



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

**EL CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS Y
SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS INDUSTRIALES
DEL PERU: CASO GRANJA SANTA MARCELA S.R.L.,
GUADALUPE, 2018**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
CONTABLES Y FINANCIERAS**

AUTOR

**HERNANDEZ RODRIGUEZ, SONIA ESTHER
ORCID: 0000-0002-0480-5282**

ASESOR

**ALVARADO LAVADO, HAYDEE ROXANA
ORCID: 0000-0002-3328-8528**

**TRUJILLO – PERÚ
2020**

1. TÍTULO DE LA TESIS

EL CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS Y SU INFLUENCIA
EN LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
INDUSTRIALES DEL PERU: CASO GRANJA SANTA MARCELA S.R.L.,
GUADALUPE, 2018

2. EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Hernández Rodríguez, Sonia Esther

ORCID: 0000-0002-0480-5282

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Trujillo,
Perú

ASESOR

Alvarado Lavado, Haydee Roxana

ORCID: 0000-0002-3328-8528

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Contabilidad, Trujillo, Perú

JURADO

Poma Sánchez, Luis Alberto

ORCID: 0000-0002-5202-7841

Uriol Gonzales, Jhimy Franklin

ORCID: 0000-0003-0626-9994

Aredo García, Marvin Omar

ORCID: 0000-0002-1028-1235

3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Luis Alberto Poma Sánchez
Presidente

Dr. Jhimy Franklin Uriol Gonzales
Miembro

Mgtr. Marvin Omar Aredo García
Miembro

Mgtr. Haydee Roxana Alvarado Lavado
Asesor

4. HOJA DE AGRADECIMIENTO

A Dios por regalarme cada segundo de mi existencia, por su protección en cada momento de mi vida, por darme el soporte que necesito, a ti padre bendito, que iluminas mi mente.

A mis padres Ricardo y María por regalarme la vida, por su comprensión cuando estoy frente al computador, por apoyarme cuando estoy ausente de casa, por su amor incondicional.

A mis hijos Wilson y Valeria, los tesoros que Dios me concedió, a ellos y por ellos, hoy voy logrando mi sueño, por estar junto a mí, incentivándome a seguir estudiando, por entenderme y apoyarme en todo.

A las personas que motivaron a emprender este sueño, que confiaron y confían en mí, que sueñan viéndome realizada profesionalmente, por estimularme a seguir creciendo.

A los profesores por absolver cada consulta, por estar prestos ayudar y transmitir sus conocimientos, por ser excelentes personas y profesionales; a ustedes profesores mi agradecimiento infinito.

5. HOJA DE DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, a mis padres Ricardo y María,
a mis hijos Wilson Andrés y Valeria Alejandra,
a las personas que confiaron y confían en mí,
a mi abuela Juana, mujer ejemplar,
a ustedes les dedico mi esfuerzo, mi trabajo,
mis ganas de seguir creciendo profesionalmente.

6. RESUMEN

El presente informe de investigación tuvo como objetivo general determinar y describir la influencia del control interno del área de ventas en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas industriales del Perú y de la Granja Santa Marcela S.R.L., Guadalupe, 2018. El resultado de la investigación permitirá mejorar, implementar, reforzar el control interno en el área de ventas para ejecutar sus procesos con eficacia y eficiencia, logrando mayor rentabilidad en la empresa.

La investigación fue de diseño no experimental, descriptivo correlacional, no ha manipulado variables, describe y analiza su incidencia.

Para ejecutar el presente trabajo de investigación se tomó como muestra a la micro y pequeña empresa Granja Santa Marcela S.R.L., utilizando la técnica de la entrevista, observación, análisis documental, y revisión bibliográfica. Se aplicó el instrumento del cuestionario en una entrevista a dos trabajadores del área de ventas; así como también se aplicó la guía de observación, guía de revisión documental y fichas bibliográficas; obteniendo los siguientes resultados, mediante entrevista se detectó la forma directa que se aplica los descuentos y ventas al crédito; aun contando con políticas de control interno, carecen de un manual de procedimientos para el control de proceso de ventas y el flujograma; mediante el análisis vertical, horizontal, y análisis de ratio, se pudo evaluar la rentabilidad de la empresa, pudiendo ésta mejorar, con la implementación de un manual de procedimientos para la aplicación de descuentos, rebajas y ventas al crédito. Demostrando que, el control interno del área de ventas incide en la rentabilidad de la Mype Granja Santa Marcela S.R.L.

Palabras Clave: Control Interno, Rentabilidad, Ventas.

7. ABSTRACT

The present research work had the general objective of determining and describing the influence of the internal control of the sales area on the profitability of the micro and small industrial companies of Peru and of the Granja Santa Marcela SRL, Guadalupe, 2018. The result of the research It will allow improving, implementing, and reinforcing internal control in the sales area to execute its processes effectively and efficiently, achieving greater profitability in the company.

The investigation was of non-experimental design, descriptive correlational, has not manipulated variables, describes and analyzes their incidence.

To carry out this research work, the micro and small business Granja Santa Marcela S.R.L. was taken as a sample, using the technique of the interview, observation, documentary analysis, and bibliographic review. The questionnaire instrument was applied in an interview to two workers from the sales area; as well as the observation guide, document review guide and bibliographic sheets were applied; Obtaining the following results, through an interview the direct way to apply discounts and credit sales was detected; even with internal control policies, they lack a manual of procedures for the control of the sales process and the flow chart; Through the vertical and horizontal analysis and ratio analysis, the profitability of the company could be evaluated, and it could improve with the implementation of a procedures manual for the application of discounts, discounts and credit sales. Proving that the internal control of the sales area affects the profitability of the Mype Granja Santa Marcela S.R.L.

Key Words: Internal Control, Profitability, Sales.

