



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

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

**IMPORTANCIA DE UN EFICAZ Y EFECTIVO CONTROL
INTERNO EN EL AREA DE VENTAS DE LA MYPE
DISTRIBUIDORA COMERCIAL SANTA RITA JESUS MARIA
2015**

AUTOR:

ZACARIAS MARIANO HUACHUA CUCHO

ASESOR:

CP. GABRIEL JORGE REYES PIZARRO

LIMA - PERÚ

2016

JURADO Y ASESOR DE TESIS

PRESIDENTE : _____

Mgr. Eustaquio Agapito Meléndez Pereira

SECRETARIO : _____

Dr. Enrique Loo Ayne

MIEMBRO : _____

Dra. Erlinda Rosario Rodriguez Cribilleros

ASESOR : _____

CP. Gabriel Jorge Reyes Pizarro

AGRADECIMIENTO

**ADIOS QUIEN ME DIO LA FORTALEZA FE SALUD Y ESPERANZA
A TODOS MIS FAMILIARES AMIGOS Y EN ESPECIAL A MI
ESPOSA HIJOS, QUE SIEMPRE ME APOYARON
INCONDICIONALMENTE, DIJERON QUE LA LUZ ESTABA
CERCA A LA ALTURA DE MIS MANOS PARA ALCANZAR ESTE
ANHELO QUE SE CUMPLIO EN TERMINAR MIS ESTUDIOS
CONTABLES**

DEDICATORIA

**A MI LINDA MADRE:
POR QUIEN DARIA LA VIDA POR
VOLVERLA A VER UN INSTANTE**

RESUMEN

El propósito de la presente investigación fue establecer si la adecuada implementación de los procedimientos de control interno optimizará la gestión del área de ventas en la MYPE distribuidora comercial SANTA RITA EIRLtda. Del distrito de Jesús María rubro distribución y venta al por menor de productos farmacéuticos y médicos, cosméticos y artículos de tocador, El objetivo principal de esta investigación radica en determinar la incidencia de un efectivo y eficaz control interno en el área de ventas de una MYPE distribuidora comercial Santa Rita rubro comercial. También se tendrá que considerar la aplicación del sistema COSO, como resultados podemos resumir que en nuestro caso es necesario la implementación de un adecuado sistema de control interno. El diseño de la investigación fue de tipo no experimental, correlacional con enfoque (cualitativo), considerada como investigación aplicada, debido a los alcances prácticos, aplicativos sustentada por normas e instrumentos técnicos de recopilación de información. Los resultados y el análisis de la investigación demostraron que existe un inadecuado control interno que imposibilita de forma parcial, el cumplimiento de los objetivos principales de toda MYPE en nuestro caso SANTA RITA EIRLtda., inmersa en este rubro, La conclusiones se resumirían en la necesidad de la implementación de un adecuado sistema de control interno.

PALABRAS CLAVES: Ventas, Utilidad, Control Interno..

ABSTRACT

The purpose of this investigation was to establish whether the proper implementation of internal control procedures optimize the management of sales area in the MSEs commercial distributor SANTA RITA EIRLtda. District of Jesus Maria I category distribution and retail of pharmaceuticals and medical products, cosmetics and toiletries, The main objective of this research is to determine the incidence of an effective and efficient internal control in the sales of MSEs Santa Rita commercial distribution commercial category. will also have to consider the implementation of the COSO system, such as results can summarize that in our case the implementation of an adequate system of internal control it is necessary. The research design was not experimental, correlational approach (qualitative), regarded as applied research type, due to the practical scope, applications supported by standards and technical tools of information gathering. The results and analysis of the research showed that there is inadequate internal control which prevents partially, the fulfillment of the main objectives of all MSEs in our case SANTA RITA E.I.R.Ltda., Immersed in this area, the findings would be summarized in need the implementation of an adequate system of internal control.

KEYWORDS: Sales, Income, Internal Control..

INDICE

JURADO EVALUADOR DE TESIS	i
AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
CONTENIDO	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISION DE LA LITERATURA	4
2.1. Antecedentes	4
2.1.1 Internacionales	4
2.1.2 Nacionales	6
2.2 Bases Teóricas	9
2.3 Marco conceptual	46
III. METODOLOGIA	47
3.1 Diseño de Investigación	47
3.2 Población y Muestra	48
3.3 Definición y Operacionalizacion de Variables	48

3.4 Técnicas e Instrumentos	48
3.4.1 Técnicas	48
3.4.2 Instrumentos	49
3.5 Plan de Análisis	50
3.6 Matriz de consistencia	50
3.7 Principios éticos	52
IV. RESULTADOS	53
4.1 Presentación de Resultados	53
Cuadro N° 1: Respecto al objetivo específico N° 1	53
4.2 Análisis y Discusión de resultados	78
V. CONCLUSIONES	82
VI. APORTES COMPLEMENTARIOS	83
6.1 Referencias Bibliográficas	83

I. INTRODUCCION.

En el presente proyecto de investigación titulado: “IMPORTANCIA DE UN EFICAZ Y EFECTIVO CONTROL INTERNO EN EL AREA DE VENTAS DE LA MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA JESUS MARIA 2015”, rubro distribución y venta al por menor de productos farmacéuticos y médicos, cosméticos y artículos de tocador en comercios especializados en el distrito de Jesús María.

Las micro y pequeñas empresas son el factor primordial que constituye el crecimiento económico del país, pero muchos de estas micro empresas según investigaciones y estadísticas realizadas, de cada diez MYPES ocho fracasan en sus primeros 5 años debido a no contar con una planificación de un control interno con políticas y procedimientos adaptados por la administración de una entidad para ayudar a lograr el objetivo de asegurar, tanto como sea factible, la conducción ordenada y eficiente de su negocio, con la finalidad de salvaguardar los activos, prever y detectar fraudes y errores, esta situación se da debido a que la mayor parte de las micro y pequeñas son familiares y no cuentan con el personal especializado que oriente como debe realizarse el control interno dentro de esta, sea por desconfianza o por otro factor el dueño cree ser el único que puede dirigir todas las áreas de la pequeña empresa, resistiéndose a delegar funciones.

Caracterización del problema

La problemática de nuestra investigación radica en que a pesar de estar en crecimiento nuestra Mype no alcanza las metas establecidas al inicio del año respecto a las ventas esto sin mayor análisis se verifica por la cantidad de

mercaderías que quedan en el almacén al terminar el periodo. Tal vez por la cantidad de ítems que se expende en los locales se generan problemas que afectan nuestra liquidez. La actividad principal de nuestra Mype venta al por menor de productos farmacéuticos y médicos, cosméticos y artículos de tocador, y como actividad secundaria peluquería y otros tratamientos de belleza.

Parte importante para las Mypes es el efectivo por ello debemos tener un buen control interno; ya que esta se encuentra situada mayormente en los ingresos que son provenientes del área de venta. Para ello debemos monitorear y evaluar constantemente cada parámetro establecido por el control interno con la finalidad de pulir las políticas y funciones de la organización.

Por tanto es indispensable la evaluación constante de los parámetros establecidos, ya que estos nos permitirán identificar alguna incidencia que puede ocasionarse en el desenvolvimiento de la actividad.

Enunciado del problema.

¿Cuál sería la importancia de un eficaz y efectivo control interno en el área de ventas de la MYPE distribuidora comercial Santa Rita?

Objetivo General

Determinar la incidencia de un efectivo y eficaz control interno en el área de ventas de una MYPE distribuidora comercial Santa Rita rubro comercial.

Objetivos Específicos

Determinar la importancia de contar con la implementación de un adecuado control interno efectivo y eficaz de una MYPE distribuidora comercial Santa Rita rubro comercial.

Determinar los problemas que se obtiene al no tener información oportuna y veraz para la toma de decisiones.

Determinar la necesidad de capacitación del personal para la implementación de un sistema de control interno.

Justificación de la investigación.

El estudio se justifica porque nos permitirá conocer a nivel exploratorio sobre cómo podemos contar con el manejo del control interno del efectivo sobre el área de ventas.

Asimismo, la investigación nos permitirá tener muchas ideas de saber que procedimientos ayudan al buen control interno con sus técnicas y poder llevar un excelente manejo del efectivo en dicha área.

Por tanto, debemos indicar que si observamos constantemente los parámetros establecidos; podremos identificar fácilmente a la incidencia que pueda darse en el desenvolvimiento de las funciones en dichas áreas.

Finalmente, el estudio nos servirá de base para realizar otros estudios en otros sectores productivos y de servicios del distrito de Los Olivos y de otros ámbitos geográficos.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1 Antecedentes.

Para realizar el presente proyecto se han consultado diversos artículos, investigaciones, páginas web especializadas; encontrando los siguientes antecedentes:

2.1.1 Internacionales

(Paz Cuadrso, 2012) en su tesis sobre “El control interno de gestión de las clínicas privadas de Lima Metropolitana” de la Universidad Peruana de Ciencia Aplicadas que la evaluación del sistema de control interno por medio de los manuales de procedimientos afianza las fortalezas de la empresa frente a la gestión. En razón de esta importancia que adquiere el sistema de control interno para cualquier entidad, se hace necesario hacer el levantamiento de procedimientos actuales, los cuales son el punto de partida y el principal soporte para llevar a cabo los cambios que con tanta urgencia se requieren para alcanzar y ratificar la eficiencia, efectividad, eficacia y economía en todos los procesos.

(WALTER ORLANDO ROJAS DÍAZ, 2007)

En su tesis argumenta de la problemática planteada en la unidad de análisis, es determinar cuáles son las causas que hacen necesario que la Empresa Comercial de Repuestos Electrónicos, ubicada en la ciudad de Guatemala, diseñe un sistema de control interno administrativo y contable. El control interno es una necesidad administrativa de todo ente económico, empezando por nosotros mismos, los seres humanos; pues es el mayor drama humano, sin solución en sistema económico alguno, es que somos esclavos de necesidades, siempre insatisfechas e infinitas,

mientras que la naturaleza es avara y con sus cada día más limitados recursos; este desequilibrio, sin solución, nos impone que todo ente productivo y consumidor para ser eficiente utilice instrumentos de control sobre sus escasos recursos y sobre la creatividad que esta escasez origina. Además, si consideramos que en toda empresa, existe la posibilidad de contar con empleados deshonestos, descuidados o ineficientes, que hacen que la custodia de los activos sea deficiente, que la ejecución del cumplimiento de funciones no se efectúe apropiadamente y, que no se genere información confiable sobre la cual se puedan fundamentar decisiones operativas y financieras importantes en forma satisfactoria, por lo que deviene imprescindible el control interno. Al afirmarse que las empresas comerciales de repuestos electrónicos, que ostentan un adecuado sistema de control interno administrativo y contable, poseen información financiera periódica, completa y oportuna para la toma de decisiones, salvaguarda de activos, eficiencia y eficacia operativa; es el fundamento para dar cumplimiento al objetivo general de la presente investigación, en la cual se plantea, el diseño de un sistema de control interno, a través de manuales administrativo y contable, que mediante la formulación y análisis de procedimientos, se identifique y minimice las debilidades de control interno, y se presenten oportunamente los estados financieros para la toma de decisiones, con el fin de ayudar a la unidad de análisis a desarrollarse como un ente económico capaz de generar mayor utilidad al optimizar sus recursos.

Presento el trabajo de investigación es un aporte a todas aquellas empresas que no cuentan con un adecuado sistema de control interno. El cual es importante, en virtud de que las empresas día a día presentan mayor desarrollo y sólo mediante la

obtención de su máxima eficiencia operativa podrá mantenerse firmes y sólidas dentro de un mercado de competencia.

(Alvarado Veletanga & Tuquiñahui Paute, 2012) Tesis: Propuesta de Implementación de un Sistema de Control basado en el modelo COSO, aplicado a la empresa Electro Instalaciones en la ciudad de Cuenca. Tiene por objetivo comprar y vender productos de buena calidad y bajos costos que satisfagan las necesidades del consumidor, para lograr abarcar el mercado nacional maximizando utilidades y minimizando costos, ofreciendo los mejores precios del mercado con productos de calidad llegando a todo el país y sobre todo contando con un servicio técnico a la altura de las exigencias del mercado; para esto el sistema COSO ayudará a la confiabilidad de la información financiera, efectividad y eficiencia de las operaciones a través de sus mecanismos de control.

5.1.2.- Antecedentes Nacionales.

(Trillo Ocampo, 2010) , en su artículo titulado; *El Marketing Es Inalcanzable Por Su Costo Para Una Pyme ¿Mito O Realidad?*, sostiene; "El marketing brinda herramientas para solucionar problemas y desarrollar planes de marketing que le permitan a su empresa optimizar su trabajo, sin embargo es imposible mantener un empleado dedicado a esta disciplina. Es por esto, que la propuesta de trabajo con consultores termina siendo una solución estratégica definitiva y alcanzable para las empresas pymes. De este modo, se pueden desarrollar proyectos específicos que empiezan y terminan con la solución del problema o con el desarrollo del plan estratégico de marketing, en un período medible con un costo razonable de acuerdo a la capacidad de cada empresa pyme."

Muchos pequeños empresarios creen que el desarrollar un plan de marketing es sumamente caro, por lo que se convierte en una actividad imposible de desarrollar, ya que se piensa que para esto se debe de crear un departamento de marketing, y contratar a una persona especializada en la materia, lo cual representarían muchos costos. Pero no se dan cuenta que en la actualidad pueden recurrir a la consultoría, el cual le podrá asignar un plan de marketing de acuerdo a sus recursos.

(Arteaga Vargas, 2014) “Sistema de Control Interno Para el Proceso de Comercialización de la empresa de la ciudad de lima

2014 “UNMS

Tesis para optar el grado académico de Doctor en Ciencias Contables Empresariales.

