR CON UN SISTEMA DE CONTROL INTERNO.**

Seguridad razonable de:

- Reducir los riesgos de corrupción
- Lograr los objetivos y metas establecidos
- Promover el desarrollo organizacional
- Lograr mayor eficiencia, eficacia y transparencia en las operaciones
- Asegurar el cumplimiento del marco normativo
- Proteger los recursos y bienes del Estado, y el adecuado uso de los mismos
- Contar con información confiable y oportuna
- Fomentar la práctica de valores

---

<sup>14</sup>[https://es.wikipedia.org/wiki/COSO\\_\(administraci%C3%B3n\)](https://es.wikipedia.org/wiki/COSO_(administraci%C3%B3n))

- Promover la rendición de cuentas de los funcionarios por la misión y objetivos encargados y el uso de los bienes y recursos asignados.<sup>15</sup>

### **2.2.1.17 IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO**

Se deben cumplir las tres fases siguientes:

**Planificación:** Se inicia con el compromiso formal de la Alta Dirección y la constitución de un Comité responsable de conducir el proceso. Comprende además las acciones orientadas a la formulación de un diagnóstico de la situación en que se encuentra el sistema de control interno de la entidad con respecto a las normas de control interno establecidas por la CGR, que servirá de base para la elaboración de un plan de trabajo que asegure su implementación y garantice la eficacia de su funcionamiento.

**Ejecución:** Comprende el desarrollo de las acciones previstas en el plan de trabajo. Se da en dos niveles secuenciales: a nivel de entidad y a nivel de procesos. En el primer nivel se establecen las políticas y normativa de control necesarias para la salvaguarda de los objetivos institucionales bajo el marco de las

---

<sup>15</sup>[https://apps.contraloria.gob.pe/packanticorruccion/control\\_interno.html](https://apps.contraloria.gob.pe/packanticorruccion/control_interno.html)

normas de control interno y componentes que éstas establecen; mientras que en el segundo, sobre la base de los procesos críticos de la entidad, previa identificación de los objetivos y de los riesgos que amenazan su cumplimiento, se procede a evaluar los controles existentes a efectos de que éstos aseguren la obtención de la respuesta a los riesgos que la administración ha adoptado.

Evaluación: Fase que comprende las acciones orientadas al logro de un apropiado proceso de implementación del sistema de control interno y de su eficaz funcionamiento, a través de su mejora continua.<sup>16</sup>

#### **2.2.1.18 CONTROL INTERNO PARA EL ÁREA DE VENTAS:**

##### **Ventas**

El término ventas tiene múltiples definiciones, dependiendo del contexto en el que se maneje. Una definición general, es el cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero.

Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.

---

<sup>16</sup>[https://apps.contraloria.gob.pe/packanticorruccion/control\\_interno.html](https://apps.contraloria.gob.pe/packanticorruccion/control_interno.html)

En cualquier caso, las ventas son el corazón de cualquier negocio, es la actividad fundamental de cualquier aventura comercial. Se trata de reunir a compradores y vendedores, y el trabajo de toda la organización es hacer lo necesario para que esta reunión sea exitosa<sup>17</sup>.

### **Departamento de Ventas**

El departamento de ventas es el encargado de persuadir a un mercado de la existencia de un producto, valiéndose de su fuerza de ventas o de intermediarios, las técnicas y políticas de ventas acordes con el producto que se desea vender.<sup>18</sup>

La función del departamento de ventas es planear, ejecutar y controlar las actividades en este campo. Debido a que durante el desarrollo de los planes de venta ocurren muchas sorpresas, el departamento de ventas debe de dar seguimiento y control continuo.

El departamento de ventas está encargado de hacer las siguientes actividades:

- Elaborar pronósticos de ventas
- Establecer precios
- Realizar publicidad y promoción de ventas
- Llevar un adecuado control y análisis de las ventas.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup><http://www.degerencia.com/tema/ventas>

<sup>18</sup><http://es.slideshare.net/lagadejapr/departamento-de-ventas-12120664>

<sup>19</sup><http://www.tumercadeo.com/2010/04/cual-es-la-funcion-del-departamento-de.html>

El control sobre la fuerza de ventas es factor fundamental para llegar al éxito comercial. Para generar ventas crecientes y ganar participación en el mercado se debe contar con una fuerza de ventas que garantice ventas crecientes, adecuadas, confiables y que provean un alto grado de satisfacción al cliente<sup>20</sup>.