8. CONTENIDO

1.	Título de la tesis.....	i
2.	Equipo de trabajo.....	ii
3.	Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4.	Hoja de agradecimiento.....	iv
5.	Hoja de dedicatoria.....	v
6.	Resumen.....	vi
7.	Abstract.....	vii
8.	Contenido.....	viii
I.	Introducción.....	12
II.	Revisión literaria.....	17
2.1.	Antecedentes.....	17
2.1.1.	Antecedentes internacionales.....	17
2.1.2.	Antecedentes nacionales.....	21
2.1.3.	Antecedentes locales.....	35
2.2.	Bases teóricas de la investigación:.....	41
2.2.1.	Marco teórico.....	41
2.2.1.1.	El control interno.....	41
2.2.1.2.	Objetivos de control interno.....	42
2.2.1.3.	Importancia.....	42
2.2.1.4.	Principios del control interno.....	43
2.2.1.5.	Tipos de control interno.....	44
2.2.1.6.	Los componentes del control interno.....	44
2.2.1.7.	400-499 NIA Control Interno.....	46
2.2.1.8.	Los estados financieros.....	48
2.2.1.9.	Importancia del análisis a los estados financieros.....	49
2.2.1.10.	Ratios financieros.....	49
2.2.1.11.	Tipos de ratios financieros.....	49
2.2.1.12.	Análisis de ratios.....	50

2.2.1.13.	Rentabilidad	50
2.2.1.14.	Rentabilidad financiera:	51
2.2.1.15.	Rentabilidad económica:	51
2.2.1.16.	Ratios de rentabilidad:.....	51
2.2.1.17.	Indicadores de ratios de rentabilidad.....	52
2.2.1.18.	Rentabilidad neta sobre ventas:.....	53
2.2.1.19.	Rentabilidad operativa sobre ventas:	53
2.2.1.20.	Rentabilidad bruta sobre ventas:	53
2.2.1.21.	Rentabilidad del capital.....	54
2.2.1.22.	Rentabilidad del patrimonio.....	54
2.2.1.23.	Rentabilidad del activo.....	54
2.2.1.24.	Ratio liquidez: liquidez corriente	55
2.2.1.25.	Ratio de gestión: periodo de cobro.....	55
2.2.1.26.	Ratio de endeudamiento: endeudamiento de activo.....	55
2.2.1.27.	Área de ventas	56
2.2.1.28.	Administración.....	56
2.2.1.29.	Datos informativos de la empresa	57
2.2.2.	Marco conceptual	64
III.	Hipótesis.....	67
IV.	Metodología	68
4.1.	Diseño de la investigación.....	68
4.1.1.	Investigación no experimental:	68
4.1.2.	Descriptivo - correlacional	68
4.2.	Población y muestra	68
4.2.1.	Población:.....	68
4.2.2.	Muestra.....	68
4.3.	Definición y operacionalización de variables e indicadores	69
4.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	71
4.4.1.	Técnicas.....	71
b)	Entrevista.....	71
c)	Observación.....	71
d)	Revisión documentaria.....	72

e)	Revisión bibliográfica	72
4.4.2.	Instrumentos	73
a)	Cuestionario:	73
b)	Guía de observación:.....	73
c)	Guía de revisión documentaria:	73
d)	Fichas bibliográficas:	74
4.5.	Plan de análisis	74
4.6.	Matriz de consistencias.....	75
4.7.	Principios éticos:	76
V.	Resultados	77
5.1.	Resultados.....	77
5.1.1.	Resultado respecto al objetivo específico N°1	77
5.1.2.	Resultado respecto al objetivo específico N° 2	81
5.1.3.	Resultado respecto al objetivo específico N° 3	92
5.1.4.	Resultados respecto al objetivo específico N° 4.....	94
5.2.	Análisis de Resultado	95
5.2.1.	Respecto al objetivo N° 1	95
5.2.2.	Respecto al objetivo N° 2	96
5.2.3.	Respecto al objetivo N° 3	108
5.2.4.	Respecto al objetivo N° 4	111
VI.	Conclusiones	113
6.1.	Conclusiones.....	113
6.1.1.	Respecto al objetivo N° 1	113
6.1.2.	Respecto al objetivo N° 2	114
6.1.3.	Respecto al objetivo N° 3	115
6.1.4.	Respecto al objetivo N° 4	115
6.2.	Recomendaciones	117
	Aspectos complementarios.....	118
	Referencias bibliográficas.....	118
	Anexos.....	123
	Anexo 01: Cuestionario	123
	Anexo 02: Guía de observación.....	125

Anexo 03: Estado de situación financiera.....	126
Anexo 04: Guía de revisión documentaria	128
Anexo 05: Fichas bibliográficas	129
Anexo 06: Propuesta de mejora – manual de procedimientos.....	131
Anexo 07: Propuesta de mejora - flujograma	142
Anexo 08: Fotos	143

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado “EL CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS INDUSTRIALES DEL PERÚ: CASO GRANJA SANTA MARCELA S.R.L., GUADALUPE 2018” tiene por finalidad determinar y describir la influencia del control interno del área de venta en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas industriales del Perú y de la Granja Santa Marcela S.R.L. Guadalupe, 2018.

Un control interno adecuado, resulta primordial por los beneficios que genera a la institución en marcha, enfatizando en los procesos de las actividades que se desarrollan dentro de ella, logrando así contar con información veraz, fina y oportuna, que garantiza la toma de decisiones para el cumplimiento su misión.

Según (Capote, 2007) indica que, un ente, ya sea mediano o grande; bien organizado, es aquel que cuenta con los controles internos establecidos, porque asegura el buen funcionamiento, siendo de vital importancia para todos los niveles.(p.12).

El autor (Capote, 2007) destaca, el control interno operacional, indicando que éste es de responsabilidad directa del gerente o la alta dirección del ente, debiendo dictar y ejecutar políticas en cada actividad que desarrolla la organización, como por ejemplo, el área de ventas, producción, distribución, compras, etc., asegurando

eficiencia en cada una de ella, teniendo como resultado la mayor rentabilidad posible; las mismas que se adhiere a las políticas gerenciales definidas. (p.13).

El área de ventas de las MYPES, es primordial, ejecuta los lineamientos, políticas y estrategias establecidas durante todo el proceso de ventas, siendo uno de los más importantes la de los clientes, ofrecer productos o servicios óptimos, despachos oportunos, precios de acorde al mercado; logrando un posicionamiento en el mercado, local, regional, nacional, y porque no decirlo internacional, las metas en ventas deben ser muy ambiciosas porque de ello dependerá el crecimiento de la empresa.

Entonces, resulta de suma importancia el control interno operacional, en el área neurálgica de la empresa, en este caso el área de ventas, ya que es allí donde se desarrollan los procesos que finalmente permitirán al ente contar con mayor o menor rentabilidad. Debe existir lineamientos o políticas establecidas para las operaciones del proceso de ventas; debiendo pasar por cuatro pasos importantes; primero, toda operación debe ser autorizada, luego, iniciada, posteriormente ejecutada, y finalmente registrada, sólo así podríamos detectar oportunamente en su ejecución o registro las desviaciones, fraudes y errores, permitiendo de este modo las correcciones inmediatas. (Capote, 2007)

Este control operacional, va ligado con el compromiso del recurso humano, porque dependerá de los principios éticos profesionales y sobre todo personales, para cumplir con las políticas de control interno operacional, basado en la honestidad y competitividad. (Capote, 2007)

Según (Ongallo, 2012) manifiesta que el recurso humano es el más valioso dentro de la organización, sobre todo en el área de ventas; él considera que, en las ventas directas, la persona es clave para el éxito. (p.63).