Problema:

¿En qué medida la implementación de control interno en el área de comercialización de la empresa permite un eficiente desarrollo de la misma?

El manejo administrativo de la empresa debe estar estructurado de acuerdo a un planeamiento estratégico donde se haya definido la visión, misión del negocio, haciendo participe de ello al nivel operativo. Esto implica diseñar y llevar a cabo todo un conjunto de metas y estrategias orientado al objetivo que se persigue. Las compras y ventas de la empresa presentan un deficiente sistema de control interno, influenciado por una administración que no tiene políticas definidas.

Recomendaciones:

La empresa debe diseñar un plan estratégico que permita establecer una misión, visión y objetivos estratégicos.

Implementar un sistema de Control Interno en el proceso de compras en base sistema integrado con el objetivo de minimizar costos.

(Valencia Vlchez, 2013)

“Auditoria al Área de Ventas de una Empresa de Transportes Interprovincial Lima – Cuzco

Perú2013”UNMSM.

Tesis para optar el grado de magister en contabilidad.

Conclusiones

El Control Interno es importante porque permite evaluar el grado de efectividad, eficiencia y economía por la cual la gestión de la empresa ha logrado alcanzar sus objetivos y metas programadas.

-Se permite minimizar riesgos y errores o irregularidades en forma oportuna.

Recomendaciones:

-Implementar un sistema de control de interno, para obtener información financiera y de gestión de la empresa en forma correcta y confiable.

Los exámenes especiales deberán estar orientados a la contribución de mejoras en la gestión administrativa y financiera.

(Carrasco Mamani, 2012), en su tesis sobre la “Incidencia del funcionamiento del Control Interno en la Políticas Crediticias y de Cobranza en el comportamiento de las actividades de una empresa comercializadora de maquinaria”, de la Universidad de San Martín de Porres, señala que el papel que desempeña el

crédito dentro de la economía de una empresa es de gran importancia, debido a que, entre otras cosas, es un instrumento muy eficaz en el proceso de reactivación económica, ya que es mediante el crédito una de las formas más eficaces en cómo puede impulsarse el desarrollo de una economía, pero a su vez el riesgo que significará para la empresa otorgar un determinado crédito y para ello es necesario conocer a través de un análisis cuidadoso los estados financieros del cliente, análisis de los diversos puntos, tanto cualitativos como cuantitativos que en conjunto permitirá tener una mejor visión sobre el cliente y la capacidad para poder pagar dicho crédito. Teniendo un adecuado Control Interno se podría tener menor cantidad de cuentas de incobrables.

- (Magallanes Diego, 2011), en su tesis sobre “La implementación de un sistema de Control Interno en una empresa de Maquinaria Hidroeléctricas” de la Universidad del Pacifico, donde se afirma que el Control Interno constituye como una herramienta de apoyo para las directivas de la empresa, para modernizarse, cambiar y producir los mejores resultados con calidad y eficiencia. La persona encargada de esta función debe asegurarse de que se cumplan todas las medidas adecuadas y necesarias en la implementación del sistema de evaluación del control interno.

2.2. Bases Teóricas.

MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (MYPE'S)

(Rivera) El Artículo 4º de la Ley MYPE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa, a la letra dice:

Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (TEXTO UNICO ORDENADO), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Dec. Leg. N° 1086)

"El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas cada dos (2) años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido período.

Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector."

Por otro lado se consideran como características generales en cuanto al comercio y administración de las MYPES las siguientes:

Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños.

Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local.

Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión.

Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas. Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.

Su actividad no es intensiva en capital pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable.

Disponen de limitados recursos financieros.

Tienen un acceso reducido a la tecnología.

Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios.

Tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad.

2. IMPORTANCIA

Las MYPE son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI). En resumidas cuentas la importancia de las MYPE como la principal fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza se debe a:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.

- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

3. FORMALIZACION Y CONSTITUCION

El Estado fomenta la formalización de las MYPE a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior, se debe pues propiciar el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen una MYPE, eliminando pues todo trámite tedioso.

Es necesario aclarar que la microempresa no necesita constituirse como persona Jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. En el caso de que las MYPE que se constituyan como persona jurídica lo realicen mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta

OTROS BENEFICIOS

a. Constitución

Las entidades estatales y, en especial, la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), y el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC), implementarán un sistema de constitución de empresas en líneas que permita que el trámite concluya en un plazo

no mayor de 72 horas. La implementación será progresiva, según lo permitan las condiciones técnicas en cada localidad.

b. Capacitación

Incorpórese como beneficiarios de la Ley N° 29152, Ley que establece la implementación y el funcionamiento del Fondo de Investigación y Desarrollo para la Competitividad - FIDECOM, a las microempresas.

Parte de los recursos del FIDECOM se asignan preferentemente al financiamiento de programas de capacitación de los trabajadores y de los conductores de las microempresas que fortalezcan su capacidad de generación de conocimientos tecnológicos para la innovación en procesos, productos, servicios y otros, en áreas específicas relacionadas con este tipo de empresas.

Los programas de capacitación son administrados por entidades académicas elegidas por concurso público, cuyo objetivo prioritario será el desarrollo de las capacidades productivas y de gestión empresarial de las microempresas.

El Estado apoya e incentiva la iniciativa privada que ejecuta acciones de Capacitación y Asistencia Técnica de las MYPE.

El Reglamento de la presente Ley establece las medidas promocionales en beneficio de las instituciones privadas, que brinden capacitación, asistencia técnica, servicios de investigación, asesoría y consultoría, entre otros, a las MYPE.

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo coordina con el Ministerio de Educación para el reconocimiento de las entidades especializadas en formación y capacitación laboral como entidades educativas.

c. Autorización de funcionamiento

En relación al pago de tasas a nivel Municipal, el artículo 39° de la Ley de la MYPE indica que una vez otorgada la licencia de funcionamiento definitiva, las Municipalidades no podrán cobrar tasa por concepto de renovación, fiscalización o control y actualización de datos de la misma, ni otro referido a éste trámite, con excepción de los casos de cambio de uso.

En relación al pago de tasas ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, la primera Disposición Complementaria de la Ley MYPE y su reglamento señalan que éstas empresas se encuentran exoneradas del 70% de los derechos de pago (tasas) previstos por el Ministerio.

d. Acceso Financiamiento

El ministerio de Economía y Finanzas (MEF) constituyó el programa Especial de Apoyo Financiero a la Microempresa y Pequeña Empresa (Prom pyme) del Banco de la Nación, el cual contará inicialmente con S/. 200 millones de recurso del Banco. Se autorizó al Banco de la Nación a firmar convenios de uso compartido de su infraestructura y agencias con estas entidades. Según la Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú (APEMIPE), se espera que este programa financie a más de 100 mil microempresas y pequeñas empresas en el país.

El estado promueve el acceso de las MYPE al mercado financiero y al mercado de capitales, para que así estas puedan tener una mayor capacidad de desarrollo, realizar nuevas y más eficientes operaciones, ampliar el tamaño de sus operaciones y acceder a créditos en mejores condiciones. Asimismo la Corporación Financiera de Desarrollo -COFIDE, el Banco de la Nación y el Banco Agrario promueven y articulan integralmente a través de los intermediarios financieros el financiamiento a las MYPE, diversificando, descentralizando e incrementando la cobertura de la oferta de servicios de los mercados financieros y de capitales.

En cuanto al Banco de la Nación este fue autorizado a ejecutar operaciones y servicios, con entidades de intermediación financiera, que pueden ser las Ed pymes, Cajas Municipales y Cajas Rurales. Estas entidades están especializadas en otorgar créditos a los micros y pequeñas empresas (MYPE), para que solo a través de ellas, se les otorguen préstamos en las localidades donde el BN sea única oferta bancaria (UOB).

e. Exportaciones e Importaciones

El Estado promueve el crecimiento, diversificación y consolidación de las exportaciones directas e indirectas de la MYPE, con énfasis en las regiones, implementando estrategias de desarrollo de mercados y de oferta exportable. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ejecuta planes estratégicos por sectores, mercados y regiones, priorizando el desarrollo de cadenas exportadoras con participación de las MYPE.

EL EXPORTA FÁCIL

Es un mecanismo promotor de exportaciones diseñado principalmente para usted que es un micro o pequeño empresario, al cual puede acceder , para que los bienes que elabora o comercializa se pueda conocer en mercados internacionales y usted pueda hacer crecer su negocio.

Este tipo de exportación de mercancías con fines comerciales se realiza mediante declaración simplificada a través del servicio postal y debe estar amparada con la factura correspondiente o con la boleta de venta en caso el exportador sea un contribuyente del nuevo RUS.

Esta exportación la puede realizar desde la comodidad de su establecimiento, hogar, oficina o cualquier cabina de Internet, de una forma simple, económica y segura.

BENEFICIOS QUE OFRECE

Le brinda a usted los siguientes beneficios:

- Exportar desde cualquier punto de nuestro país.
- Colocar sus productos en otros países (PROMPERU).
- Un trámite aduanero: gratuito, ágil y sencillo.
- Reducción de tarifas y tiempos de llegada (SERPOST).
- Participación en ferias internacionales (PROMPERU).
- Asesoría en exportaciones (PROMPERU).
- Formalización y manejo de gestión de empresas (MI EMPRESA).

REQUISITOS PARA EXPORTAR

Contar con el RUC y la Clave SOL que es la contraseña que le otorga la SUNAT para acceder a través de SUNAT virtual para ingresar a realizar transacciones incluido el Exporta Fácil.

Tener una mercancía para exportar al extranjero

Llenar la Declaración Exporta Fácil (DEF)

Presentar la mercancía en las oficinas de SERPOST de su localidad

MONTO MAXIMO A EXPORTAR

El valor por envío y por exportación puede ser de hasta US\$ 5,000 dólares y hasta 50 Kg. de peso también por envío. Estos montos están vigentes desde el 27 de julio de 2009.

PAGOS QUE SE EFECTUAN

La Exportación de mercancías no está afectada al IGV ni a tributos aduaneros. Los pagos que se realizan están solo relacionados al traslado de la mercancía. Que se está exportando, la cual está sujeta a las tarifas y pesos definidos por SERPOST. Para mayor información usted puede consultar a la dirección electrónica

www.serpost.com.pe.

RECUERDE: "Exporta Fácil es un servicio que contribuye con los Micro y Pequeños Empresarios permitiéndole tener nuevas oportunidades de negocio."

f. Licitaciones

Cuando una MYPE participa en una licitación con el estado las entidades le otorgan un beneficio de puntuación para la evaluación técnica.

Si no haz intentado venderle al Estado, ahora tienes la oportunidad de acceder a información sobre los planes de adquisición de las entidades estatales. Además, recuerda que las MYPE tiene una cuota del 40 % de las compras estatales

g. Reducción de la carga laboral

Gracias a estas reducciones la MYPE`S reducen su capital de trabajo.

CONTABILIDAD:

(Contreras Villagomes, 2011) **Contabilidad** es una técnica o rama de la Contaduría que se encarga de cuantificar, medir y analizar las operaciones, la realidad económica y financiera de las organizaciones o empresas, con el fin de facilitar la dirección y el control; presentando la información, previamente registrada, de manera sistemática para las distintas partes interesadas. Dentro de la contabilidad se registran las transacciones, cambios internos o cualquier otro suceso que afecte económicamente a una entidad.

La finalidad de la contabilidad es suministrar información en un momento dado de los resultados obtenidos durante un período de tiempo, que resulta de utilidad a sus usuarios, en la toma de decisiones, tanto para el control de la gestión pasada, como para las estimaciones de los resultados futuros, dotando tales decisiones de racionalidad y eficiencia.

Ésta no es ciencia, pero sigue el método para generar y después aplicar cierta teoría y procesos, los cuales son:

- Teoría contable: Conjunto conformado por reglas, normas, principios, técnicas, procedimientos, criterios e instrumentos que son la base de la contaduría.
- Proceso contable: Conjunto de pasos que forman parte del desarrollo para el cumplimiento de las metas que tiene una entidad, los cuales son: sistematización, valuación, procesamiento, evaluación y por último el resultado en información.

El término contabilidad proviene de la unión de los términos con (que significa globalmente), putare (que significa calcular o evaluar), bilis (que puede) y el sufijo dad (cualidad).

CONCEPTOS BASICOS DE COTABILIDAD Y ELEMENTOS DE LOS ESTADOS COTABLES

(Alcaria, 2011) Son cada uno de los bienes, derechos y obligaciones que forman parte del patrimonio de las empresas. El marco conceptual del Comité Internacional de Normas Contables (International Accounting Standards Board, IASB) define cinco elementos básicos que componen la contabilidad: activo, pasivo, capital, gastos (egresos) e ingresos. Todos ellos deben seguir un itinerario lógico para su adecuada contabilización, cuyos pasos son: definición, reconocimiento y medición; los cuales quedan reflejados en los estados financieros.

Masas patrimoniales

El patrimonio de una empresa es el conjunto de bienes, derechos y obligaciones relativos a una empresa que constituyen los medios económicos y financieros a través de los cuales puede cumplir sus objetivos.

El patrimonio está formado por multitud de elementos de carácter muy dispar. Se denomina elemento patrimonial a cada uno de los bienes, derechos y obligaciones que conforman el patrimonio de la empresa.

A efectos de su valoración, el patrimonio está formado por una parte positiva (activo), constituida por los bienes (elementos materiales) y derechos (elementos intangibles), derivados de relaciones jurídicas de la empresa y una parte negativa (pasivo), formada por las obligaciones. La suma algebraica del valor positivo de los bienes y derechos y del valor negativo de las obligaciones daría como resultado el valor del patrimonio neto.