El control interno de las ventas comprende procedimientos y métodos con el fin de lograr políticas adecuadas para la empresa.

Para un adecuado control interno de esta área se deben utilizar los siguientes documentos como esenciales:

- Facturas
- Notas de crédito
- Nota de despacho
- Recibos de ingresos a caja
- Órdenes de despacho<sup>21</sup>

### **El control interno de ventas**

Es un plan de organización entre el sistema de contabilidad, funciones de empleados y procedimientos coordinados, que tienen por objeto obtener información segura, oportuna, confiable y promover la eficiencia de operaciones de ventas.

---

<sup>20</sup><http://www.gestiopolis.com/control-sobre-fuerza-ventas/>

<sup>21</sup><http://es.slideshare.net/IvanaColina/control-interno-proceso-de-ventas>

### **Principios:**

- Separación de funciones de ventas, cobro y registro en contabilidad.
- Ninguna persona que interviene en ventas debe de tener acceso a los registros contables.
- El trabajo de empleados que intervienen en ventas, será de complemento y no de revisión.
- La función de registro de operaciones de ventas será exclusiva del departamento de contabilidad.

### **Objetivos:**

- Prevenir fraudes en ventas
- Localizar errores administrativos, contables y financieros.
- Obtener Información segura, oportuna y confiable de ventas.
- Promover la eficiencia del personal de ventas.

### **Bases del Control Interno**

#### 1) Ventas al contado

Una compra-venta al contado es una operación contractual, donde el pago de las mercancías recibidas se hace en el momento de la entrega. Muchas veces el pago al contado es objeto de alguna oferta en el precio de venta.

No necesariamente el pago al contado se realiza dinero en efectivo, ya que puede hacerse mediante cheque, tarjeta de débito o transferencia bancaria.



## 2) Ventas a crédito

El control interno de ventas a crédito en plaza y fuera de plaza, fue tratado en el renglón correspondiente al control para cada origen de entradas de cajas y bancos, por lo que veremos algunos trámites por ventas a crédito.

### Recepción del pedido

El pedido del cliente es recibido en la empresa por correo, telégrafo, visita personal, teléfono, por agente de ventas, etc., e inmediatamente se formula el pedido en formas impresas numeradas progresivamente se formula el pedido en formas impresas numeradas progresivamente, donde conste cuando menos:

- Aceptación y autorización del pedido: El almacenista y ayudantes, con la autorización del pedido y embarque, preceden a sustituir los artículos, revisando la mercancía con las anotaciones del pedido, con lo que podrán formularse la nota de empaque y la nota de remisión correspondiente, debidamente numeradas en forma progresiva.
- Envío de mercancía: El departamento de ventas revisa cuidadosamente todos los datos, precios y cálculos del pedido. El departamento de crédito, con base en el historial, situación financiera, solvencia, seriedad, etc., del cliente, procede a

autorizar el pedido correspondiente, con lo cual autoriza el embarque, pudiendo acusar recibo al cliente.

- Expedición de factura o comprobante de venta: El facturista, que puede depender del almacén, contabilidad o ventas, cuando se ha cumplido con los trámites establecidos tales como recepción, aceptación, revisión del pedido, autorización del crédito, firmas de quienes revisaron, autorizaron y enviaron o entregaron la mercancía, procede a formular la factura de venta con base en el pedido, nota de remisión y nota de embarque o entrega.

### 3) Registro en contabilidad

El departamento de contabilidad, con base en:

- Copia u original de la factura,
- copia de la nota de remisión,
- copia del pedido del cliente,
- copia de la nota de salida del almacén,
- copia del talón de embarque o entrega

Ahora bien, las facturas originales se archivarán en el expediente de cada cliente

### 4) Ajustes a ventas y clientes

Estos ajustes pueden ser por devoluciones, rebajas y descuentos sobre ventas. A veces la mercancía no cumple con las expectativas del cliente.