En las micro y pequeñas empresas industriales, específicamente avícolas, las ventas son directas, es decir vendedor cliente, cara a cara, trato directo, basados en la credibilidad. (Ongallo, 2012)

Estas ventas se ven, reflejadas en el boletín estadístico mensual de la producción y comercialización de productos avícolas del mes de diciembre publicado por (MINAGRI, 2018) donde menciona que, en nuestro país, en la producción agropecuaria año 2018, la avicultura representa un 25.4%, de los cuales, ave 21.5% y huevo 3,9%, logrando ser proveedores importantes a nivel nacional de proteína animal. Así mismo informa que la regiones principales en producción de carne de pollo, son Lima con un 54.3%, La Libertad con 18.4%, seguido por Arequipa con un 10.2% y la Región Ica con un 4.4%; y en la comercialización de huevos, la regiones que destacan por su aporte son, Ica con un 39.7%, Lima con un 27.5% y la Libertad con 16.9% respectivamente. (p.6).

Quedando demostrado entonces que las avícolas en el Perú y especialmente nuestra región La Libertad, tienen una relevante presencia en el mercado, ya que su producción en carnes y huevos son muy requeridos, tal es así que se les considera los principales proveedores para la alimentación proteica, sin embargo, la repercusión en la micro y pequeña empresa no refleja el crecimiento económico.

Por lo expresado anteriormente, se formuló el siguiente enunciado del problema:
¿Cuál es la influencia del control interno del área de ventas en la rentabilidad de las

micro y pequeñas empresas industriales del Perú y de la Granja Santa Marcela S.R.L., Guadalupe 2018?

Con el fin de responder al problema, se hizo el planteamiento del objetivo general: Determinar y describir la influencia del control interno del área de ventas en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas industriales del Perú y de la Granja Santa Marcela S.R.L., Guadalupe, 2018.

Con el propósito de lograr el objetivo general, se planteó cuatro objetivos específicos:

1. Describir la influencia del control interno del área de ventas en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas industriales del Perú.
2. Describir la influencia del control interno del área de ventas en la rentabilidad de la Granja Santa Marcela S.R.L., Guadalupe, 2018.
3. Realizar un análisis comparativo de la influencia del control interno del área de ventas en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas industriales del Perú y de la Granja Santa Marcela S.R.L., Guadalupe, 2018.
4. Después de haber realizado el análisis comparativo del objetivo N° 3, se propone mejoras en el control interno del área de ventas de la Granja Santa Marcela S.R.L. Guadalupe, 2018.

La presente investigación se justifica porque permite describir y determinar el control interno en el área de ventas y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas industriales del Perú y de la Granja Santa Marcela S.R.L.;

sirviendo ésta investigación también, como material para estudios que investigan la influencia del control interno del área de ventas en la rentabilidad de las MYPES industriales – avícolas.

Finalmente, a los propietarios y/o directivos de las micro y pequeñas empresas industriales – avícolas, les brindará otros alcances a ser consideradas para lograr mayor rentabilidad en los procesos de ventas; como consecuencia, seguir creciendo empresarialmente, lograr la preferencia de los clientes, y ser reconocidos en el mercado avícola.

II. REVISIÓN LITERARIA

2.1. Antecedentes

A continuación, se presenta algunos trabajos elaborados con anterioridad en el ámbito internacional, nacional y local.

2.1.1. Antecedentes Internacionales

(ROCANO, 2011) en su trabajo de investigación denominado: **“CONTROL INTERNO A LOS PROCESOS DE VENTA Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AVÍCOLA AGOYÁN EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010”** realizado en la ciudad de Ambato – Ecuador, cuyo objetivo general fue, Evaluar el Control interno del proceso de ventas en la empresa Avícola Agoyán, con el fin de ampliar su mercado, obtener un mayor desarrollo empresarial e incrementar su rentabilidad; sus objetivos específicos fueron: Identificar las falencias en el proceso de ventas que requieran de mejoramiento en su operación; analizar la rentabilidad de la empresa en función de los niveles de ventas mejoradas; proponer la evaluación del sistema de control interno en el área de ventas con la finalidad de elevar sus niveles e incrementar la rentabilidad de la empresa. Usando la metodología y tipo de investigación cuantitativa, investigación de campo, bibliográfica y documental, encontrando los siguientes resultados:

- ✓ Las devoluciones del producto son excesivas, sobrepasa el monto autorizado que es 25% de la carga efectuada debido a que toman el pedido inadecuado o la carga historial no es la adecuada.
- ✓ Al ser un producto perecible y de delicada manipulación, las bajas del producto se incrementan, debido a que regresan maltratados (rotos) lo que implica menos ventas y menores ingresos.
- ✓ Dentro de las políticas establecidas por el área de ventas se establece que los retornos no deben exceder de un 25% del total de la carga, por lo que se está incumpliendo lo estipulado, por lo tanto no se cumplen los objetivos empresariales. La poca seriedad que se le da a la venta del producto, hace que al momento del pedido no sea exacto y se carga las cantidades erróneas.
- ✓ Esto implica una falta de control en las cargas del producto así como también en el momento de las ventas.

(TORRES, 2011) En su trabajo de investigación denominado: **“EVALUACIÓN AL CONTROL INTERNO EN EL PROCESO DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MUEBLES LEÓN EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010”** realizado en la ciudad de Ambato – Ecuador; cuyo objetivo general fue, establecer las técnicas del control interno en el área de ventas para que la rentabilidad promueva el nivel de participación de Muebles León en el mercado; sus objetivos específicos fueron: el proceso de control y

coordinación interna para mejorar la gestión económica financiera. Analizar la gestión financiera para maximizar la rentabilidad en la empresa. Proponer la reestructuración del control interno en el proceso de ventas a fin de incrementar el nivel de posicionamiento organizacional en el entorno que incide en la rentabilidad de la empresa; usando la metodología de investigación cuantitativa, investigación de campo y bibliográfica; encontrando los siguientes resultados concluidos:

- La empresa no cuenta con una técnica de control interno que permita establecer un mejor proceso de ventas afectando así la rentabilidad empresarial y el posicionamiento en el mercado.
- No se cuenta con un proceso de control en el cual se establezca una coordinación de actividades y funciones limitando el nivel de responsabilidad de los colaboradores afectando esto la gestión económica de la empresa.
- No se efectúa una gestión de competencias que promueva el aprovechamiento de las destrezas y habilidades del recurso humano generando esto un bajo rendimiento empresarial para el desarrollo organizacional.
- No se cuenta con un modelo específico de control interno acorde a las necesidades de la empresa, lo cual limita el incremento del volumen de ventas.