La ecuación fundamental del patrimonio expone que se cumple cuando la suma del valor de los activos -bienes y derechos- es igual a la suma del valor de los pasivos y del patrimonio neto.

$$\text{ACTIVO} = \text{PASIVO} + \text{PATRIMONIO NETO}$$

Activo

El activo es el conjunto de bienes (elementos materiales) y derechos (elementos intangibles) controlados económicamente por la empresa, derivados de relaciones

jurídicas de propiedad, posesión, uso, crédito, etc. Se divide en circulante, fijo y diferido.

- Activo circulante, o corriente, es aquel activo líquido a la fecha de cierre del ejercicio, o convertible en dinero dentro de los doce meses siguientes. Además, se consideran corrientes a aquellos activos aplicados para la cancelación de un pasivo corriente, o que evitan erogaciones durante el ejercicio. Con una mayor precisión terminológica, podríamos decir que el "activo corriente" o "activo circulante" se refiere a aquellos recursos del ente que poseen una alta rotación o movilidad. Los componentes básicos del activo circulante son las existencias, deudores, inversiones financieras a corto plazo y la tesorería.
- Activo fijo, o no corriente, son aquellos bienes que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa (o el año fiscal). Por ejemplo, el edificio donde una fábrica elabora sus productos es un activo fijo porque permanece en la empresa durante todo el proceso de fabricación y venta de los productos. Un mismo bien puede tener distinta naturaleza según la empresa de la que se trate, por ejemplo, un ordenador para un banco es un elemento de su activo fijo porque permanece durante varios ejercicios en la empresa a lo largo del proceso de fabricación; por el contrario un ordenador, para una empresa dedicada a la venta de equipos informáticos, es un producto encuadrado dentro de las mercancías y no dentro de su activo fijo. Sin embargo los ordenadores que usa esta empresa para por ejemplo llevar su sistema contable, si tienen la naturaleza de activos fijos.
- Activo diferido: El saldo de las cuentas del activo diferido está constituido por gastos pagados por anticipado, sobre los cuales se tiene el derecho de recibir un servicio aprovechable, tanto en el mismo ejercicio como en posteriores.

Pasivo y Patrimonio Neto (PN)

El pasivo está formado por las obligaciones hacia terceros, originadas por la asunción de responsabilidades jurídicas de dar, hacer o consentir. Puede dividirse en pasivo corriente y no corriente.

Los fondos propios, también llamados capital o neto patrimonial, por ser la diferencia entre el activo y el pasivo exigible, son por tanto el valor contable neto de la empresa, ya que representa el valor de los bienes y derechos que la empresa no debe a nadie, constituye la agrupación de elementos patrimoniales que representan las aportaciones de los propietarios a la empresa y que constituye el conjunto de las fuentes de financiación propias.

Se puede calcular esta partida como la diferencia entre el activo y el pasivo. Se cumple así la ecuación contable: $\text{Activo total} = \text{Pasivo total} + \text{Patrimonio neto}$; o lo que es lo mismo, $\text{Activo total} - \text{Pasivo total} = \text{Patrimonio neto}$, siendo entonces $\text{Activo total} - \text{Pasivo corriente} - \text{Pasivo no corriente} = \text{Patrimonio neto contable}$. También puede ser calculada por la agrupación o suma directa de los elementos que la componen básicamente capital más reservas más resultados del ejercicio.

Metodología contable

(García Castellvi, 2008) El funcionamiento de la contabilidad es regulado por las normas contables, que debido a diferencias de carácter fiscal, cultural, económicas y políticas, presentan diferencias entre los países, lo que dificulta la comparabilidad de la información publicada por las empresas en distintos países. Estas normas pueden

ser aprobadas de forma legal o pueden estar reguladas por entidades privadas de carácter profesional. Su contenido incluye los principios, reglas y prácticas necesarias para preparar los estados financieros.

Estados financieros – Cuentas anuales

Los denominados estados financieros o cuentas anuales son los informes que muestran de forma sintetizada, los datos fundamentales del proceso contable de un ejercicio, su formulación se realiza una vez al año, después de la terminación del ejercicio económico. Los documentos que los componen deben ser claros y expresar la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la empresa a la que se refieran.

Aunque cada país regula el contenido obligatorio de los estados financieros, suele estar formado por los siguientes elementos:

- El balance (también denominado estado de situación financiera o estado de situación patrimonial). El balance plasma el patrimonio de la empresa en una determinada fecha.
- El estado de resultados (también denominado cuenta de pérdidas y ganancias) expresa de forma ordenada y detallada los beneficios o pérdidas de la empresa durante un ejercicio económico.
- El estado de cambios en el patrimonio neto (estado de evolución del patrimonio neto), suministra información sobre la cuantía del patrimonio neto.
- El estado de flujo de efectivo.

- La memoria (también denominada información complementaria o notas). La memoria amplía y detalla la información contenida en los documentos anteriores.

Los estados financieros suministran informes que pueden utilizar las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Esta información resulta útil para los administradores, gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

CONTROL INTERNO

Según la INTOSAI , el control interno puede ser definido como el plan de organización, y el conjunto de planes, métodos, procedimientos y otras medidas de una institución, tendientes a ofrecer una garantía razonable de que se cumplan los siguientes objetivos principales: Promover operaciones metódicas, económicas, eficientes y eficaces, así como productos y servicios de la calidad esperada; Preservar al patrimonio de pérdidas por despilfarro, abuso, mala gestión, errores, fraudes o irregularidades; Respetar las leyes y reglamentaciones, como también las directivas y estimular al mismo tiempo la adhesión de los integrantes de la organización a las políticas y objetivos de la misma; Obtener datos financieros y de gestión completos y confiables y presentados a través de informes oportunos. Para la alta dirección es primordial lograr los mejores resultados con economía de esfuerzos y recursos, es decir al menor costo posible. Para ello debe controlarse que sus decisiones se cumplan adecuadamente, en el sentido que las acciones ejecutadas se correspondan con aquéllas, dentro de un esquema básico que permita la iniciativa y contemple las circunstancias vigentes en cada momento. Por consiguiente, siguiendo

los lineamientos de INTOSAI, incumbe a la autoridad superior la responsabilidad en cuanto al establecimiento de una estructura de control interno idónea y eficiente, así como su revisión y actualización periódica. Ambas definiciones (COSO e INTOSAI) se complementan y conforman una versión amplia del control interno: la primera enfatizando respecto a su carácter de proceso constituido por una cadena de acciones integradas a la gestión, y la segunda atendiendo fundamentalmente a sus objetivos.

De acuerdo con el Informe (COSO, 1992), el Control Interno es un proceso integrado a los procesos, y no un conjunto de pesados mecanismos burocráticos añadidos a los mismos, efectuado por el consejo de la administración, la dirección y el resto del personal de una entidad, diseñado con el objeto de proporcionar una garantía razonable para el logro de objetivos incluidos en las siguientes categorías: Eficacia y eficiencia de las operaciones; Confiabilidad de la información financiera; Cumplimiento de las leyes, reglamentos y políticas. Completan la definición algunos conceptos fundamentales: 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. Sólo puede aportar un grado de seguridad razonable, no la seguridad total, a la conducción. Está pensado para facilitar la consecución de objetivos en una o más de las categorías señaladas las que, al mismo tiempo, suelen tener puntos en común. 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.

Por otro lado, según (Cepeda, 1996) el Sistema Nacional de Control es el conjunto de órganos de control, normas, métodos y procedimientos, estructurados e integrados funcionalmente, destinados a conducir y desarrollar el ejercicio del control gubernamental en forma descentralizada. Su actuación comprende todas las actividades y acciones en los campos administrativos, presupuestal, operativo y financiero de las entidades y alcanza al personal que presta servicios en ellas, independientemente del régimen que las regula. El Sistema está conformado por los siguientes órganos: La Contraloría General de la República, como ente técnico rector; Todas las unidades orgánicas responsables de la función de control gubernamental; Las sociedades de auditoría externa independientes, cuando son designadas por la Contraloría General y contratadas, durante un período determinado, para realizar servicios de auditoría en las entidades: económica, financiera, de sistemas informáticos, de medio ambiente y otros.

Interpretando a (Osorio, 2010) el control efectivo, es un proceso integral efectuado por el titular, funcionarios y servidores de una entidad, diseñado para enfrentar a los riesgos y para dar seguridad razonable de que, en la consecución de la misión de la entidad, se alcanzarán los siguientes objetivos gerenciales: Promover la eficiencia, eficacia, transparencia y economía en las operaciones de la entidad, así como la calidad de los servicios públicos que presta; Cuidar y resguardar los recursos y bienes del Estado contra cualquier forma de pérdida, deterioro, uso indebido y actos ilegales, así como, en general, contra todo hecho irregular o situación perjudicial que

podiera afectarlos; Cumplir la normatividad aplicable a la entidad y a sus operaciones; Garantizar la confiabilidad y oportunidad de la información; Fomentar e impulsar la práctica de valores institucionales; Promover el cumplimiento de los funcionarios o servidores públicos de rendir cuentas por los fondos y bienes públicos a su cargo o por una misión u objetivo encargado y aceptado.

Según (Aldave & Meniz, 2007), coincidente con la (República, 2004), explican que el control interno es el sistema integrado por la estructura organizacional y el conjunto de los planes, métodos, principios, normas, procedimientos y mecanismos de verificación y evaluación adoptados, con el fin de procurar que todas las actividades, operaciones y actuaciones, así como la administración de la información y los recursos, se realicen de acuerdo con las normas constitucionales y legales vigentes, dentro de las políticas trazadas por la dirección y en atención a las metas u objetivos previstos. El ejercicio del Control Interno debe consultar los principios de igualdad, eficiencia, economía, celeridad, moralidad, publicidad y valoración de costos ambientales. En consecuencia, deberá concebirse y organizarse de tal manera que su ejercicio sea intrínseco al desarrollo de las funciones de todos los cargos existentes en la entidad, y en particular de las asignadas a aquellos que tengan responsabilidad del mando. El Control Interno se expresará a través de las políticas aprobadas por los niveles de dirección y administración de las respectivas entidades y se cumplirá en toda la escala de la estructura administrativa, mediante la elaboración y aplicación de técnicas de dirección, verificación y evaluación de regulaciones administrativas, de manuales de funciones y procedimientos, de sistemas de información y de programas de selección, inducción y capacitación de personal. Toda entidad bajo la responsabilidad de sus directivos, debe por lo menos

implementar los siguientes aspectos que deben orientar la aplicación del Control interno: Establecimiento de objetivos y metas tanto generales como específicas, así como la formulación de planes operativos que sean necesarios; Definición de políticas como guías de acción y procedimientos para la ejecución de los procesos; Adopción de un sistema de organización adecuado para ejecutar los planes; Delimitación precisa de la autoridad y los niveles de responsabilidad; Adopción de normas para la protección y utilización racional de los recursos; Dirección y administración del personal conforme a un sistema de méritos y sanciones; Aplicación de las recomendaciones resultantes de las evaluaciones de Control Interno; Establecimiento de mecanismos que faciliten el control ciudadano a la gestión de las entidades; Establecimiento de sistemas modernos de información que faciliten la gestión y el control; Organización de métodos confiables para la evaluación de la gestión; Establecimiento de programas de inducción, capacitación y actualización de directivos y demás personal de la entidad; Simplificación y actualización de normas y procedimientos.

Según la (CGR, 2006), el control gubernamental consiste en la supervisión, vigilancia y verificación de los actos y resultados de la gestión pública, en atención al grado de eficiencia, eficacia, transparencia y economía en el uso y destino de los recursos y bienes del Estado, así como del cumplimiento de las normas legales y de los lineamientos de política y planes de acción, evaluando los sistemas de administración, gerencia y control, con fines de su mejoramiento a través de la adopción de acciones preventivas y correctivas pertinentes. El control gubernamental es interno y externo y su desarrollo constituye un proceso integral y permanente.

Interpretando a la (CGR, 2006) ,el control interno comprende las acciones de cautela previa, simultánea y de verificación posterior que realiza la entidad sujeta a control, con la finalidad que la gestión de sus recursos, bienes y operaciones se efectúe correcta y eficientemente. Su ejercicio es previo, simultáneo y posterior. El control interno previo y simultáneo compete exclusivamente a las autoridades, funcionarios y servidores públicos de las entidades como responsabilidad propia de las funciones que le son inherentes, sobre la base de las normas que rigen las actividades de la organización y los procedimientos establecidos en sus planes, reglamentos, manuales y disposiciones institucionales, los que contienen las políticas y métodos de autorización, registro, verificación, evaluación, seguridad y protección. El control posterior es ejercido por los responsables superiores del servidor o funcionario ejecutor, en función del cumplimiento de las disposiciones establecidas, así como por el órgano de control institucional según sus planes y programas anuales, evaluando y verificando los aspectos administrativos del uso de los recursos y bienes del Estado, así como la gestión y ejecución llevadas a cabo, en relación con las metas trazadas y resultados obtenidos. Es responsabilidad del Titular de la entidad fomentar y supervisar el funcionamiento y confiabilidad del control interno para la evaluación de la gestión y el efectivo ejercicio de la rendición de cuentas, propendiendo a que éste contribuya con el logro de la misión y objetivos de la entidad a su cargo. El Titular de la entidad está obligado a definir las políticas institucionales en los planes y/o programas anuales que se formulen, los que serán objeto de las verificaciones.

Analizando a (CGR, 2006), se entiende por control externo el conjunto de políticas, normas, métodos y procedimientos técnicos, que compete aplicar a la Contraloría

General u otro órgano del Sistema por encargo o designación de ésta, con el objeto de supervisar, vigilar y verificar la gestión, la captación y el uso de los recursos y bienes del Estado.