- Devoluciones sobre ventas: Toda devolución de mercancía ocasionará una nota de devolución de ventas que consta de esta numerada, fecha, nombre del cliente, unidades, precio y detalles de los productos, el gerente de ventas revisará, aprobará y autorizará la nota que debe estar cuadruplicada para el departamento de ventas, contabilidad y almacén.
- Rebajas sobre ventas: Se aplica a mercancía en mal estado, origina una nota de crédito donde se anota el concepto detalladamente, se entrega original al cliente, duplicado para el departamento de compras y triplicado para el departamento de contabilidad.
- Descuentos sobre ventas: Se da por pronto pago de clientes, origina una nota de crédito, revisada, aprobada y autorizada por gerencia, original al cliente, duplicado para contabilidad y triplicado para quien lo expide.<sup>22</sup>

#### **2.2.1.19 DATOS DE LA EMPRESA:**

Ruc: 20420848251

Razón Social: ISABEL E.I.R.L.

Fecha de Inicio de Actividades: 10/07/2009

Actividad Económica: Comercialización de Insumos para el Calzado.

---

<sup>22</sup><https://prezi.com/nw7otcuhipc/control-interno-de-ventas/>

Departamento: La Libertad

Provincia: Trujillo

Distrito: Trujillo

Dirección: Av. América S/N.

## **2.2.2 MARCO CONCEPTUAL**

### **Control**

El control es el proceso de verificar el desempeño de distintas áreas o funciones de una organización. Es una de las principales actividades administrativas dentro de las organizaciones.

### **Control interno**

Es el conjunto de planes, métodos y procedimientos adoptados por una empresa u organización, con el fin de asegurar que los activos estén debidamente protegidos, que los registros contables sean fidedignos y que la actividad de la entidad se desarrolla eficazmente de acuerdo con las políticas trazadas por la gerencia, en atención a las metas y los objetivos previstos.

### **Control interno de ventas**

Es un plan de organización entre el sistema de contabilidad, funciones de empleados y procedimientos coordinados, que tienen por objeto obtener información segura, oportuna, confiable y promover la eficiencia de operaciones de ventas.

## **Empresas comerciales**

Las empresas comerciales son aquellas actividades económicas organizadas que se dedican a la compra y venta de productos que bien pueden ser materias primas o productos terminados; las empresas comerciales cumplen la función de intermediarias entre los productores y los consumidores y no realizan ningún tipo de transformación de materias primas.

## **Área Comercial**

Es el área de la empresa que se encarga de vender los productos y/o servicios.

## **Ventas**

Es el cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero. Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.

## **2.3 HIPÓTESIS**

Este trabajo no contiene hipótesis por ser un trabajo descriptivo.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo de investigación**

El tipo de investigación es de enfoque **cualitativo**, porque se utilizó la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

#### **3.2 Nivel de Investigación**

El nivel de investigación fue **descriptivo**, porque la variable nos permitió la recolección de datos, con el propósito de describir la realidad y explicar las razones de los diferentes aspectos del presente trabajo de investigación.

#### **3.3 Diseño de la investigación**

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño:

##### **3.3.1 No Experimental**

Porque se realizó sin manipular deliberadamente variables, es decir se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.

##### **3.3.2 Descriptivo**

Porque se describe las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

**X** = Variable independiente.

### 3.4 El universo y muestra

**Universo:** Está conformado por las empresas comerciales de insumos para el calzado del Perú.

**Muestra:** Está conformado por la empresa ISABEL E.I.R.L. Ubicada en la ciudad de Trujillo.

### 3.5 Definición y Operacionalización de variables

Título: CARACTERIZACIÓN DEL CONTROL INTERNO DEL ÁREA DE VENTAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE INSUMOS PARA EL CALZADO DEL PERÚ: CASO ISABEL E.I.R.L. TRUJILLO, 2016.

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	ESCALA DE MEDICIÓN
CONTROL INTERNO DEL ÁREA DE VENTAS.	- El control interno es un factor básico que opera en una o en otra forma en la administración de cualquiera organización mercantil o de otra índole. - El área de ventas tiene por objetivo	¿Usted tiene conocimiento sobre la importancia del control interno?	Redacción
		¿Usted cree que la empresa tiene los controles necesarios para el manejo óptimo de las ventas?	Redacción

	<p>obtener información segura, oportuna, confiable y promover la eficiencia de operaciones.</p>	¿Se desarrolla correctamente el proceso de venta?	Redacción
		¿Se supervisa periódicamente el área de ventas?	Redacción
		¿Cuenta la empresa con un manual de procedimientos por escrito para el área de ventas?	Redacción

### 3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó lo siguiente:

#### 3.6.1 Técnicas

- Para el recojo de la información se utilizó la técnica de la entrevista.