(MORENO, 2014) En su trabajo de investigación denominado: **“CONTROL INTERNO Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA PROAVEC DE LA CIUDAD DE LATACUNGA AÑO 2012”** realizado en la ciudad de Ambato – Ecuador, cuyo objetivo general fue, Determinar la incidencia del inadecuado control interno de la empresa Proavec sobre la rentabilidad generada durante el año 2012, con el fin de diseñar procedimientos de control interno adecuados que permitan mejorar los niveles de rentabilidad; sus objetivos específicos fueron: Evaluar de manera general el control interno existente a fin de determinar áreas críticas. Analizar la rentabilidad de la empresa a través de la utilización de indicadores financieros con el propósito de tomar decisiones oportunas. Diseñar procedimientos de control interno para las áreas de adquisición y ventas con el fin de salvaguardar los recursos y mejorar la rentabilidad de la empresa. Usando la metodología de enfoque cualitativo, de tipo descriptivo; encontrando las siguientes conclusiones:

- ✓ En definitiva al evaluar el control interno de manera general permitirá conocer las áreas críticas con el fin de salvaguardar los recursos económicos, materiales y humanos.
- ✓ En conclusión al realizar un análisis de la rentabilidad mediante la utilización de indicadores financieros conllevara a tomar de decisiones acertadas para beneficio de la empresa.

- ✓ En conclusión el diseño de procedimientos de control interno para las áreas de compras y ventas, permitirá a la empresa mejorar y obtener índices aceptables de rentabilidad.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

(OBANDO MUÑOZ & PARHUAY CALLO, 2018) En su trabajo de investigación denominada: **“CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MEDISCIENCE S.A.C PERIODO 2016 - 2017”** realizada Lima – Perú; cuyo objetivo general fue: Determinar la influencia del control interno en el área de ventas en la rentabilidad de la empresa MEDISCIENCE SAC periodo 2016- 2017; sus objetivos específicos fueron: a) Determinar la influencia de la evaluación de riesgos en el área de ventas en la rentabilidad de la empresa MEDISCIENCE SAC periodo 2016 - 2017. b) Determinar la influencia de las actividades de control en el área de ventas en la rentabilidad de la empresa MEDISCIENCE SAC periodo 2016 - 2017. Metodología de enfoque cuantitativo y diseño no experimental; obteniendo las siguientes conclusiones:

- A. La evaluación de riesgos en el área de ventas influye favorablemente en la rentabilidad de la empresa MEDISCIENCE SAC en los periodo 2016 - 2017, debido a que permitió obtener una disminución en las devoluciones de pedido, logrando

incrementar las ventas netas, así mismo al implementarse el adecuado sistema de control interno y compararse los estados de resultados permitió una disminución en los gastos de ventas lo cual genera mejor utilidad a la empresa. Asimismo, de acuerdo a la prueba estadística de hipótesis, se concluye que se acepta la hipótesis alterna o de investigación no solo porque el p-valor calculado es menor que el nivel de significancia sino porque la variabilidad de la variable dependiente esta explicada por la variable independiente en un 100%. Es decir la evaluación del riesgo influye favorablemente en la rentabilidad de la empresa. Con lo cual se da respuesta a la pregunta específica de investigación 1 y cumplimiento al objetivo específico 1 igualmente.

- B. Las actividades de control en el área de ventas ayudan a mejorar la rentabilidad de la empresa MEDISCIENCE SAC en los periodos 2016 -2017, debido a que son fundamentales para desarrollar el proceso de ventas, mejorando la rentabilidad a través de políticas y procedimientos operacionales coordinados, asignando de manera formal funciones, políticas y procedimientos que fortalezcan el área de ventas generando una eficiente gestión de organización en la empresa. Asimismo, de acuerdo a la prueba estadística de hipótesis, se concluye que se acepta la hipótesis alterna o de investigación no solo porque el p- valor calculado es menor que el nivel de significancia sino porque

la variabilidad de la variable dependiente esta explicada por la variable independiente en un 100%. Es decir las actividades de control influye favorablemente en la rentabilidad de la empresa. Con lo cual se da respuesta a la pregunta específica de investigación 2 y cumplimiento al objetivo específico 2 igualmente.

- C. El control interno en el área de ventas influye significativamente en la rentabilidad de la empresa MEDISCIENCE SAC en los periodos 2016 -2017, ya que el adecuado control interno aportó favorablemente a la misma, obteniendo mejores resultados con la aplicación de los ratios de rentabilidad y el análisis financiero se concluye que la empresa ha obtenido una mayor rentabilidad mejorando positivamente la capacidad para generar utilidad. Asimismo, de acuerdo a la prueba estadística de hipótesis, se concluye que se acepta la hipótesis alterna o de investigación no solo porque el p-valor calculado es menor que el nivel de significancia sino porque la variabilidad de la variable dependiente esta explicada por la variable independiente en un 100%. Es decir en control interno influye favorablemente en la rentabilidad de la empresa. Con lo cual se da respuesta a la pregunta general de investigación y cumplimiento al objetivo general igualmente.

(ROJAS, 2020) En su investigación denominada: **“LA APLICACIÓN DEL CONTROL INTERNO Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA TANDEM TEXTIL SAC- SAN JUAN DE LURIGANCHO 2018”** realizado en la ciudad de Lima, cuyo objetivo general fue: Determinar de qué manera la aplicación del Control Interno influye en la Rentabilidad de la empresa Tandem Textil SAC, San Juan de Lurigancho, 2018; sus objetivos específicos fueron: Establecer de qué manera el ambiente de control influye en la rentabilidad de la empresa Tandem Textil SAC, San Juan de Lurigancho, 2018. Identificar de qué manera las actividades de control influyen en la rentabilidad de la empresa Tandem Textil SAC, San Juan de Lurigancho, 2018. Determinar de qué manera la evaluación de riesgos influye en la rentabilidad de la empresa Tandem Textil SAC, San Juan de Lurigancho, 2018. Determinar de qué manera la información y comunicación influye en la rentabilidad de la empresa Tandem Textil SAC, San Juan de Lurigancho, 2018. Determinar de qué manera el seguimiento y monitoreo influye en la rentabilidad de la empresa Tandem Textil SAC, San Juan de Lurigancho, 2018. Usando para ésta investigación metodología de tipo descriptiva de diseño no experimental; teniendo como resultados las siguientes conclusiones:

- La aplicación del control interno en la empresa tándem textil influiría positivamente en la rentabilidad de la empresa, debido a que, al tener un control interno, la empresa contaría con una

información oportuna y confiable acerca de sus actividades y los resultados obtenidos de las mismas, lo cual permitiría una supervisión más eficiente de los procesos productivos de la empresa, además de mejorar la comunicación entre las diferentes áreas de la entidad.