Se realiza fundamentalmente mediante acciones de control con carácter selectivo y posterior. En concordancia con sus roles de supervisión y vigilancia, el control externo podrá ser preventivo o simultáneo, cuando se determine taxativamente por la Ley del Sistema Nacional de Control o por normativa expresa, sin que en ningún caso conlleve injerencia en los procesos de dirección y gerencia a cargo de la administración de la entidad, o interferencia en el control posterior que corresponda. Para su ejercicio, se aplicarán sistemas de control de legalidad, de gestión, financiero, de resultados, de evaluación de control interno u otros que sean útiles en función a las características de la entidad y la materia de control, pudiendo realizarse en forma individual o combinada. Asimismo, podrá llevarse a cabo inspecciones y verificaciones, así como las diligencias, estudios e investigaciones necesarias para fines de control.

DISEÑO DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO PARA EL ÁREA COMERCIAL

Control Interno para el Área Comercial

El departamento de ventas juega un papel importante en la instalación de un sistema de contabilidad. El control interno de las ventas comprende procedimientos y métodos con el fin de lograr políticas adecuadas para la empresa, y de esta manera

salvaguardar los recursos invertidos y obtenidos en el área central y razón de ser la compañía.

El flujo de documentos y su cumplimiento de acuerdo a la normativa legal es muy importante, cuando se realiza una venta, se debe emitir una factura, esto va muy de la mano con la reglamentación impuesta por la SUNAT.

El departamento de ventas arroja las funciones dirigidas al diseño de la estrategia Comercial, participa junto con la gerencia en el diseño de la política de precios, así mismo debe contemplar el aspecto de control de gestión operativa y contable.

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

- Facturas
- Notas de crédito
- Nota de despacho o guías de remisión
- Recibo de ingreso a caja.
- Órdenes de Despacho
- Requisiciones de material promocional

Cada uno de estos documentos debe tener copias suficientes para ser distribuidas en los diferentes departamentos, para el área de bodega y en el caso de ser necesario para el departamento de cobranzas. Esto bajo la circunstancia que la compañía no

cuenta con un sistema que le permita verificar la información de la factura y que esta se genere como una cuenta por cobrar.

Cadbury cuenta con políticas y procedimientos establecidos para el área comercial en

su departamento de ventas, el problema se suscita por el desconocimiento de estas

políticas y procedimientos por parte de la Fuerza de Ventas, y esto conlleva un

incumplimiento. Adicional es importante mencionar que a nivel de Supervisores de

Ventas, su cargo como tal, requiere un conocimiento de la normativa que debe cumplir, sin embargo, no existe una concientización de la importancia de cumplir con lo establecido por la compañía.

El departamento de ventas, al igual que el resto de áreas de la compañía, se rige al marco conceptual sobre Control Interno mencionado, y a cada uno de sus componentes.

Un punto importante es la elaboración de presupuestos y control del área comercial de la empresa deben estar sujetos a las políticas empresariales propuestas en el plan de gestión, tanto a nivel de metas en ventas como en asignación de recursos para la ejecución establecida para el departamento de ventas.

El presupuesto de objetivos de ventas debe ser racional, de acuerdo a los históricos de ventas y a los estudios de consumo de confites que existe en el país. Se debe recordar que uno de los puntos críticos dentro de un Sistema de Control Interno, es

el establecimiento de objetivos irracionales, que pueden obligar al personal a cometer

actos ilícitos para cumplir con las presiones impuestas ya sea por la administración o por los accionistas de la empresa.

El presupuesto de gastos de funcionamiento se refiere a la asignación de recursos para que el área comercial pueda alcanzar sus objetivos, es decir, esto se resume en estrategias agresivas de exhibición y publicidad, innovación de productos, introducción al mercado de los productos distribuidos, establecimiento de incentivos por cumplimiento de metas, promociones, etc.

Ambos presupuestos no están relacionados en términos generales, las variaciones en las ventas no se transmiten en igual medida, a los gastos de funcionamiento, es decir,

un incremento de en el volumen de ventas no implica, necesariamente, que se produzca un incremento similar en los gastos de funcionamiento.

Es por ello que resulta necesaria la elaboración y control por separado de ambos presupuestos

“Para todo modelo de control se crea una ecuación para medir las posibles desviaciones como la diferencia entre los objetivos y la realidad.”

El comportamiento real del área comercial se expresa, mediante la cantidad real de producto vendido y el margen unitario de rentabilidad real sobre las ventas.

De este análisis salen dos tipos de desviaciones, unas por la cantidad presupuestada y otras por los márgenes de utilidad obtenidos. Esta desviación económica no es ilustrativa de la gestión comercial, pues los márgenes de ventas tienen la variable del costo de venta, que esta fuera de la influencia de la gestión comercial.

Importancia del Área Comercial dentro de la Compañía

El área comercial juega un papel primordial en una empresa, ya que es la encargada de poner a disposición los productos que distribuye. Es por ello que es necesario implementar un control eficiente dentro de su estructura. Es un área prioritaria dentro de la entidad, ya que genera y hace posible llevar a cabo la razón de ser de la entidad, tomando en cuenta que Cadbury se dedica a la importación y distribución de confites.

Los resultados obtenidos por la empresa se deben en gran parte por la gestión del área comercial y el departamento de ventas. Este departamento es el que se encarga de la distribución y venta de los productos y dar seguimiento día a día de las diferentes rutas de vendedores para garantizar la cobertura total y abastecimiento a los locales comerciales y al portafolio de clientes que posee la empresa, y se trabaja en conjunto con mercadeo para lanzamiento de productos, promociones y ofertas.

El área comercial se reconoce como un foco de ingresos para la empresa, cuya misión es obtener los ingresos por ventas que han sido previamente presupuestados a través de la distribución y venta de productos, en cantidades físicas de ventas y precios unitarios, todo ello para cada uno de los productos y por cada uno de los canales de ventas que posee una entidad.

El área de ventas no solo es importante por su labor de ventas sino también por su gestión para mejorar las estrategias comerciales, mediante la obtención de información en el Punto de venta.

En ocasiones los beneficios alcanzados con la Gestión del Punto de Venta desde un punto de vista únicamente comercial, se implementan sin visualizar el potencial que se desprende de un buen análisis logístico.

“La Gestión del Punto de Venta tiene primordialmente unos objetivos de carácter comercial, es decir, de creación y mantenimiento de las ventas. No obstante, tener presencia continuada en los establecimientos comerciales permite el lujo de disponer de una inmejorable información para prever las ventas y optimizar la cadena de suministro.”

La información obtenida acerca de los gustos y preferencias de los consumidores, estrategias y acciones de la competencia, etc., permite disponer de datos detallados para la planificación y el dimensionamiento de las necesidades logísticas de la empresa para cada momento y para cada sector. También permite conocer las necesidades del cliente pudiendo dividir las ventas hasta por establecimiento, y todo ello en tiempo real para disponer de la mayor capacidad de reacción.

Evaluación del Control Interno

La evaluación del control interno para el área comercial, se realizará en base a las políticas y procedimientos ya establecidos, para determinar y verificar su

cumplimiento, así como el acatamiento de la legislación tributaria, a la que está sensiblemente atado el área.

Al igual que para las áreas de administración y Financiera, se llevarán a cabo cuestionarios de control interno.

También se tomarán en cuenta los siete principios fundamentales de Buenos Controles hacen buenos Negocios, como pilar para mejorar el Sistema de Control Interno:

- Guardar un clima de confidencialidad y seguridad
- Utilizar los Fondos de la empresa en forma prudente
- Segregación de Funciones
- Mantener una buena contabilidad y documentación adecuada
- Evitar conflictos de interés
- Garantizar niveles de autorización y aprobación adecuados
- Ejecutar un proceso efectivo de supervisión

Adicional se verificarán las políticas establecidas en el área, entre las cuales, en resumen, tenemos las siguientes como más importantes:

Naturaleza y Funciones

La naturaleza del departamento de ventas es esencialmente comercial, cuyas funciones están direccionadas a cumplir con las necesidades de los consumidores y a

través de esto, generar la rentabilidad requerida por la compañía y por sus propietarios.

El área comercial es el encargado de persuadir a un mercado de la existencia de un producto, valiéndose de su fuerza de ventas y aplicando las técnicas y políticas de ventas de acuerdo con las metas establecidas.

El área comercial de la empresa es el responsable de conocer las necesidades del mercado y de satisfacer a los consumidores ofreciéndoles un producto que responda en calidad, presentación, precio y distribución a dichas necesidades. En forma previa a la fabricación o importación de un producto, el departamento comercial debe decidir sus características, como presentación, precio de venta (si este es competitivo

o no), preferencias entre los clientes, mercado al que estará dirigido, etc.

Tomando en cuenta que nos encontramos en una sociedad de consumo, especialmente posterior al proceso de dolarización que incrementó el poder adquisitivo de la población, el marketing se convierte en una necesidad para todas las empresas que quieran mantener un liderazgo dentro de su sector.

Funciones básica que debe cumplir. Las principales funciones que cumple el área comercial de la empresa son las siguientes:

Desarrollo del producto:

Se refiere a perfeccionar los productos ya existentes, a través de innovar en sabores o presentaciones que sean atractivas al consumidor, así como introducir nuevos productos. Dentro de esta función también está el sacar del mercado, productos que ya llegaron a su cima y que han iniciado su etapa de declive, es un trabajo conjunto entre los gerentes de ventas, el departamento de Marketing y el área de Trade Marketing. Para esto es importante observar el desarrollo de los productos de la competencia, su presentación y diferentes características distintivas, y como ha respondido el consumidor a estos productos.

Distribución física del producto:

El departamento de ventas en conjunto con el departamento de Logística, tiene la responsabilidad de realizar la gestión pertinente para que el producto llegue al punto de venta, a través de la obtención de pedidos en el cliente, donde se realiza un acto de persuasión para su consumo, así como un proceso de exhibición para que el consumidor final se sienta motivado a comprar.

Estrategias de promocionales y de ventas: Estas estrategias son prácticas, su objetivo es el de generar un mayor nivel de ventas, ya que regulan las relaciones con los agentes distribuidores, minoristas y clientes. Dentro de estas estrategias están promociones en precios, exhibición agresiva en el punto de venta, monopolización del punto caliente en los centros comerciales con el producto de la compañía, mercadería gratuita, Sampling.

Ejecución del presupuesto de objetivos de venta: La Fuerza de ventas debe cumplir con las cuotas establecidas por la Gerencia de ventas y Gerencia general, de

acuerdo al presupuesto de ingresos, detallado en el plan operativo. Esto es una medida de desempeño para la Fuerza de Ventas.

Costos y Presupuestos de Ventas: Se realiza con el fin de controlar los gastos, los gerentes de ventas de cada canal, con ayuda del área de planificación financiera, deben calcular el volumen probable de las ventas y determinar cuáles serán los costos en los que van a incurrir para todo el año, esto a nivel de gastos indirectos como sueldos, viajes, suministros, incentivos, comisiones, etc., más no en lo referente al

costo por temas promocionales.

Verificación periódica de estudios de mercado: Esta no es una tarea directa del departamento de ventas sino más bien del departamento de Mercadeo, se lo debe hacer con una periodicidad de 6 meses de acuerdo a los lineamientos de los procedimientos establecidos para este departamento. Esto le permite a la empresa obtener conocimiento de los mercados, las preferencias del consumidor, sus hábitos de compra y su aceptación del producto, y es fundamental para una buena administración de ventas, debido a que se debe recoger, registrar y analizar los datos relativos al carácter, cantidad y tendencia de la demanda, así como datos que deben incluir el análisis y la investigación de ventas, estudios estadísticos de las ventas, territorio, distribuidores y temporadas.

Planificación de Ventas:

El Gerente de ventas debe fijar los objetivos en cuanto a las actividades comerciales necesarias para lograr las metas en los presupuestos establecidos. La planeación de ventas debe coordinar las actividades de la Fuerza de Ventas entre supervisores

ejecutivos y vendedores, impulsadoras, así como la distribución física; disponibilidad de los inventarios, los presupuestos y el control de los agentes de ventas.

Manejo de buenas relaciones con los distribuidores y minoristas:

Es importante mantener buenas relaciones con agentes, ya que son los medios para llegar al consumidor final, para esto se requiere proporcionarles incentivos por montos de compra, descuentos como clientes preferenciales, capacitarles e informarles sobre los

nuevos productos y promociones, y otorgarles facilidades de distribución, siempre midiendo el costo – beneficio de mantenerlos como distribuidores versus el uso de una fuerza de venta directa, que incluye costos por transporte y distribución.

Administración del departamento de ventas:

Esta es una función del Gerente de Ventas en conjunto con el Gerente General, estos se deben encargados de establecer la organización, determinar los procedimientos, dirigir el personal de ventas, coordinar el trabajo de los miembros del departamento, llevar el registro de las ventas y asignar tareas y sectores para su atención tanto a los supervisores como a los ejecutivos de ventas de los canales que posee este área.

Objetivos del Control Interno para el Área Comercial

Para el adecuado funcionamiento de un sistema, actividad o procedimiento, es importante determinar los objetivos que se quieren alcanzar.

Por ello, la aplicación del Sistema de Control Interno en el área comercial de la empresa tiene los siguientes objetivos:

- Velar por el cumplimiento de las políticas establecidas por la gerencia en todos los niveles del departamento de ventas desde las gerencias de canal, dando un ejemplo a los supervisores, ejecutivos, fuerza de venta e impulsadoras
- Salvaguardar todos los recursos asignados al área comercial, para cumplir con las actividades a esta asignada, a través de puntos de control como asignación de custodias, vigilancia del cumplimiento de políticas y seguimiento del buen uso de los recursos.
- Certificar que las políticas sean conocidas por el personal de la Fuerza de ventas para su correcta ejecución.
- Comprobar que los recursos de la compañía sean utilizados eficientemente y para la consecución de los objetivos de la entidad.
- Crear una cultura de control en los colaboradores del área comercial para que vivan las políticas, los valores y los imperativos de la entidad, de tal forma que protejan los bienes como suyos propios.