#### 3.6.2 Instrumentos

- Para el recojo de la información se utilizó un cuestionario estructurado de 7 preguntas.



### **3.7 Plan de análisis**

Para cumplir con el objetivo específico 1 se hizo una revisión bibliográfica de los antecedentes, los mismos que serán presentados en sus respectivos cuadros.

Para cumplir con el objetivo específico 2 se utilizó el cuestionario elaborado en base a preguntas relacionadas con las bases teóricas antecedentes, el cual se aplicó al gerente de la empresa comercial ISABEL E.I.R.L.

Para cumplir con el objetivo específico 3 se hizo un análisis comparativo de los resultados de los objetivos específicos 1 y 2.

### 3.8 MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	METODOLOGÍA
CARACTERIZACIÓN DEL CONTROL INTERNO DEL ÁREA DE VENTAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE INSUMOS PARA EL CALZADO DEL PERÚ: CASO ISABEL E.I.R.L. TRUJILLO, 2016.	¿Cuáles son las características del control interno del área de ventas de las empresas comerciales de insumos para el calzado del Perú y de la empresa ISABEL E.I.R.L. Trujillo, 2016?	Determinar y describir las características del control interno del área de ventas de las empresas comerciales de insumos para el calzado del Perú y de la empresa ISABEL E.I.R.L. Trujillo, 2016.	<p>1. Describir las características del control interno del área de ventas de las empresas comerciales de insumos para el calzado del Perú, 2016.</p> <p>2. Describir las características del control interno del área de ventas de la empresa comercial de insumos para el calzado ISABEL E.I.R.L. Trujillo, 2016.</p> <p>3. Hacer un análisis comparativo de las características del control interno del área de ventas de las empresas comerciales de insumos para el calzado del Perú y de la empresa ISABEL E.I.R.L. Trujillo 2016.</p> <p>4. Después de haber realizado el análisis comparativo del objetivo N° 3 se propone: implementar un manual de procedimientos para el área de ventas.</p>	Control interno del área de ventas.	<p>TÉCNICA</p> <p>-Entrevista</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>- Cuestionario</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>- Cualitativo</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>- Descriptivo</p> <p>DISEÑO:</p> <p>- No experimental.</p> <p>POBLACIÓN:</p> <p>- Las empresas comerciales de insumos para el calzado del Perú.</p> <p>MUESTRA:</p> <p>- La empresa comercial de insumos para el calzado ISABEL E.I.R.L. Trujillo, 2016.</p>

#### **IV. RESULTADOS**

##### **4.1 Resultados**

##### **4.1.1 Respecto al objetivo específico N° 1:**

Describir las características del control interno del área de ventas de las empresas comerciales de insumos para el calzado del Perú, 2016.

<b>AUTOR (ES)</b>	<b>RESULTADOS</b>
<b>Cabello (2013)</b>	Señala que los controles internos en todas las empresas comerciales e inclusive las demás, es de suma importancia por ser una herramienta estratégica en el desarrollo y crecimiento empresarial, ya que coadyuvará a evitar errores, omisiones, riesgos o fraudes, protegiendo y cuidando la gestión administrativa y contable. Mediante el establecimiento de los controles internos se logra evaluar el cumplimiento y acatamiento de las leyes y regulaciones aplicables contribuyendo al funcionamiento efectivo del sistema operativo de la organización, fijando y evaluando los procedimientos contables, financieros y administrativos.
<b>Vargas, Ramírez (2014)</b>	Señala que en la empresa no cuenta con un manual de organización y funciones para el área de ventas, no existe un adecuado proceso de ventas y no cuenta con un plan de capacitación al personal por consecuencia los trabajadores realizan sus labores pero sin conocer la labor que deben realizar dentro de la empresa sin contar con el

	material necesario para el pedido del cliente.
<b>Bermúdez, Cabrera (2014)</b>	Señala que en la empresa no existe un manual de procedimientos, tal es el caso del área de ventas, en donde los trabajadores no tienen claramente definidas sus actividades, una misma persona atiende y despacha los productos a los clientes. Es decir, existen riesgos en el buen control de dinero y de los productos almacenados.