- ✓ La aplicación del ambiente de control en la empresa resultaría favorable, debido a que esto ayudaría a estimular e influenciar en el comportamiento y desempeño del personal, incentivándolo al cumplimiento de sus labores en relación al logro de los objetivos planteados.
- ✓ La aplicación de las actividades de control ayuda a mejorar la rentabilidad de la empresa, ya que, al aplicar las políticas y procesos establecidos para el control, contribuye a reducir los riesgos que puedan afectar el logro de los objetivos. Para poder lograr esto, se debe aplicar correctamente de acuerdo a plan a largo plazo planteado por la empresa.
- ✓ La evaluación de riesgos permitirá identificar y establecer de manera concreta los riesgos más relevantes que posiblemente afecten los objetivos trazados por la empresa, estos riesgos deben de ser identificados de acuerdo a la manera en que afecte a las actividades económicas de la empresa.
- ✓ El componente de la información y comunicación constituye el soporte de la información confiable que se pueda intercambiar entre los trabajadores, durante un periodo que permita al personal

cumplir con todas sus responsabilidades. Esta información es muy necesaria para la empresa, debido a que con permite llevar a cabo las actividades de control interno y al soporte orientado al logro de los objetivos.

- ✓ Las actividades de supervisión y monitoreo están diseñadas para poder actuar en determinadas circunstancias, debido a que para esto se consideran los objetivos y las limitaciones inherentes al control, esto contribuye a identificar fallas que estén afectando las labores diarias de los trabajadores.

(ÑAUPARI, 2018) En su trabajo de investigación denominado: **CONTROL INTERNO Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA VISIONTRACK INVERSIONES S.A.C. EN EL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO, 2018**, realizado en la ciudad de Lima, cuyo objetivo general fue: Determinar la relación entre el control interno y la rentabilidad de la empresa Visiontrack Inversiones S.A.C. en el distrito de San Juan de Lurigancho, 2018; sus objetivos específicos fueron: Describir la relación entre el ambiente de control y la rentabilidad de la empresa Visiontrack Inversiones S.A.C. en el distrito de San Juan de Lurigancho, 2018. Describir la relación entre la evaluación de riesgos y la rentabilidad de la empresa Visiontrack Inversiones S.A.C. en el distrito de San Juan de Lurigancho, 2018. Describir la relación entre

las actividades de control y la rentabilidad de la empresa Visiontrack Inversiones S.A.C. en el distrito de San Juan de Lurigancho, 2018. Describir la relación entre el monitoreo y la rentabilidad de la empresa Visiontrack Inversiones S.A.C. en el distrito de San Juan de Lurigancho, 2018. Usando la metodología de enfoque cuantitativo y nivel descriptivo, correlacional; teniendo los siguientes resultados y conclusiones:

- 1) Con respecto a resultados alcanzados de la hipótesis general, donde dio el coeficiente de correlación estadística significativa a través del control interno y la rentabilidad de la empresa Visiontrack Inversiones S.A.C. Hipótesis que fue validada por medio del Rho Spearman que da como coeficiente de correlación de $Rho=0,626$ sucesivamente alta correlación, por otro lado, manteniendo la correlación de la población; con un grado de significación bilateral de $0,002 < 0,05$. Por otra parte, con los resultados conseguidos se dio a concluir que el control interno tuvo relación directa en la rentabilidad, del cual, se debe poner hincapié al logro de los objetivos, detectando las incidencias e irregularidades que existe.
- 2) Se estima que en cuanto a la hipótesis específica dio como coeficiente significativo de correlación entre el ambiente de control y la rentabilidad de la empresa Visiontrack Inversiones S.A.C. del distrito de San Juan de Lurigancho, 2018, asumiendo así que la hipótesis fue validada por la prueba del Rho Spearman que dio como coeficiente de correlación de $Rho=0,540$ sucesivamente es

una correlación positiva moderada, por otro lado manteniendo una correlación a nivel de la población; con un grado de significación bilateral de $0,002 < 0,05$; por consiguiente según los resultados obtenidos se concluye que hay relación directa entre el ambiente de control con la rentabilidad, se debe de prestar atención en los sucesos de la estructura organizacional y valores éticos, para que la organización mejore y no haya irregularidades

- 3) En la hipótesis específica, obtuvimos una correlación estadística significativa de la evaluación de riesgos entre la rentabilidad de la empresa Visiontrack Inversiones S.A.C, hipótesis que fue validada por el Rho Spearman que da como correlación de 0.506 con grado de significancia de $0.004 < 0.05$; del cual existe correlación moderada en dichas variables. Por consiguiente, con los resultados obtenidos se concluye que nos indican la importancia de establecer bien la evaluación de riesgos y así efectuar los objetivos.
- 4) De acuerdo hipótesis específica, se dio la correlación estadística significativa entre las actividades de control y la rentabilidad de la empresa Visiontrack Inversiones S.A.C. Asumiendo así que la hipótesis fue validada por la prueba estadística Rho Spearman que da como coeficiente de correlación de $Rho=0,541$ sucesivamente es una correlación positiva moderada, por otro lado, manteniendo la correlación de la población; con un grado de significación bilateral de $0,002 < 0,05$. Por consiguiente, con los resultados

conseguidos nos demuestran la gran importancia de que dentro de una empresa se establezcan de forma adecuada la política, la segregación de funciones entre los colaboradores y la utilización de claves de acceso para que se pueda tener resultados positivos.

5) Conforme con la hipótesis específica, dio una correlación estadística significativa entre el monitoreo y la rentabilidad de la empresa Visiontrack Inversiones S.A.C.; asumiendo así que la hipótesis fue afirmada la prueba estadística Rho Spearman que da como coeficiente de un 0,517, en definitiva, es una correlación afirmativa moderada, hallando una correlación a nivel de población, con un grado de significación bilateral de $0,003 < 0,05$. En conclusión, con los resultados conseguidos nos indican la importancia del monitoreo en la empresa para que los colaboradores cumplan con efectividad sus actividades, teniendo la supervisión por delante para detectar problemas y obtener una rentabilidad positiva dentro de la empresa.