Medición del riesgo

Tomando en cuenta que el control es un proceso cíclico y repetitivo, este debe estar compuesto de cuatro elementos que se suceden:

1. Establecimiento de estándares: Establece los criterios de evaluación o comparación, dados por la normativa. Dentro de estos pueden existir estándares de

cantidad, para volumen de producción, cantidad de existencias, horas trabajadas; estándares de calidad, estándares de tiempo y estándares de costos.

2. Evaluación del desempeño, acerca de las actividades establecidas en la entidad.
3. Comparación del desempeño, donde se compara el desempeño con el estándar establecido para verificar si hay desviaciones o variaciones importantes
4. Acción correctiva, para corregir el desempeño para adecuarlo al estándar esperado

Para realizar la medición del riesgo de control del área comercial, se deben analizar algunas variables, tanto externas como internas, que influyen en un adecuado control sobre las actividades del área comercial. Entre los puntos críticos que pueden generarse como variables internas tenemos:

- Falta de supervisión en la salvaguardia de los recursos que la empresa otorga al área para el desarrollo de sus operaciones, tanto en presupuesto como materiales y equipos.
- Establecimiento de metas inalcanzables en cuanto a la cuota que deben cumplir el personal de la Fuerza de ventas para ver realizados sus objetivos.
- Desconocimientos de las políticas, procedimientos, niveles de autorización y restricciones que tienen los empleados de la Fuerza de ventas
- Inobservancia de las políticas establecidas por la administración por parte del personal que colabora en el área de ventas.

- Inobservancia de lo establecido en la legislación tributaria, lo que generaría una contingencia fiscal para la empresa.
- Falta de supervisión sobre la mercadería que devuelven los clientes para verificar que esta fue despachada por Cadbury y que antigüedad tiene la misma.
- Mal uso del efectivo recolectado por la Fuerza de ventas, ya que este debe llegar a Créditos y Cobranzas, tal como fue entregado por el cliente.
- Acuerdos no legales ni autorizados por la compañía, realizados por el personal de ventas con clientes para mejorar el desempeño de sus objetivos

Entre las variables externas están:

- Incumplimiento de los contratos de confidencialidad por parte de los proveedores que otorgan los materiales promocionales y de exhibición. Esto genera un alto riesgo que los diseños sean copiados por la competencia.
- Incumplimiento de los contratos de exclusividad de ciertos clientes, a los que la compañía ha entregado inversión para que generen sus operaciones, así como el uso de su Fuerza de Ventas.
- Declaración de quiebra de clientes importantes, así como cierre de sus operaciones por falta de cumplimiento con las entidades legales, lo que generaría grandes problemas de rentabilidad para la entidad.
- Disminución del poder adquisitivo de la población, que genere que el personal de la Fuerza de ventas, se vea forzado a incurrir a tácticas dolosas con el fin de cumplir sus metas.

Evaluación de los procesos que se desarrollan en el departamento de Ventas

Al igual que en lo explicado anteriormente para realizar evaluación de control interno de los procesos se aplicarán:

- Los cuestionarios de Control
- Descripciones narrativas
- Flujo gramas
- La matriz de riesgos, utilizando los mismos parámetros y la misma tabla
 - a) Probabilidad de ocurrencia del Riesgo
 - b) Impacto ante la ocurrencia del Riesgo.

Narrativa del proceso de revisión de los reportes de gastos de la Fuerza de Ventas

El Proceso inicia cuando el personal de ventas (Gerentes, Supervisores y vendedores) ha realizado sus consumos por viáticos y hasta la tercera semana del mes deben presentar sus reportes de gastos, los reportes que sean entregados posterior a la tercera semana no se recibirán y no serán reembolsados, debido a que se convierten en gastos de periodos diferentes y se lo ejecuta de esta manera para evitar riesgos fiscales. El asistente de Trade Marketing, revisa todos los reportes de gastos y verifica que los soportes estén de acuerdo a lo que determina la legislación tributaria y que ninguno de los documentos contenga consumos que la política administrativa de viajes no permita, como el consumo de bebidas alcohólicas, adicional se verifican que los cupos utilizados para combustible no sobrepasen lo estipulado en la política de movilización y que los pasajes respeten los rangos

salariales. Así también verifica y corrige la asignación contable de cada gasto de acuerdo a su naturaleza.

Si los respaldos de los reportes de gastos se encuentran correctos, el reporte pasa a la aprobación de las gerencias de ventas, a través de la herramienta Dinero, que es un programa que hace interfase con SAP y que permite controlar los viajes de los colegas.

En Dinero las gerencias proceden a aprobar los reportes de gastos que han sido cargados, verificando que los valores gastados sean razonables y que justifiquen las actividades que ellos conocen realizan cada una de las personas de la Fuerza de ventas.

Si los valores son razonables, el Gerente General o los gerentes de ventas, aprueban los reportes, caso contrario los rechazan a través del sistema y explican las razones del porqué el rechazo. Cuando el reporte ha sido rechazado, el colaborador de ventas puede acercarse a su aprobador y explicar por qué el gasto, en caso que este sea justificado el rubro será aprobado.

Una vez aprobado el gasto el shared service corre una transacción, la cual contabiliza automáticamente todos los gastos contra las cuentas por pagar a los colegas.

Cuando las cuentas por pagar están reconocidas, el shared service en conjunto con Cuentas por pagar gestionan el pago para los colegas, ya sea por transferencia bancaria o por cheque, tal como se observó en el proceso de Cuentas por pagar.

2.3. Marco Conceptual.

Definición de Control Interno.

El Instituto Mexicano de Contadores Públicos, define al control interno de la siguiente manera:

Comprende el plan de organización y todos los métodos y procedimientos que en forma coordinada se adopten en un negocio para salvaguardar sus activos, verificar la confiabilidad de su información financiera, promover eficiencia y provocar adherencia a las políticas prescritas por la administración.

Para (Stempf), el control interno es:

La distribución apropiada de funciones del personal, de tal manera que el trabajo de cada empleado pueda coordinarse y comprobarse independientemente del trabajo de otros empleados .por su parte lo define así:

Se refiere a los métodos y prácticas, por medio de los cuales se coordinan y operan registros y los procedimientos que afectan su uso, de manera que la administración obtiene información, protección y control.

Para el objetivo de esta obra, el control interno es:

Es un elemento del control que se basa en procedimientos y métodos, adoptados por una organización de manera coordina a fin de proteger sus recursos contra pérdida, fraude o ineficiencia; promover la exactitud y confiabilidad de informes contables y administrativos; apoyar y medir la eficacia y eficiencia de ésta, y medir la eficiencia de operación en todas las áreas funcionales de la organización.

Si se analiza con detalle el amplio alcance de las anteriores definiciones, podrá comprenderse la verdadera naturaleza del control interno y propiedades distintas.

Para algunos autores, el sistema de control interno se reduce a las medidas necesarias que hay que tomar para prevenir fraudes. Otros enfocan su atención en la distribución de funciones del personal, a fin de lograr la coordinación y comprobación de los trabajos efectuados.

CONTROL INTERNO DE INVENTARIO.- Es uno de los aspectos de la administración donde, la micro y la pequeña empresa son muy pocas veces atendido, sin tenerse registros fehacientes, un responsable, políticas o sistemas que ayuden a esta fácil pero tediosa tarea. Es de vital importancia, dado que su descontrol se presta a mermas y desperdicios, pudiendo causar fuerte impacto sobre las utilidades. (Rodriguez Perez, 2014)

III. METODOLOGIA.

3.1Diseño de la Investigación.

El diseño que se ha aplicado es el no experimental. Mediante este método todo lo que se indica en este trabajo no requiere demostración.

El diseño no experimental se define como la investigación que se realizará sin manipular deliberadamente la información sobre la implementación e importancia del control interno en el área de ventas de la Mype Distribuidora Comercial Santa Rita Jesús María. En este diseño se observan la información que nos brinda el control interno para una mejora en las ventas de las MYPES, para luego tomar las mejores decisiones en beneficio de las MYPES.

3.2. Población y Muestra

De acuerdo al método de investigación bibliográfica y documental no es aplicable alguna población ni muestra.

3.3. Definición y Operacionalización de Variables.

No corresponde al proyecto por haberse desarrollado sin hipótesis.

3.4 Técnicas e Instrumentos

3.4.1. Técnicas

Se aplicaron las siguientes técnicas:

- 1) **Análisis documental.**- Esta técnica permitió conocer, comprender, analizar e interpretar cada una de las normas, revistas, textos, libros, artículos de Internet y otras fuentes documentales relacionadas con información de la implementación e importancia del control interno en el área de ventas de la Mype Distribuidora Comercial Santa Rita Jesús María 2015.
- 2) **Indagación.**- Esta técnica facilitó los datos cualitativos y cuantitativos de cierto nivel de razonabilidad relacionadas con información e importancia del control interno en el área de ventas de la Mype Distribuidora Comercial Santa Rita Jesús María 2015.
- 3) **Conciliación de datos.**- Los datos de algunos autores serán conciliados con otras fuentes, para que sean tomados en cuenta en tanto estén relacionadas con información sobre la implementación e importancia del control interno en el área de ventas de la Mype Distribuidora Comercial Santa Rita Jesús María 2015.

- 4) **Tabulación de cuadros con cantidades y porcentajes.-** La información cuantitativa ha sido ordenada en cuadros que indiquen conceptos, cantidades, porcentajes y otros detalles de utilidad para la investigación relacionada la implementación e importancia del control interno en el área de ventas de la Mype Distribuidora Comercial Santa Rita Jesús María 2015.
- 5) **Comprensión de gráficos.-** Se utilizó los gráficos para presentar información y para comprender la evolución de la información entre periodos, entre elementos y otros aspectos relacionados con información sobre la implementación e importancia del control interno en el área de ventas de la Mype Distribuidora Comercial Santa Rita Jesús María 2015.

3.42. Instrumentos.

Los instrumentos que se utilizaron en la investigación fueron las fichas bibliográficas y Guías de análisis documental.

- 1) **Fichas bibliográficas.-** Se han utilizado para tomar anotaciones de los libros, textos, revistas, normas y artículos de internet y de todas las fuentes de información relacionadas con la información relacionado con la implementación e importancia del control en el área de ventas de la Mype Distribuidora Comercial Santa Rita Jesús María 2015 .
- 2) **Guías de análisis documental.-** Se utilizó como hoja de ruta para disponer de la información relacionada con la información con la implementación e importancia del control interno en el área de ventas de la Mype Distribuidora Comercial Santa Rita Jesús María 2015.

3.5. Plan de Análisis

De acuerdo a la naturaleza de la investigación de los resultados se hará teniendo en cuenta la comparación a los comentarios, y estudios realizados en las informaciones recolectadas

3.6. Matriz de Consistencia.

Título: “IMPORTANCIA DE UN EFICAZ Y EFECTIVO CONTROL INTERNO EN EL AREA DE VENTAS DE LA MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA JESUS MARIA 2015

Problema	Objetivos	Operacionalizacion		Metodología
		variables	Indicadores	
¿Cuál sería la importancia de un eficaz y efectivo control interno en el área de ventas de la MYPE distribuidora comercial Santa Rita?	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la incidencia de un efectivo y eficaz control interno en el área de ventas de una MYPE distribuidora comercial Santa Rita rubro comercial.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Determinar la importancia de contar con la implementación de un adecuado control interno efectivo y eficaz de una MYPE distribuidora comercial Santa Rita rubro comercial.</p> <p>Determinar los problemas que se obtiene al no tener información oportuna y veraz para la toma de decisiones.</p> <p>Determinar la necesidad de capacitación del personal para la implementación de un sistema de control interno.</p>	<p>X Control interno</p> <p>Y Ventas</p> <p>Z MYPE</p>	<p>Ley Mype</p> <p>Normas de control interno</p> <p>Nagas</p> <p>Nic</p> <p>NIIF</p> <p>ROF Ventas</p>	<p>Tipo de Investigación El tipo de investigación será cualitativo-descriptivo</p> <p>Diseño de la Investigación El diseño que se ha aplicado es el no experimental. Mediante este método todo lo que se indica en este trabajo no requiere demostración.</p> <p>Población y Muestra De acuerdo al método de investigación bibliográfica y documental no es aplicable alguna población ni muestra.</p> <p>Definición y Operacionalización de Variables</p> <p>No corresponde al proyecto por haberse desarrollado sin hipótesis</p>

3.7. Principios Éticos

Se tuvieron en cuenta para la elaboración de este proyecto los principios éticos básicos.

IV.RESULTADOS

4.1. Presentación de Resultados

En el presente cuadro se va detallar con respecto al

Objetivo específico N° 1: Determinar la importancia de contar con la implementación de un adecuado control interno efectivo y eficaz de una MYPE distribuidora comercial Santa Rita rubro comercial.