Fuente: Elaborado de los antecedentes del presente trabajo de investigación.

#### **4.1.2 Respecto al objetivo específico N° 2**

Describir las características del control interno del área de ventas de la empresa comercial de insumos para el calzado ISABEL E.I.R.L. Trujillo, 2016.

#### **Resultados del cuestionario**

Se presentan los resultados de la entrevista la cual fue hecha al gerente general y basada en un cuestionario previamente elaborada de 7 preguntas.

<b>N°</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
1.	¿Usted tiene conocimiento sobre la importancia del control interno?	No, desconozco de la importancia del tema
2.	¿Usted cree que la empresa tiene los controles necesarios para el manejo óptimo de las ventas?	No, porque hay errores al momento de la venta y en algunos casos se ha perdido materiales.

3.	¿Se desarrolla correctamente el proceso de venta?	No, por la descoordinación entre vendedores.
4.	¿Recibe capacitación el personal del área ventas?	No, por falta de tiempo.
5.	¿Se supervisa periódicamente el área de ventas?	No, porque el personal viene trabajando un buen tiempo dentro del área de ventas y no me parece que sea necesaria una supervisión por la confianza que tengo hacia ellos.
6.	¿El personal de ventas se encarga estrictamente de la función de venta?	No, porque apoyan en caja y algunas veces en almacén.
7.	¿Cuenta la empresa con un manual de procedimiento por escrito para el área de ventas?	No, porque las indicaciones las asigno verbalmente.

Fuente: Elaboración propia.

### 4.1.3 Respecto al objetivo específico N° 3

Hacer un análisis comparativo de las características del control interno del área de ventas de las empresas comerciales de insumos para el calzado del Perú y de la empresa ISABEL E.I.R.L. Trujillo, 2016.

TEMAS	RESULTADO DEL OBJETIVO N° 1	RESULTADO DEL OBJETIVO N° 2	DIFERENCIA
Control interno	Se aprecia, que en todas las empresas comerciales e inclusive las demás, es de suma importancia por ser una herramienta estratégica en el desarrollo y crecimiento empresarial, ya que coadyuvará a evitar errores, omisiones, riesgos o fraudes, protegiendo y cuidando la gestión administrativa y contable. Mediante el establecimiento de los controles internos se logra evaluar el cumplimiento y acatamiento de las leyes y	En la empresa comercial ISABEL E.I.R.L., se desconoce de la importancia del control interno, hay errores y pérdidas de mercadería.	<b>No coincide</b>

	<p>regulaciones aplicables contribuyendo al funcionamiento efectivo del sistema operativo de la organización, fijando y evaluando los procedimientos contables, financieros y administrativos.</p>		
<p>Organización y capacitación de personal.</p>	<p>En las empresas, no se cuenta con un manual de organización y funciones para el área de ventas, no existe un adecuado proceso de ventas y no cuenta con un plan de capacitación al personal por consecuencia los trabajadores realizan sus labores pero sin conocer la labor que deben realizar dentro de la empresa sin contar con el material necesario para el pedido del cliente.</p>	<p>En la empresa comercial ISABEL E.I.R.L., existe descoordinación entre vendedores durante el proceso de venta, el personal del área de ventas no recibe capacitaciones así mismo no se supervisa periódicamente el área de ventas.</p>	<p><b>Coincide</b></p>

Manual de procedimientos	En las empresas no existe un manual de procedimientos, tal es el caso del área de ventas, en donde los trabajadores no tienen claramente definidas sus actividades, una misma persona atiende y despacha los productos a los clientes. Es decir, existen riesgos en el buen control de dinero y de los productos almacenados.	En la empresa comercial ISABEL E.I.R.L., no se cuenta con un manual de procedimientos por escrito para el área de ventas, el vendedor hace las veces de cajero y almacenero.	<b>Coincide</b>
--------------------------	---	--	-----------------

Fuente: Elaboración propia en base al cuadro 1 y cuestionario.

#### **4.1.4 Resultado respecto al objetivo específico N° 4**

Después de haber analizado el cuadro comparativo, se propone:

Realizar un manual de procedimientos para el área de ventas.