(Contreras Villavicencio, Manchay Sánchez, & Macedo Huerta, 2019) Realizado en la ciudad de Lima, en su trabajo de investigación denominado: **“CONTROL INTERNO DEL PROCESO DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA SOLUEX PERÚ SAC EN EL PERIODO 2017”**, cuyo objetivo fue: Determinar cuál es la incidencia del control interno del proceso de ventas en la rentabilidad de la empresa Soluex Perú SAC

en los periodos 2017. Sus objetivos específicos fueron: Determinar cuál es la incidencia del entorno de control en el proceso de ventas de la empresa Soluex Perú SAC en la rentabilidad de los periodos 2017. Determinar cuál es la incidencia de la evaluación de riesgos y actividades de control en el proceso de ventas de la empresa Soluex Perú SAC en la rentabilidad de los periodos 2017. Determinar cuál es la incidencia de la información, comunicación y actividades de supervisión en el proceso de ventas de la empresa Soluex Perú SAC en la rentabilidad de los periodos 2017. Usando la metodología tipo de diseño no experimental- descriptivo, obteniendo los siguientes resultados:

1. El diagnóstico permitió determinar que la entidad no cuenta con un adecuado ambiente de control, esto se da a raíz de la falta de compromiso con la integridad y los valores éticos (72% de los encuestados); así como, el desconocimientos de las líneas de autoridad (56% de los encuestados) y la falta de cumplimiento de responsabilidades (42% de los encuestados), es por ello que el personal del área de ventas tiende a cometer fraude.
2. Mediante las pruebas aplicadas se determina que la entidad no cuenta con una adecuada evaluación de riesgos y actividades de control, ya que no se pone en conocimiento el flujograma (44% de los encuestados), no se realiza adecuadamente la validación de los sustentos necesarios para la facturación (50% de los encuestados) y los procedimientos del área de ventas no son

revisados constantemente (64% de los encuestados), es por ello que existe la falta de control en los procesos y no se toman acciones para mitigar los riesgos.

3. El diagnóstico permitió determinar que la entidad cuenta con debilidades en los componentes de información, comunicación y actividades de supervisión; debido a que a que no se programan capacitaciones permanente (56% de los encuestados); las áreas no establecen canales de comunicación eficientes (67% de los encuestados), no se analiza e informa las deficiencias que tiene el área de ventas (67% de los encuestados). No se supervisan los controles claves del proceso de ventas (75% de los encuestados).

(CASTILLEJO, 2018) En su trabajo de investigación denominado: **“AUDITORÍA INTERNA Y SU RELACIÓN CON LA RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS AVÍCOLAS DEL DISTRITO DE PUENTE PIEDRA, AÑO 2017”** realizado en la ciudad de Lima, cuyo objetivo general fue: Determinar de qué manera la auditoría interna se relaciona con la rentabilidad en las empresas avícolas del distrito de Puente Piedra, año 2017; sus objetivos específicos fueron: Determinar de qué manera la auditoría interna se relaciona con la rentabilidad económica en las empresas avícolas del distrito de Puente Piedra, año 2017. Determinar de qué manera la rentabilidad se relaciona Categoría de riesgos en las empresas avícolas del distrito de Puente Piedra, año 2017. Usando la metrología de

enfoque cuantitativo diseño correlacional no experimental; obteniendo los siguientes resultados:

1. De acuerdo a la hipótesis general planteada, se ha logrado contrastar y verificar con la realidad, que la auditoría interna se relaciona con la rentabilidad en las empresas avícolas, del distrito de Puente Piedra, año 2017. Se llegó a la mencionada conclusión luego de identificar que la Auditoría Interna es una herramienta que pretende garantizar que la empresa está aplicando las mejores prácticas en sus procesos, que su estructura y organización están correctamente diseñados para alcanzar los objetivos que han marcado los socios, realizando un seguimiento y supervisión de la ejecución del plan de negocio y financiero, así como de las relaciones entre las distintas áreas de la empresa. Además, aporta propuestas de corrección de los riesgos identificados, con el fin de aumentar el valor del negocio y velar por el fiel cumplimiento de las obligaciones de sus administradores frente a terceros, de forma transparente y documentada.
2. Se puede definir ante la primera hipótesis específica planteada y validada, que La auditoría interna se relaciona con la rentabilidad económica en las empresas avícolas del distrito de Puente Piedra, año 2017. En conclusión, luego de establecer que es importante el diseño de una herramienta adecuada de control interno como la auditoría interna para mejorar los procesos de producción, para de esta manera mitigar riesgos e incrementar las ventas, siendo

estas reflejadas en las utilidades y por ende en la rentabilidad de las empresas avícolas.

3. Se puede definir ante la segunda hipótesis específica planteada y validada, la rentabilidad se relaciona la Categoría de riesgos en las empresas avícolas del distrito de Puente Piedra, año 2017. En definitiva, se determinó que el riesgo y la rentabilidad son factores vitales para toda organización, ya que depende del área funcional de auditores internos para la correcta toma de decisiones y de las estrategias que empleen para hacer más rentable a la compañía.

(SANTILLÁN, 2018) En su investigación denominada: **“IMPLEMENTACIÓN DE CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA ANGLO AMERICAN TRADING CO S.A LIMA 2018”** realizado en la ciudad Lima, este trabajo de investigación tuvo como objetivo general Explicar la influencia de la implementación de control interno de ventas en la rentabilidad de la empresa Anglo American Trading Co S.A Lima 2018; sus objetivos específicos fueron: Explicar la influencia de proceso de ventas en el incremento de ingresos de la empresa Anglo American Trading Co S.A. Explicar la influencia de la evaluación de riesgos en la calidad del producto de la empresa Anglo American Trading Co S.A. Explicar la influencia de la supervisión en el margen

de ganancia sobre las ventas en la empresa Anglo American Trading Co S.A. teniendo las siguientes conclusiones: Se aplicó los procesos y técnicas contables para la ejecución del control interno en el área de ventas para el logro de los objetivos de la empresa, así pueden maximizar, y generar valor a la empresa esto beneficiara a los trabajadores, directivos, terceros. Se logró implementar los procesos de ventas para una adecuada culminación de venta hacia nuestros clientes, esto ayudara a que los vendedores puedan tener una relación directa con los clientes, y al incrementar las ventas genera mayores ganancias para el beneficio de la empresa. Con las evaluaciones de riesgo se podrá ofrecer un adecuado proceso de ventas, ofreciendo a nuestros clientes un producto de calidad que satisfaga las necesidades de los usuarios finales y que cubran con las exigencias del mercado. Es importante que exista supervisión sobre el margen de ganancia de cada producto vendido, para tener conocimiento si genera ganancia o pérdida. Con la implementación de control interno en el área de ventas se logra minimizar los riesgos que son la amenaza constante de las empresas, de esa manera el control interno establecerá las políticas normas procedimientos a seguir para una adecuada ejecución de ventas, al incrementar las ventas se genera mayores ganancias esto hará que la empresa tenga mayores utilidades que beneficiaran a los directivos y trabajadores.