Revisando la literatura pertinente, no se ha encontrado antecedentes internacionales, y nacionales que demuestren aspectos fundamentales de contar con la implementación de un adecuado control interno efectivo y eficaz de una MYPE, se ha encontrado información de autores que describen por separados las variables de estudio

Cuadro N° 01: Respecto al Objetivo específico N° 1

	<p>En su tesis argumenta de la problemática planteada en la unidad de análisis, es determinar cuáles son las causas que hacen necesario que la Empresa Comercial de Repuestos Electrónicos, ubicada en la ciudad de Guatemala, diseñe un sistema de control interno administrativo y contable. El control interno es una necesidad administrativa de todo ente económico, empezando por nosotros mismos, los seres humanos; pues es el mayor drama humano, sin solución en sistema</p>
--	--

<p>(WALTER ORLANDO ROJAS DÍAZ, 2007)</p>	<p>económico alguno, es que somos esclavos de necesidades, siempre insatisfechas e infinitas, mientras que la naturaleza es avara y con sus cada día más limitados recursos; este desequilibrio, sin solución, nos impone que todo ente productivo y consumidor para ser eficiente utilice instrumentos de control sobre sus escasos recursos y sobre la creatividad que esta escasez origina.</p> <p>Además, si consideramos que en toda empresa, existe la posibilidad de contar con empleados deshonestos, descuidados o ineficientes, que hacen que la custodia de los activos sea deficiente, que la ejecución del cumplimiento de funciones no se efectúe apropiadamente y, que no se genere información confiable sobre la cual se puedan fundamentar decisiones operativas y financieras importantes en forma satisfactoria, por lo que deviene imprescindible el control interno. Al afirmarse que las empresas comerciales de repuestos electrónicos, que ostentan un adecuado sistema de control interno administrativo y contable, poseen información financiera periódica, completa y oportuna para la toma de decisiones, salvaguarda de activos, eficiencia y eficacia operativa; es el fundamento para dar cumplimiento al objetivo general de la presente investigación, en la cual se plantea, el diseño de un sistema de control interno, a</p>
--	--

	<p>través de manuales administrativo y contable, que mediante la formulación y análisis de procedimientos, se identifique y minimice las debilidades de control interno, y se presenten oportunamente los estados financieros para la toma de decisiones, con el fin de ayudar a la unidad de análisis a desarrollarse como un ente económico capaz de generar mayor utilidad al optimizar sus recursos.</p> <p>Presento el trabajo de investigación es un aporte a todas aquellas empresas que no cuentan con un adecuado sistema de control interno. El cual es importante, en virtud de que las empresas día a día presentan mayor desarrollo y sólo mediante la obtención de su máxima eficiencia operativa podrá mantenerse firmes y sólidas dentro de un mercado de competencia.</p>
<p>(Alvarado Veletanga & Tuquiñahui Paute,</p>	<p>Tesis: Propuesta de Implementación de un Sistema de Control basado en el modelo COSO, aplicado a la empresa Electro Instalaciones en la ciudad de Cuenca. Tiene por objetivo comprar y vender productos de buena calidad y bajos costos que satisfagan las necesidades del consumidor, para lograr abarcar el mercado nacional maximizando utilidades y minimizando costos, ofreciendo los mejores precios del mercado con productos de calidad</p>

2012)	<p>llegando a todo el país y sobre todo contando con un servicio técnico a la altura de las exigencias del mercado; para esto el sistema COSO ayudara a la confiabilidad de la información financiera, efectividad y eficiencia de las operaciones a través de sus mecanismos de control.</p>
<p>(Valencia Vlchez, 2013)</p>	<p>“Auditoria al Área de Ventas de una Empresa de Transportes Interprovincial Lima – Cuzco Perú 2013” UNMSM.</p> <p>Tesis para optar el grado de magister en contabilidad.</p> <p>Conclusiones</p> <p>El Control Interno es importante porque permite evaluar el grado de efectividad, eficiencia y economía por la cual la gestión de la empresa ha logrado alcanzar sus objetivos y metas programadas.</p> <p>-Se permite minimizar riesgos y errores o irregularidades en forma oportuna.</p> <p>Recomendaciones:</p> <p>-Implementar un sistema de control de interno, para obtener información financiera y de gestión de la empresa en forma correcta y confiable.</p> <p>Los exámenes especiales deberán estar orientados a la</p>

	<p>contribución de mejoras en la gestión administrativa y financiera.</p>
<p>(Arteaga Vargas, 2014)</p>	<p>“Sistema de Control Interno Para el Proceso de Comercialización de la empresa de la ciudad de lima 2014 “UNMS</p> <p>Tesis para optar el grado académico de Doctor en Ciencias Contables Empresariales.</p> <p>Problema:</p> <p>¿En qué medida la implementación de control interno en el área de comercialización de la empresa permite un eficiente desarrollo de la misma?</p> <p>El manejo administrativo de la empresa debe estar estructurado de acuerdo a un planeamiento estratégico donde se haya definido la visión, misión del negocio, haciendo participe de ello al nivel operativo. Esto implica diseñar y llevar a cabo todo un conjunto de metas y estrategias orientado al objetivo que se persigue. Las compras y ventas de la empresa presentan un deficiente sistema de control interno, influenciado por una administración que no tiene políticas definidas.</p>

	<p>Recomendaciones:</p> <p>La empresa debe diseñar un plan estratégico que permita establecer una misión, visión y objetivos estratégicos.</p> <p>Implementar un sistema de Control Interno en el proceso de compras en base sistema integrado con el objetivo de minimizar costos.</p>
<p>(Carrasco Mamani, 2012)</p>	<p>En su tesis sobre la “Incidencia del funcionamiento del Control Interno en la Políticas Crediticias y de Cobranza en el comportamiento de las actividades de una empresa comercializadora de maquinaria”, de la Universidad de San Martín de Porres, señala que el papel que desempeña el crédito dentro de la economía de una empresa es de gran importancia, debido a que, entre otras cosas, es un instrumento muy eficaz en el proceso de reactivación económica, ya que es mediante es el crédito una de las formas más eficaces en cómo puede impulsarse el desarrollo de una economía, pero a su vez el riesgo que significará para la empresa otorgar un determinado crédito y para ello es necesario conocer a través de un análisis cuidadoso los estados financieros del cliente, análisis de los diversos puntos, tanto cualitativos como cuantitativos que en conjunto permitirá tener una mejor</p>

	visión sobre el cliente y la capacidad para poder pagar dicho crédito. Teniendo un adecuado Control Interno se podría tener menor cantidad de cuentas de incobrables.
--	---

Fuente: Elaboración propia en base a los antecedentes nacionales e internacionales

Objetivo específico N° 2:

Determinar los problemas que se obtiene al no tener información oportuna y veraz para la toma de decisiones.

“IMPORTANCIA DE UN EFICAZ Y EFECTIVO CONTROL INTERNO EN EL AREA DE VENTAS DE LA MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA JESUS MARIA 2015”

ITEMS	RESULTADOS	
	SI	NO
Ambiente de Control		
¿Cuenta la MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA con un sistema de Control Interno implementado formalmente?	X	
¿Cuenta la MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA con un plan estratégico?	X	
¿Cuenta la MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA con un plan operativo?	X	

¿Cuenta la MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA con un manual de funciones que describa los requisitos de cada uno de los cargos existentes en la misma?	X	
¿La Empresa MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA está integrada por personal con conocimiento suficiente, experiencia y tiempo de servicio efectivo?		X
¿Se realiza sistemática y oportunamente las reuniones y en ellas participan el personal de las diferentes áreas y especialistas del dispositivo de auditoría?		X
¿Realiza actividades que fomentan la integración de su personal y favorecen el clima laboral?	X	
¿La Empresa MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA cuenta con el plan anual de capacitación?		X
Evaluación de Riesgos		
¿Tiene la MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA definidos sus objetivos?	X	
¿Promueve la gerencia una cultura de riesgos?		X

ITEMS	RESULTADOS	
	SI	NO
¿Se ha difundido en todos los niveles organizacionales el		X

concepto de riesgo, sus distintas calificaciones y consecuencias para la MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA?		
¿Están identificados los riesgos internos y externos?		X
¿Son convenientes los mecanismos para identificar los riesgos provenientes de fuentes externas e internas?		X
Actividades de Control		
¿Existen mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectan los objetivos generales y particulares de la MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA?		X
¿Existen mecanismos para identificar y reaccionar a los cambios, que puedan surgir y afectar el cumplimiento de la misión?	X	
¿Existen los procedimientos de control necesarios, por subsistemas, operaciones y procesos claves para MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA?	X	
¿Tiene implementados controles para asegurar que el acceso y la administración de la información se realicen por el personal facultado?		X
¿Cuenta la MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA rubro alimentos balanceados con un eficiente área de auditoría interna?	X	
¿Las operaciones están debidamente respaldadas con	X	

documentación de soporte suficiente y pertinente?		
Información y Comunicación		
¿Se proporciona la información correcta al personal que la requiere, con el detalle suficiente y de manera oportuna, que les permita cumplir de forma eficiente y efectiva sus responsabilidades?	X	
¿Apoya la gerencia el desarrollo de los sistemas de información necesarios, que permitan cumplir adecuadamente sus funciones?		X
¿Es efectiva la comunicación a los trabajadores de sus deberes y responsabilidades respecto a su trabajo?	X	
¿Están establecidos canales de comunicación, que faciliten el informe de acciones deshonestas o inapropiadas en el área de trabajo?	X	
¿Hay receptividad por parte de la gerencia en las sugerencias de los trabajadores, referentes a las formas de aumentar la calidad de los servicios prestados u otros mejoramientos similares?		X
Supervisión y Monitoreo		
¿Se efectúan comparaciones periódicas de las cantidades registradas por el sistema de información contable con los conteos físicos programados?		X

¿La entidad realiza seguimiento continuo a sus planes de mejoramiento utilizando la información como medio de retroalimentación?	X	
¿Se implementan las recomendaciones de los auditores internos, como medio para fortalecer los controles internos?		X
¿Se evalúa periódicamente al personal, para establecer si entiende y cumple con las normas internas y procedimientos?		X
¿La gerencia revisa continuamente los resultados de los planes de mejora con el fin de optimizar el desarrollo global de los procesos?		X

Objetivo específico N° 3:

Determinar la necesidad de capacitación del personal para la implementación de un sistema de control interno.

Anexo No 03 ENCUESTA

INSTRUCCIONES

La presente técnica tiene la finalidad recabar información relacionada con la investigación: “IMPORTANCIA DE UN EFICAZ Y EFECTIVO CONTROL INTERNO EN EL AREA DE VENTAS DE LA MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA JESUS MARIA 2015”

. En las preguntas que a continuación se le presenta, sírvase elegir una alternativa, marcando para tal fin con un aspa (X). Esta técnica es anónima y se le agradece su colaboración.

Nombre (opcional):.....

Área en la que trabaja:

Contabilidad () Finanzas () Logística () Almacén ()

Gerencia General () Otros ()

Tiempo de antigüedad en la empresa:

0 - 5 años () 6 - 10 años ()

11 - 15 años () Más de 16 años ()

Cargo que desempeñas actualmente:

Asistente () Almacenero () Contador ()

Jefe de área () Subgerente/Gerente ()

1. ¿En su opinión la empresa aplica algún tipo de control (interno o externo)?

a) Si ()

b) No ()

c) No sabe, no opina ()

2. ¿Qué piensa usted acerca de los sistemas de control con los que cuenta la empresa actualmente?

a) Son incompletos y desactualizados ()

b) Son completos ()

c) Son los más apropiados ()

3. ¿Qué grado de estudios debería tener el personal encargado de aplicar algún sistema de control en la empresa?

a) Estudios superiores universitarios ()

b) Estudios en Institutos ()

c) Secundaria Completa ()

d) Secundaria incompleta ()

e) Primaria ()

4. ¿Cree usted que la aplicación del control influye en el cumplimiento de objetivos de la organización?

a) Si ()

b) No ()

c) No sabe, no opina ()

5. ¿Está usted de acuerdo que la empresa implante un sistema de control interno?

a) Totalmente de acuerdo ()

b) De acuerdo ()

c) No sabe, no opina ()

d) En desacuerdo ()

e) Totalmente en desacuerdo ()

6. ¿Cree usted que la aplicación del control interno propicia una mejora en la gestión de la empresa?

a) Totalmente de acuerdo ()

b) De acuerdo ()

c) No sabe, no opina ()

d) En desacuerdo ()

e) Totalmente en desacuerdo ()

7. ¿Con qué indicadores de control deben enmarcarse las acciones al interior de la empresa?

a) Eficiencia ()

b) Economía y Eficiencia ()

c) Eficacia y Economía ()

d) Economía, Eficiencia y Eficacia ()

e) Otra (Especificar) ()

8. ¿Está usted de acuerdo con las recomendaciones a las que se lleguen con la aplicación de un sistema de control interno, así como, sobre el seguimiento y oportuna implementación de las medidas correctivas?

a) Totalmente de acuerdo ()

b) De acuerdo ()

c) No sabe, no opina ()

d) En desacuerdo ()

e) Totalmente en desacuerdo ()

9. ¿Con la experiencia que usted tiene formule recomendaciones que estén orientadas a mejorar la gestión del área de tesorería de la empresa con el apoyo del control interno?