## 4.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

### 4.2.1 Respecto al objetivo específico N° 1:

Actualmente todas las empresas comerciales consideran que llevar un control interno es de vital importancia para la actividad comercial, porque ayuda a minimizar riesgos, errores o irregularidades de forma oportuna, permitiendo así llevar un eficiente control de ventas.

### 4.2.2 Respecto al objetivo específico N° 2:

Según los datos obtenidos del cuestionario que se aplicó al gerente de la empresa comercial ISABEL E.I.R.L., se aprecia lo siguiente:

N°	PREGUNTAS	ANÁLISIS DE LAS RESPUESTAS
1.	¿Usted tiene conocimiento sobre la importancia del control interno?	Se aprecia que el gerente de la empresa, desconoce de la gran importancia del control interno.
2.	¿Usted cree que la empresa tiene los controles necesarios para el manejo óptimo de las ventas?	Se aprecia que en la empresa no cuenta con los controles necesarios de sus ventas, lo cual viene ocasionando errores voluntarios e involuntarios en el área de ventas.
3.	¿Se desarrolla correctamente el proceso de venta?	Se aprecia que en la empresa hay un deficiente proceso de venta, debido a la poca coordinación entre el personal de ventas, presentándose débiles ventas perdidas de

		mercadería y mala atención al cliente.
4.	¿Recibe capacitación el personal del área ventas?	Se aprecia que la empresa no capacita constantemente a su personal para el desarrollo de su labor.
5.	¿Se supervisa periódicamente el área de ventas?	Se aprecia que en la empresa no se realiza supervisiones por parte del gerente, debido a la confianza depositada en el personal de ventas adquirida a través de los años.
6.	¿El personal de ventas se encarga estrictamente de la función de venta?	Se aprecia que el personal de ventas, no se dedica exclusivamente a la función de venta, debido a que se le atribuye otras funciones.
7.	¿Cuenta la empresa con un manual de procedimiento por escrito para el área de ventas?	Se aprecia que la empresa no cuenta con un manual de procedimientos, debido a que el gerente considera que es mejor asignar verbalmente las actividades.

#### 4.2.3 Respecto al objetivo específico N° 3

Mediante la revisión Literaria, se aprecia que llevar un adecuado control interno en las empresas, es de gran importancia para la actividad comercial porque ayuda a evitar errores, omisiones, riesgos o fraudes, protegiendo y cuidando la gestión administrativa y contable.

La empresa comercial ISABEL E.I.R.L., no cuenta principalmente con un manual de procedimientos, ni con documentación adecuada que le sirva para el control del área de ventas; no acostumbra a dar capacitaciones a su personal de ventas.

En el caso de la empresa comercial ISABEL E.I.R.L., al crear un manual de procedimientos para el área de ventas, permitiría ver un cambio favorable dentro de la entidad, porque se llevaría un eficiente control del área de ventas, facilitaría la coordinación entre el personal de ventas mejorando el proceso de venta y la atención al cliente.

#### **4.2.4 Respecto al objetivo específico N° 4**

Después de haber realizado el análisis comparativo del objetivo N° 3 se propone: implementar un manual de procedimientos para el área de ventas.

Al proponer un manual de procedimientos, se pretende que el personal de ventas tenga conocimiento de las actividades que debe realizar el día a día y sobre todo como desarrollar su función teniendo en cuenta un reglamento de ventas, con el propósito de brindar un buen servicio al consumidor final permitiendo así una mayor eficiencia en las operaciones diarias; así mismo permitirá al gerente controlar el área de ventas y que la entidad marche correctamente logrando el cumplimiento de sus metas.

## **V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 CONCLUSIONES**

#### **5.1.1 Respecto al objetivo específico N° 1**

Se concluye que el control interno es de gran importancia para todas las empresas, porque a través de sus leyes, normas y procedimientos operacionales en forma coordinada ayudará al gerente a controlar y proteger eficazmente las diferentes áreas de su empresa.

#### **5.1.2 Respecto al objetivo específico N° 2**

Se concluye que en la empresa comercial de insumos para el calzado ISABEL E.I.R.L., existe deficiencias en el control de sus actividades y procedimientos del área de ventas, existe falencia de mercadería, se observa que su personal de ventas no es capacitado constantemente, no se lleva a cabo un buen proceso de venta, finalmente el área de ventas no es supervisada periódicamente.