2.1.3. Antecedentes Locales

(HERRERA, 2017) En su investigación denominada: “**CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AGROPECUARIA AVICASA NORTEÑA S.A.C. TRUJILLO, 2017**”, realizada en la ciudad de Trujillo, cuyo objetivo general fue: Determinar el efecto del control interno del área de ventas en la rentabilidad de la empresa Agropecuaria Avicasa Norteña S.A.C. Trujillo, 2017; y sus objetivos específicos fueron: Identificar las deficiencias del control interno en el área de ventas de la empresa Agropecuaria Avicasa Norteña S.A.C. Analizar la rentabilidad de la empresa Agropecuaria Avicasa Norteña S.A.C. con y sin la mejora del control interno. Proponer el mejoramiento del control interno utilizando el modelo COSO III en el área de ventas de la empresa Agropecuaria Avicasa Norteña S.A.C.; usando la metodología de tipo descriptiva y diseño no experimental, teniendo como resultados y conclusiones:

1. Se identificó las deficiencias del control interno en el área de ventas tales como la carencia de un manual de organización y funciones, falta de un manual de procedimientos, asimismo las políticas están establecidas de manera verbal, a esto se suma la falta de capacitaciones a los empleados de ventas, existen 85 ventas anuladas de las cuales 46 fueron anuladas porque los pedidos no

fueron entregados al cliente en el tiempo acordado y 39 fueron anulados por errores en los datos; otra deficiencia es la pérdida de 9,197.10 kg de huevos encontrados al comparar la cantidad de salidas de huevos según el registro de inventarios y el reporte de ventas generado por el sistema contable esto se debe a que la jefa de ventas no verifica el pedido antes de su despacho; también se encontró que los comprobantes emitidos no concuerdan con los ingresos del registro de ventas por la existencia de 365 boletas de venta blancas generando riesgo de sanciones tributarias.

2. Al analizar la rentabilidad del año 2016 donde se presentan deficiencias de control interno con la proyección del año 2017 donde el control interno es mejorado, se encontró que la rentabilidad se incrementa para el año 2017 obteniendo una rentabilidad de ventas de 7.16%, rentabilidad del capital propio de 12.86% y la rentabilidad de la inversión global de 9.15%.
3. Se propuso la implementación del sistema de control interno COSO III, que a través de sus 5 componentes y 17 principios se identifican los procedimientos, políticas y demás controles necesarios para hacer frente a los riesgos del área de ventas y permitan al área realizar sus operaciones con eficiencia.
4. El control interno en el área de ventas tiene efecto positivo en la rentabilidad de la empresa Agropecuaria Avicasa Norteña S.A.C, ya que las deficiencias encontradas en el área de ventas serán contrarrestadas con los controles diseñados, impulsando a que se

alcancen las ventas deseadas y se incrementen a S/.7,420,366 que dieron lugar al aumento de la utilidad a S/.531,521 y de la rentabilidad de las ventas a 7.16%.

(HORNA, 2017) En su investigación denominada: “CONTROL INTERNO Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA INVERSIONES BLAS SAC DE LA CIUDAD DE TRUJILLO, AL TERCER TRIMESTRE DEL AÑO 2017”

realizada en la ciudad de Trujillo, tuvo como objetivo general: Analizar el control Interno y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Inversiones Blas SAC de la ciudad de Trujillo, al tercer trimestre del año 2017. Y habiendo tenido como objetivos específicos: Describir el control interno de la empresa Inversiones Blas SAC de la ciudad de Trujillo, al tercer trimestre del año 2017. Analizar la rentabilidad después de aplicar el control interno de la empresa Inversiones Blas SAC de la ciudad de Trujillo, al tercer trimestre del año 2017. Propuesta de implementación del control Interno para mejorar la rentabilidad de la empresa Inversiones Blas SAC de la ciudad de Trujillo, al tercer trimestre del año 2017. Usando la metodología tipo descriptiva diseño no experimental correlacional, teniendo los resultados siguientes:

1. La empresa Inversiones Blas SAC tiene un buen control interno debido a la implementación de un sistema de control Interno eficiente a inicios del año 2017. La empresa cuenta con un MOF,

cuenta con políticas definidas y difundidas a todo el personal, se realizan capacitaciones constantes al personal, el área del almacén se encuentra en debido orden y las mercaderías codificadas, se lleva Kardex, se realizan inspecciones a las mercaderías, el área de ventas cuenta con un catálogo de productos y se realiza un registro de las ventas del día.

2. El control interno incide positivamente en la rentabilidad de la empresa Inversiones Blas SAC; esto lo refleja el análisis de la rentabilidad mediante los ratios ejecutados con anterioridad, en la cual se puede determinar un incremento favorable de utilidades del año 2017 en comparación del año 2016; así lo confirman los resultados de la tabla N° 06; cual indica un incremento del ROA de 33% (2017) y 25% (2016), ROE de 43% (2017) y 40% (2016). El incremento de la rentabilidad se originó con el mejoramiento del control interno en la cual se pudo determinar la rentabilidad de 79,623.72 soles en el año 2017 y 41,535.04 soles en el año 2016.
3. Un adecuado control interno incide favorablemente en la rentabilidad de la empresa Inversiones Blas SAC, incrementando la utilidad de 41,535.04 en el año 2016 a 79,623.72 al tercer trimestre del año 2017, así lo indica la tabla N° 06-08. Esto es originado por una mejor organización y programa de control interno que ayuda a su vez a mejorar el rendimiento del personal, las actividades y la rentabilidad de la empresa.

4. La propuesta de un Plan de mejora permitirá el incremento de la rentabilidad de la empresa Inversiones Blas SAC, en la cual se encuentran las políticas y procedimientos de control, que permita mejorar los problemas que se encuentren posteriormente en la organización.