Resultados de la encuesta:

La técnica de la encuesta fue aplicada a 10 personas en su mayoría propietarios o dueños de las Mypes similar a nuestro caso de la, Distribuidora Comercial SANTA RITA Jesús María 2015,

1. Tiempo de antigüedad en la Mype:

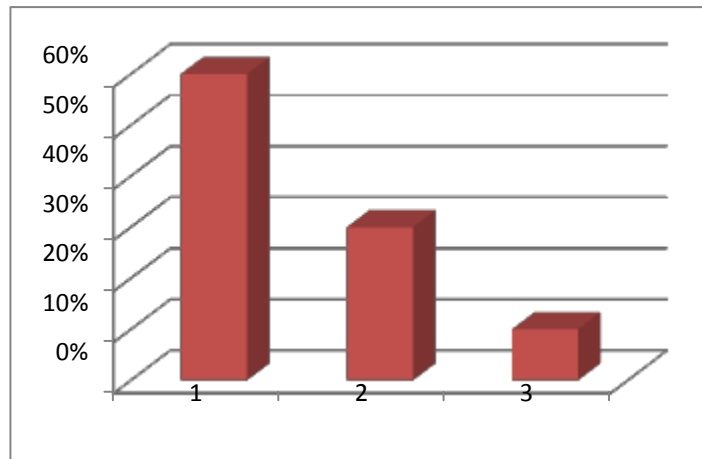
0 - 5 años () 6 - 10 años ()

11 - 15 años ()

CUADRO 1

Años	Frecuencia	porcentaje
11-15 años	6	60%
6-10 años	3	30%
0-5 años	1	10%
Total	10	100.00%

GRAFICO 1



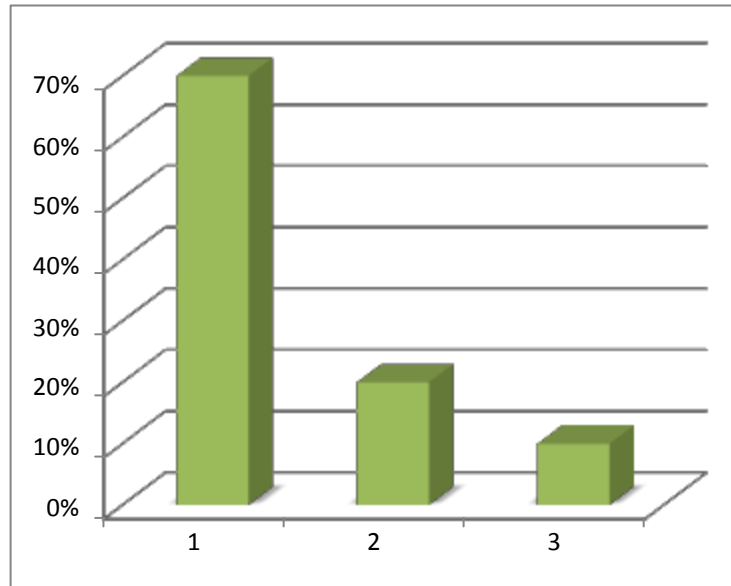
2. Cargo que desempeñas actualmente:

Propietario () Trabajador () Otros ()

CUADRO 2

	Frecuencia	porcentaje
Propietario	7	70%
Trabajador	2	20%
Otros	1	10%
total	10	100.00%

GRAFICO 2



3. ¿En su opinión la MYPE aplica algún tipo de control (interno o externo) que sirva como herramienta en la gestión?

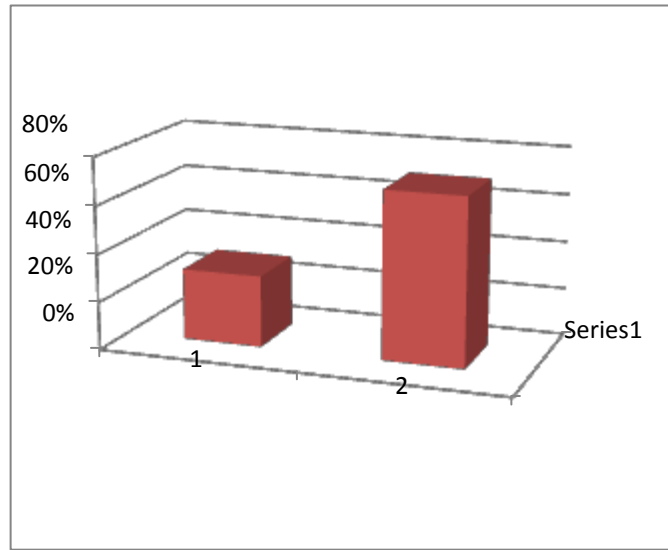
a) Si

b) No

CUADRO 3

	Frecuencia	porcentaje
SI	3	30%
NO	7	70%
Total	10	100.00%

GRAFICO 3



4. ¿Qué piensa usted acerca de los sistemas de control con los que cuenta la Distribuidora Comercial SANTA RITA., actualmente?

a) Son incompletos y desactualizados ()

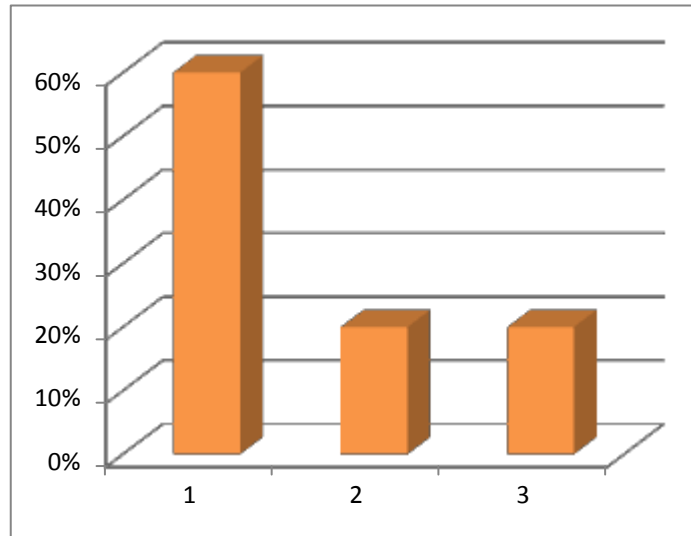
b) Son completos ()

c) Son los más apropiados ()

CUADRO 4

	Frecuencia	porcentaje
a	6	60%
b	2	20%
c	2	20%
total	10	100.00%

GRAFICO 4



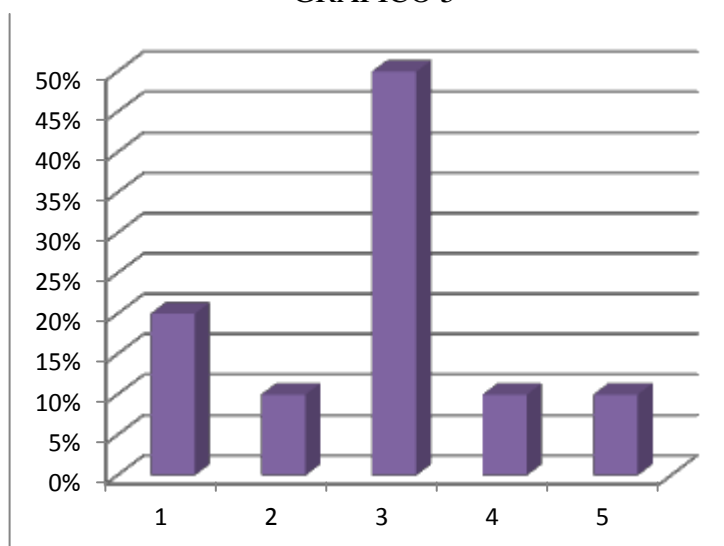
5. ¿Qué grado de estudios debería tener el personal encargado de aplicar algún sistema de control en la MYPE?

- a) Estudios superiores universitarios ()
- b) Estudios en Institutos ()
- c) Secundaria Completa ()
- d) Secundaria incompleta ()
- e) Primaria ()

CUADRO 5

	Frecuencia	porcentaje
Estudios Universitarios	2	20%
Estudios técnicos	1	10%
Secundaria completa	5	50%
Secundaria incompleta	1	10%
Primaria	1	10%
total	10	100.00%

GRAFICO 5



6. ¿Cree usted que la aplicación del control influye en el cumplimiento de objetivos trazados en la MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA?

a) Si ()

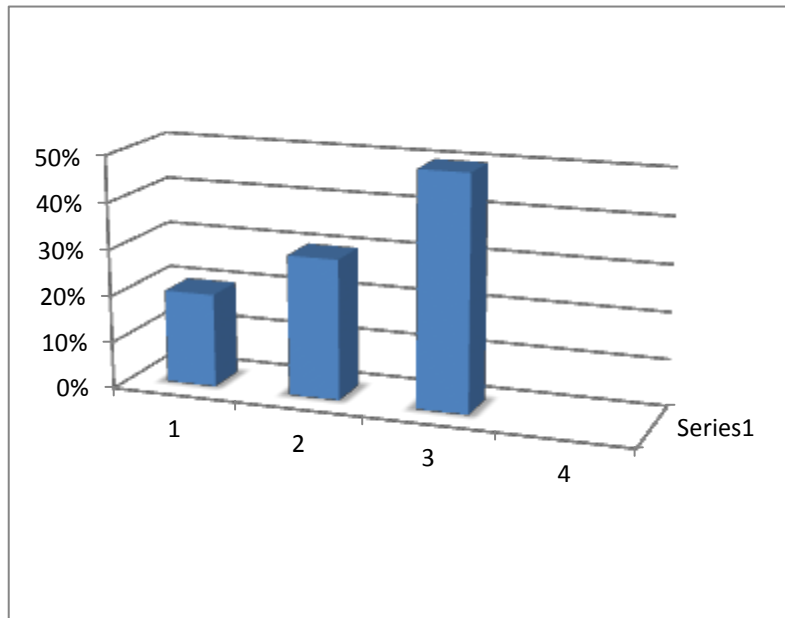
b) No ()

c) No sabe, no opina ()

CUADRO 6

	Frecuencia	porcentaje
SI	2	20%
NO	3	30%
NS/NO	5	50%
Total	10	100%

GRAFICO 6



7. ¿Está usted de acuerdo que la MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA., implemente un sistema de control interno?

a) Totalmente de acuerdo ()

b) De acuerdo ()

c) No sabe, no opina ()

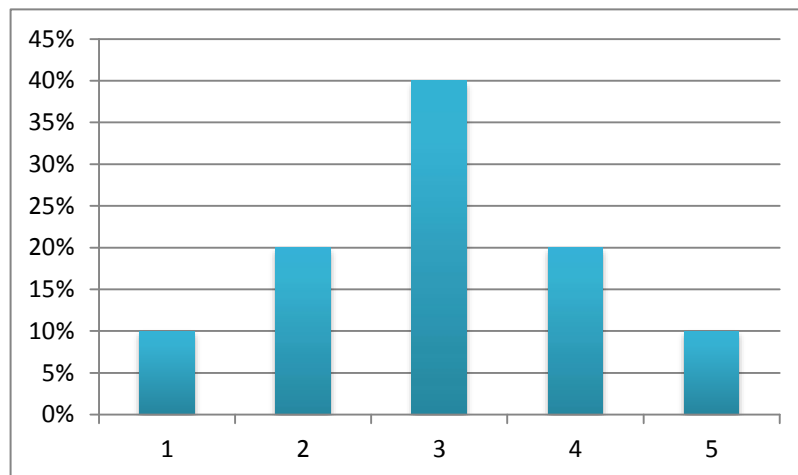
d) En desacuerdo ()

e) Totalmente en desacuerdo ()

CUADRO 7

	Frecuencia	porcentaje
a	1	10%
b	2	20%
c	4	40%
d	2	20%
e	1	10%
total	10	100.00%

GRAFICO 7



8. ¿Cree usted que la aplicación del control interno propicia una mejora en la gestión de la MYPE, Distribuidora Comercial SANTA RITA entendiéndose por gestión al acto de dirigir, administrar?

a) Totalmente de acuerdo ()

b) De acuerdo ()

c) No sabe, no opina ()

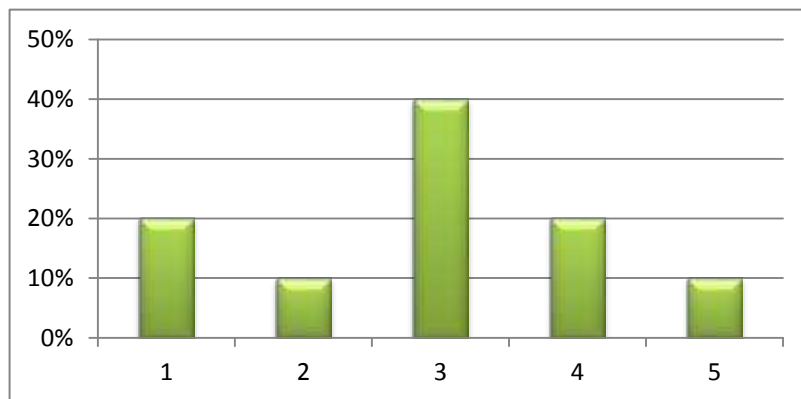
d) En desacuerdo ()

e) Totalmente en desacuerdo ()

CUADRO 8

	Frecuencia	porcentaje
a	2	20%
b	1	10%
c	4	40%
d	2	20%
e	1	10%
total	10	100.00%

GRAFICO 8



9. ¿Con qué indicadores de control deben enmarcarse las acciones al interior de la empresa?

a) Eficiencia ()

b) Economía y Eficiencia ()

c) Eficacia y Economía ()

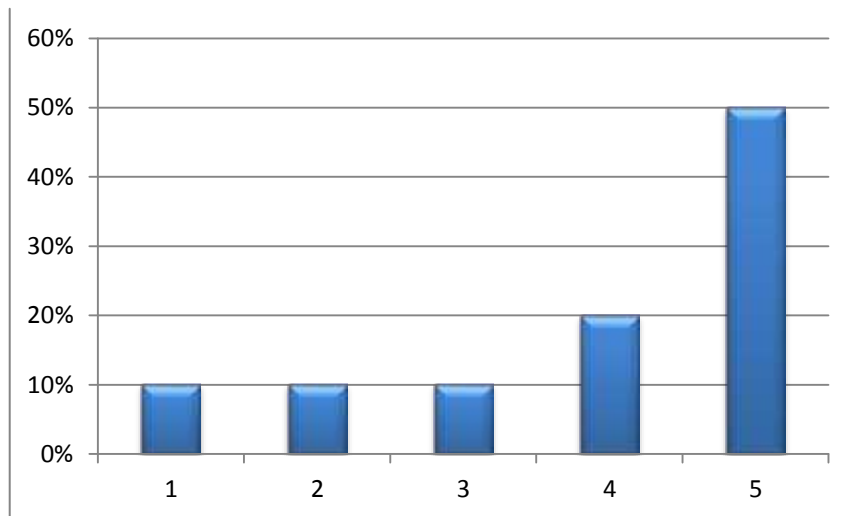
d) Economía, Eficiencia y Eficacia ()

e) Desconoce del tema ()