#### **5.1.3 Respecto al objetivo específico N° 3**

Se concluye que al conocer la importancia del control interno, ayuda a controlar satisfactoriamente las distintas áreas de las empresas; así mismo carecen de un manual de procedimientos por escrito para el área de ventas vienen operando de manera rutinaria, dando órdenes de forma verbal a su personal.

#### **5.1.4 Respecto al objetivo específico N° 4**

Se concluyó que al crear un manual de procedimientos administrativos permitirá la organización y coordinación entre el personal de ventas y el gerente de la empresa, siendo este un buen aporte para la continuidad de la gestión comercial.

#### **5.2 RECOMENDACIONES:**

- Implementar un control interno del área de ventas, para las empresas comerciales.
- Realizar supervisiones periódicas y programas de capacitación para el personal de ventas.
- Elaborar un manual de procedimientos administrativos para el área de ventas que describa las funciones y procedimientos del personal.

## ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

#### Libros:

“El control interno como herramienta de gestión y evaluación.” Mg. Roberto Claros Cohaila, C.P.C. Oscar León Llerena - Instituto Pacífico.

“Empresa y Administración.” C.P.C. Jaime Flores Soria 2003, (2)

#### Tesis:

Daniel Chumpitaz (2014). “Caracterización del control interno en la gestión de las empresas comerciales del Perú. Periodo 2013.” Realizada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Perú - Chimbote.

Jorge Cabello (2013). “Importancia del control interno en la gestión de las empresas comerciales año 2013”. Realizada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote., Perú - Lima.

Murillo y Palacios (2013). “Diseño de un Sistema de Control Interno en el área de ventas de la Botica Farma Cartavio en el periodo 2013.” Universidad Privada Antenor Orrego - Trujillo.

Diana Vargas y Roberto Ramírez (2014). “El Sistema de Control Interno y la Gestión Comercial en la Ferretería Comercial Estrella S.R.L.” Universidad Privada Antenor Orrego - Trujillo.

Bermúdez Cruzado y Cabrera Merino (2014). “Diseño del Sistema de Control Interno en el Área de Ventas para mejorar la Gestión Comercial en

la empresa Quimipiel S.A.C., distrito de La Esperanza, provincia de Trujillo 2013”. Universidad Privada Antenor Orrego - Trujillo.

**Web Grafia:**

<http://www.zonaeconomica.com/control>

<http://www.aulafacil.com/cursos/119683/empresa/administracion/administracion-de-empresas/tipos-y-fuentes-de-control>

<http://blog.conducetuempresa.com/2012/01/control-empresarial-definicion-proceso.html>

<http://actualicese.com/2014/05/29/que-es-una-empresa-comercial/>

<http://html.rincondelvago.com/clasificacion-de-empresas.html>

<https://estudiantesvirtuales.wordpress.com/2015/08/11/concepto-de-control-interno/>

<http://www.definicionabc.com/general/control-interno.php>

<http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/coso>

<http://slideplayer.es/slide/3935569/>

<http://www.gestiopolis.com/control-interno-organizacion-empresarial/>

<http://www.eumed.net/libros->

[gratis/2010d/796/Caracteristicas%20generales%20del%20Control%20Inter-no.htm](http://www.eumed.net/libros-gratis/2010d/796/Caracteristicas%20generales%20del%20Control%20Inter-no.htm)

[https://es.wikipedia.org/wiki/COSO\\_\(administraci%C3%B3n\)](https://es.wikipedia.org/wiki/COSO_(administraci%C3%B3n))

<http://www.mailxmail.com/curso-auditoria-administracion-publica-control-interno/control-interno-importancia-limitaciones-posibilidades-clasificacion>

[https://apps.contraloria.gob.pe/packanticorrupcion/control\\_interno.html](https://apps.contraloria.gob.pe/packanticorrupcion/control_interno.html)

<http://www.degerencia.com/tema/ventas>

<http://www.tumercadeo.com/2010/04/cual-es-la-funcion-del-departamento-de.html>

<http://es.slideshare.net/IvanaColina/control-interno-proceso-de-ventas>

<http://www.gestiopolis.com/control-sobre-fuerza-ventas/>

<https://prezi.com/nw7otcuhrpc/control-interno-de-ventas/>

<http://www.groppeimprenta.com/manuales-blog/86-reglamento-para-el-area-de-ventas.html>





---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de la empresa comercial ISABEL E.I.R.L. para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Caracterización del Control Interno del área de ventas de las empresas comerciales de insumo para el calzado del Perú: Caso ISABEL E.I.R.L Trujillo, 2016.

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación; por ello, se le agradece su participación.

1. ¿Usted tiene conocimiento sobre la importancia del control interno?  
Rpta: \_\_\_\_\_
2. ¿Usted cree que la empresa tiene los controles necesarios para el manejo óptimo de las ventas?  
Rpta: \_\_\_\_\_
3. ¿Se desarrolla correctamente el proceso de venta?  
Rpta: \_\_\_\_\_
4. ¿Recibe capacitación el personal del área ventas?  
Rpta: \_\_\_\_\_
5. ¿Se supervisa periódicamente el área de ventas?

Rpta: \_\_\_\_\_

6. ¿El personal de ventas se encarga estrictamente de la función de venta?

Rpta: \_\_\_\_\_

7. ¿Cuenta la empresa con un manual de procedimiento por escrito para el área de ventas?

Rpta: \_\_\_\_\_

**Anexo N° 02:**

**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

Jefe de ventas

<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DEL ÁREA DE VENTAS</b>		
<b>EMPRESA COMERCIAL ISABEL E.I.R.L.</b>		<b>JEFE VENTAS</b>
<b>PROCEDIMIENTOS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ El gerente general es el único encargado de autorizar las ventas y descuentos que se pueden otorgar a clientes.</li><li>➤ El jefe de ventas es el encargado de supervisar a los vendedores y también es responsable de verificar las ventas realizadas al final del día.</li><li>➤ El área de ventas debe llevar un adecuado control y análisis de las ventas.</li><li>➤ El área de ventas debe mantener una relación directa con el almacén a fin de contar con suficiente inventario para cubrir la demanda.</li><li>➤ Mantener la información del stock con el almacén actualizada.</li></ul>		

Asistente de ventas

<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DEL ÁREA DE VENTAS</b>		
<b>EMPRESA COMERCIAL ISABEL E.I.R.L.</b>		<b>ASISTENTE DE VENTAS</b>
<b>PROCEDIMIENTOS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Este es el encargado de organizar y guiar al auxiliar de ventas correctamente en la atención al cliente.</li><li>❖ Controla las ventas realizadas durante el día y reporta al jefe de ventas.</li><li>❖ Revisión de reportes de venta de los vendedores.</li><li>❖ Preparación de reportes y otra información solicitada por la gerencia.</li><li>❖ Mantener la información del stock con el almacén actualizada.</li></ul>		

Auxiliar de ventas

<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DEL ÁREA DE VENTAS</b>	
<b>EMPRESA COMERCIAL ISABEL E.I.R.L.</b>	<b>AUXILIAR DE VENTAS</b>
<b>PROCEDIMIENTOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Este es el encargado de atender y ofrecer a los clientes información sobre los productos.</li><li>✓ Mantener un sistema de archivo preciso y fácil de usar para almacenar los documentos de ventas.</li><li>✓ Responder a los pedidos que se reciben por teléfono, por escrito verificando stock de los productos solicitados.</li><li>✓ Deberá tener actualizada la lista de precios en un archivo, y tener el material necesario.</li></ul>	

**Anexo N° 03:**

<b>REGLAMENTO PARA EL ÁREA DE VENTAS</b>
--

- ❖ El vendedor siempre deberá tomar como prioridad al cliente y sus necesidades, trabajando con la mejor actitud.
- ❖ El gerente de ventas deberá presentar a los vendedores una gráfica de metas a lograr por mes y los vendedores cumplirla.
- ❖ El colaborador que cumpla con las metas asignadas obtendrá un bono extra de su sueldo.
- ❖ Las ventas siempre deberán ir en aumento.
- ❖ El vendedor no podrá manejar promociones o descuentos sin consultar al gerente de ventas.
- ❖ El vendedor deberá ser proactivo.
- ❖ El gerente de ventas siempre deberá estar atento y dar recorridos junto con los vendedores al cerrar su venta con fines de calidad.
- ❖ Se tendrá estipulado un mínimo de ventas por día.
- ❖ El gerente de ventas deberá estar pendiente de recordarle al cliente del servicio o producto que se maneja la empresa periódicamente (boletines)