CUADRO 9

	Frecuencia	porcentaje
a	1	10%
b	1	10%
c	1	10%
d	2	20%
e	5	50%
total	10	100.00%

GRAFICO 9



10. ¿Está usted de acuerdo con las recomendaciones a las que se lleguen con la aplicación de un sistema de control interno, así como, sobre el seguimiento y oportuna implementación de las medidas correctivas?

a) Totalmente de acuerdo ()

b) De acuerdo ()

c) No sabe, no opina ()

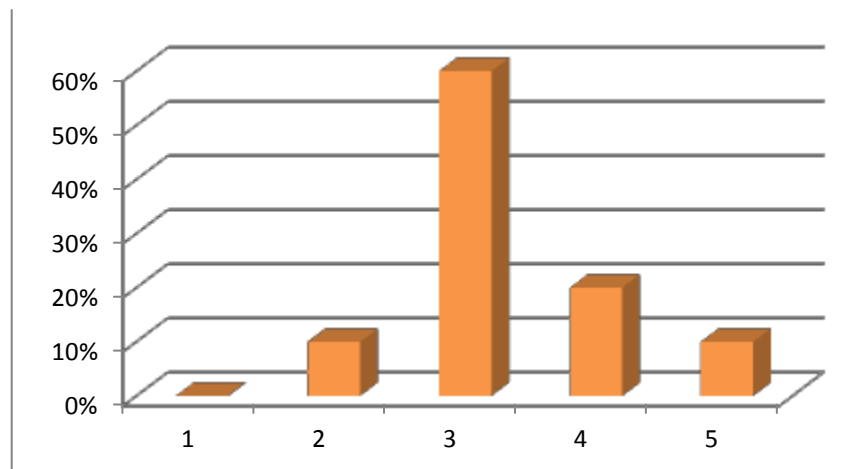
d) En desacuerdo ()

e) Totalmente en desacuerdo ()

CUADRO 10

	Frecuencia	porcentaje
a	0	0%
b	1	10%
c	6	60%
d	2	20%
e	1	10%
total	10	100.00%

GRAFICO 10



11. ¿Con la experiencia que usted tiene formule recomendaciones que estén orientadas a mejorar la gestión de la empresa con el apoyo del control interno?

Implementar un sistema de control interno es muy importante para toda empresa independientemente de su tamaño, lo que se recomendaría sería que se implemente

un sistema de control interno pero también tener en cuenta la capacitación que será necesaria para su desarrollo.

4.2. Análisis y discusión de resultados

Objetivo específico N° 1:

Walter Orlando Rojas Díaz 2007, Alvarado Valetanga & Tuquiñahui Ponte 2012, Valencia Vílchez 2013, Arteaga Vargas 2014, Carrasco Mamani 2012, afirman que el sistema de Control Interno es de vital importancia en las Mypes. Las micro y pequeñas empresas son el factor primordial que constituye el crecimiento económico del país, pero muchos de estas micro empresas según investigaciones y estadísticas realizadas, de cada diez MYPES ocho fracasan en sus primeros 5 años debido a no contar con una planificación de un control interno con políticas y procedimientos adaptados por la administración de una entidad para ayudar a lograr el objetivo de asegurar, tanto como sea factible, la conducción ordenada y eficiente de su negocio, con la finalidad de salvaguardar los activos, prever y detectar fraudes y errores, esta situación se da debido a que la mayor parte de las micro y pequeñas son familiares y no cuentan con el personal especializado que oriente como debe realizarse el control interno dentro de esta, sea por desconfianza o por otro factor el dueño cree ser el único que puede dirigir todas las áreas de la pequeña empresa, resistiéndose a delegar funciones.

A todo lo antes expuesto se concluye que la implementación de un adecuado sistema de control especialmente en el área de ventas contribuirá con alcanzar los objetivos trazados por la Mype.

Objetivo específico N° 2:

Respecto al componente Ambiente de Control

De las 8 preguntas realizadas al personal de la Mype, las cuales representan el 100%, el 62.50 % nos dieron como respuesta SI y un 12.50% como respuesta negativa, lo cual refleja que **si** se le está dando importancia al componente más importante del Control Interno a pesar de ser Mype se está cumpliendo con los requisitos mínimos de este componente del sistema coso, pues según la teoría, la CGR (2006) califica a este componente como el fundamento de todos los demás componentes del sistema de Control Interno, el cual otorga ordenamiento y estructura a dicho sistema.

Respecto al componente Evaluación de Riesgos

De las 5 preguntas realizadas al personal las cuales representan el 100%, se obtuvo un escaso 20% como respuesta SI y un considerable 80% como respuesta contraria, esta situación es muy peligrosa porque según las repuestas obtenidas, la entidad estudiada no está tomando las medidas necesarias para identificar sus riesgos, tanto internos como externos, tampoco poseen mecanismos para identificar ciertos riesgos; posición contraria a lo que establece la teoría del informe COSO, pues en ella se afirma que la Evaluación de Riesgos consiste en la identificación y el análisis de los riesgos relevantes para la consecución de los objetivos de la organización, lo cual sirve de base para determinar la forma en que aquellos deben ser gestionados.

Respecto al componente Actividades de Control

De las 5 preguntas realizadas al personal las cuales representan el 100%, se obtuvo solo un 80% como respuesta afirmativa y un considerable 20% como respuesta negativa,. Esto es ilógico, porque si no se han identificado los riesgos, tampoco podrán ser controlados; sin embargo la teoría del informe COSO establece que las Actividades de Control consisten en 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; posición semejante a la que establece.

Respecto al componente Información y Comunicación

De las 5 preguntas realizadas al personal encargado las cuales representan el 60%, se obtuvo un 40% como respuesta NO, situación preocupante pues este componente es sin duda alguna el resultado de las actividades operativas, financieras y de control provenientes del interior o exterior de la entidad.

Respecto al componente Supervisión y Monitoreo

De las 5 preguntas realizadas al personal encargado del área de contabilidad las cuales representan el 100%, se obtuvo un 80% como respuesta negativa y un 20% de respuesta positiva, lo cual evidencia que si existe supervisión, verificación del desempeño de sus trabajadores, a pesar de que no se ha implementado correctamente el sistema de Control Interno, situación preocupante para lograr los objetivos de la Mype, pues según lo que establece el informe COSO (citado por Ingeniería y Gestión Consultora, 2011) los sistemas de Control Interno requieren supervisión, es

decir, un proceso que verifique el desempeño del sistema de Control Interno en el transcurso del tiempo; asimismo, afirman que esta situación se consigue mediante actividades de supervisión continuada, evaluaciones periódicas, o una combinación de ambas cosas durante la ejecución de actividades y procesos.

Respecto al objetivo específico 3:

De los resultados podemos vislumbrar que las Mypes y en caso nuestro MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA, urge la implementación de un eficiente y eficaz sistema de control que tenga influencia positiva al área de ventas, también podemos agregar en capacitar al personal para la implementación.

CONCLUSIONES

Según el objetivo específico 01:

Se logró describir la importancia de un eficaz y efectivo control interno en el área de ventas, según se demuestra con la referencia bibliográfica de los actores en estudio según el anexo N° 01...

Según el objetivo específico 02:

Se logró determinar el modo como el sinergia miento de los componentes del control interno en el área de ventas pueden facilitar el buen gobierno de las MYPES lo cual se aprecia en la rentabilidad de la misma. Según las encuestas realizadas a la MYPE Distribuidora Comercial SANTA RITA según anexo No 02

Según el objetivo específico 03:

Se pudo determinar la necesidad de la implementación de un sistema de control interno que tenga especial incidencia en el área de ventas, y la capacitación necesaria del personal para su implementación, según el anexo N 3

VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.

6.1 Referencias Bibliográficas.

- Alcaria, J. (2011). *Estados Cotables - Normas Contables*. Lima.
- Aldave & Meniz. (2007). *La contabilidad y sus partes*. Lima.
- Alvarado Veletanga & Tuquiñahui Paute. (2012). *Tesis: "Propuesta de implementación de un sistema de Control basado en el modelo COSO, aplicado a la empresa Electro Instalaciones*. Cuenca.
- Arteaga Vargas, C. E. (2014). *Sistema de Control para el Proceso de Comercialización de la empresa de la ciudad de Lima*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- BUZO, J. (2014). *SISTEMA COSO*. MEXICO.
- CAMPOS R., C. (2007). *EL CONTROL: ESFUERZO SISTEMATICO PARA ESTABLECER NORMAS*. LIMA.
- Carrasco Mamani, B. L. (2012). *Tesis "Incidencia del funcionamiento del Control Interno en las políticas Crediticias y de cobranza en el comportamiento de las actividades de una empresa comercializadora de maquinaria"*. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- CGR. (2006). *El Control gubernamental*. Lima.
- Contreras Villagomes. (2011). *la contabilidad*. Lima.
- DIAZ DE SANTOS, S. M. (1995). *COMPRAS E INVENTARIOS*. MADRID: EDICIONES DIAZ DE SANTOS S.A.
- ESTUPIÑAN GAITAN, R. (2006). *CONTROL INTERO Y LOS FRAUDES*. COLOMBIA: ECOE EDICIONES.
- FUNDACION IBEROAMERICANA DE ALTOS ESTUDIOS PROFESIONALES, F. (s.f.). *CONTROL Y MANEJO DE INVENTARIO Y ALMACEN*.
- García Castellvi, J. (2008). *La Contabilidad y sus normas contables*. Lima.
- Hurtado Jacobo, E. (2013). *Tesis: El Control Interno de las existencias y su incidencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Orion S.A.C*. Trujillo.
- Iannini, & IAnnini. (2011). *Tesis La logística del almacenamiento*. Lima.
- IBAÑEZ JIMENO, J. M. (2001).
- Jannet. (2013). *Tesis: Evaluación del sistema de control Interno*. Trujillo.

- Magallanes Diego, P. J. (2011). *Tesis " La implementación de un sistema de Control Interno en una empresa de maquinaria Hidroeléctricas"*. Lima: Universidad del Pacífico.
- MANTILLA B., S. A. (s.f.). *CONTROL INTERNO, ESTRUCTURA CONCEPTUAL INTEGRADA (SEGUNDA ed.)*. ECOE.
- Misari Argona. (2012). *Tesis: El Control Interno de inventarios y la gestión en las empresas de fabricación de calzado en el distrito de Santa Anita*. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Montoya. (2013). *Tesis: Incidencias del Control Interno en la optimización de la gestión de las micro empresas en el distrito de Chaclacayo*. Lima.
- NORMA INTERNACIONAL DE AUDITORIA, N. 6. (s.f.). *EVALUACION DEL RIESGO Y CONTROL INTERNO*.
- ORGANIZACION INTERNACIONAL DE ENTIDADES SUPERIORES, (. (s.f.).
- Osorio. (2010). *La Contabilidad*. Lima.
- Paz Cuadrso, M. L. (2012). *Tesis: "El Control Interno de gestión de las clínicas privadas de Lima Metropolitana*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas .
- PERDOMO, A. (2004). *FUNDAMENTOS DEL CONTROL INTERNO (NOVENA ed.)*. MEXICO: CENGAGE LEARNING EDITORES.
- Perez Saalzar. (2010). *Tesis: Diseño de un sistema de control interno en el área de inventarios de una empresa que se dedica a la venta de maquinarias, repuestos y materia para industria alimentaria*. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala- Facultad de Ciencias Economicas.
- RAMON RUFFNER, J. G. (s.f.). *EL CONTROL INTERNO EN LAS EMPRESAS PRIVADAS*.
- Rodriguez Perez. (2014). *El Control Interno de Inventario*. Lima.
- Rodriguez Perez, M. (2014). *El Control Interno disponible*. Lima.
- Roman. (2009). *Tesis: Tecnicas y herramientas para la gestión del abastecimiento"*. Lima.
- ROMERO, J. (1997). *CONTABILIDAD INTERMEDIA*. MEXICO: INTERMERJCAN A EDITORES.
- Sanchez Gutierrez. (2013). *Tesis: Implementación de un sistema de control interno operativo en los almacenes para mejorar la gestión de inventarios*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Sandoval. (2012). *Tesis: Modelo de un sistema de Control Interno de las operaciones administrativas financieras*. Ecuador: Quito.
- Stempf. (s.f.).

Trillo Ocampo, A. (2010). *Artículo: El marketing rd inalcanzable por su costo para una Pyme*. Lima.

Valencia Vlchez, M. (2013). *Auditoria al area de ventas de una empresa de transportes Interprovincial Lima - Cuzco*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Villavicencio. (2011). *Tesis: Diseño e implementación de un sistema de Control Interno*. Lima.

WALTER ORLANDO ROJAS DÍAZ. (2007). *DISEÑO DE UN SISTEMA DE CONTROL INTERNO EN UNA EMPRESACOMERCIAL DE REPUESTOS ELECTRÓNICOS*. tesis, UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, guatemala.

WALTER ORLANDO, R. D. (2007). *DISEÑO DE UN SISTEMA DE CONTROL EN UNA EMPRESA COMERCIAL DE REPUESTOS ELECTRONICOS*. GUATEMALA.