(QUISPE, 2017) En su trabajo de investigación denominado: **“CONTROL INTERNO Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA ANITA DE TELLO EIRL, DEL DISTRITO VÍCTOR LARCO HERRERA, AL TERCER TRIMESTRE DEL 2017”**, realizado en la ciudad de Trujillo, tuvo como objetivo general: Analizar cómo incide el Control Interno en la rentabilidad de la Empresa Anita de Tello E.I.R.L, del distrito Víctor Larco Herrera, al tercer trimestre de 2017. Cuyos objetivos específicos fueron: Describir las deficiencias presentes en las actividades que realiza la Empresa Anita de Tello E.I.R.L, del distrito Víctor Larco Herrera, al tercer trimestre del 2017. Analizar la Rentabilidad de la Empresa Anita de Tello E.I.R.L del distrito Víctor Larco Herrera, al tercer trimestre del 2017. Proponer la implementación de Control Interno para mejorar la rentabilidad de la Empresa Anita de Tello E.I.R.L del distrito Víctor Larco Herrera, al tercer trimestre del 2017; usando la metodología tipo descriptiva de diseño no experimental correlacional, obteniendo los siguientes resultados:

1. La empresa Anita de Tello EIRL, logro incrementar su utilidad para el tercer trimestre del 2017, debido a la implementación sistemas de control interno, mejorando las deficiencias presentes con la Implemento un manual de organización y funciones, difundió políticas para todas las áreas, hubo mayor control en las ventas al crédito, se brinda capacitación al personal, implemento un modelo de kardex para el control de mercadería y un flujograma para el área de almacén, reduciendo así los egresos e incrementando los ingresos obteniendo resultados positivos en la rentabilidad.
2. El control interno incide positivamente en la rentabilidad de la empresa Anita de Tello EIRL, esto lo demuestra el análisis a los estados financieros mediante los ratios de rentabilidad desarrollados anteriormente, los cuales arrojan resultados favorables en la utilidad del periodo 2017 , mostrando un índice de 38% en la rentabilidad patrimonial,33% en la rentabilidad del activo y 22% rentabilidad de ventas a diferencia del periodo 2016 donde fueron poco favorables reflejados en la tabla n° 11.
3. La implementación de un apropiado control interno contribuye a mejorar la rentabilidad de la empresa Anita de Tello EIRL, obteniendo una utilidad de s/ 90,208 en el periodo 2016 en comparación del periodo 2017 donde se incrementó la utilidad a S/ 130,817, ya que hubo mayor organización y mejoraron las deficiencias presentes.

2.2.Bases Teóricas de la Investigación:

2.2.1. Marco Teórico

2.2.1.1. El Control Interno

(Capote, 2007) Expresa que el control interno, aplica los métodos y medidas para salvaguardar los activos de la empresa, con la máxima seguridad. Cumple con los objetivos de preservar los recursos, las operaciones, las políticas administrativas y económicas; dando confiabilidad, así mismo cumpliendo las metas y permitiendo ampliar sus fronteras para el crecimiento de la empresa.

El control interno operacional (Capote, 2007) lo define como la planificación de procedimientos y políticas gerenciales que se debe aplicar dentro de la organización eficientemente; por ello el autor manifiesta que, la responsabilidad principal de la gerencia o directores de una entidad, debe ser, operar con eficiencia y eficacia, siendo el objetivo primordial obtener mayores ganancias y de ser una organización sin fines de lucro, deberá hacer uso eficiente del recurso que se le asigna. Significando esto que, en cualesquiera fuera el caso, se deberá tener ya sea productos o en su defecto servicios a costo aceptable y de excelente calidad (p.13).

2.2.1.2. Objetivos de Control Interno

(Capote, 2007) Expresa que, los objetivos son:

1. Proteger los activos de la Empresa (p.12).
2. Obtener información correcta y confiable (p.12).
3. Promover la eficiencia en las operaciones (p.12).
4. Lograr la adhesión a las políticas de la dirección de la Empresa (p.12).

2.2.1.3. Importancia

(Capote, 2007) Expresa: la importancia, porque le otorga la confianza de que sus operaciones están siendo preservadas con la seguridad y responsabilidad. Recordemos que el control interno es muy bien planificado de tal manera que nos brinda esta garantía de confiabilidad. Parte importante para que el sistema de control interno se desarrolle con los resultados óptimos, es porque el recurso humano de la empresa, se involucra con gran responsabilidad e identidad del ente donde labora (p.15).

2.2.1.4. Principios del Control Interno

(Capote, 2007) Expresa que los principios del control interno está basado en:

- **División de Trabajo:** Esto permite que, se involucre más de una persona o departamento en una operación determinada, haciendo que no exista centralismo, y que los segundos verifiquen y conozcan el trabajo que realizan los primeros (p.16).
- **Fijación de Responsabilidad:** Permite que cada persona o departamento tenga fijada documentalmente y conozca su responsabilidad, no solo de sus funciones, si no de la relacionada con los medios y recursos que tiene a su cargo (p.16).
- **El Cargo y el Descargo:** Relacionados con ceder y aceptar la responsabilidad de un recurso en cada operación o transacción, quedando claro bajo su firma de los documentos de quien recibe y entrega, en que cantidad y tipo de recurso (p.17).

2.2.1.5. Tipos de Control Interno

(Capote, 2007) Expresa que existen los siguientes tipos de control interno:

- **El Control Interno Administrativo u Operacional:** permite obtener mayor utilidad posible o hacer el mejor uso de los recursos, ya que esto involucra a todas las áreas de la empresa.
- **Control Interno Contable:** Esto permite la confiabilidad de los datos contables, registrando las operaciones contables autorizadas.
- **La Verificación Interna:** Esto permite tener un control contable, físico, estadísticos o de comparación y análisis de variaciones, ya sea de cuentas y otra clase, cerrando toda posibilidad de irregularidad.

2.2.1.6. Los Componentes del Control Interno:

Según (Ladino, 2009), en su informe considera como los componentes interconectados al:

➤ **Ambiente de Control:** refiere a la responsabilidad y espíritu ético de los agentes quienes ejecutan las actividades con la importancia que éste merece. Fundamentalmente la actitud asumida desde la gerencia o directores del ente (p.10).

Tiene como principales factores a: la filosofía y cualidad de la gerencia y de la dirección; la organización, su plan, reglamentos y manuales de los procedimientos; la integridad, los valores éticos, competencia profesional y sobre todo los componentes comprometidos con las políticas y procedimientos establecidos; la forma de asignación de funciones, administrar y el desarrollo personal (p.11)

➤ **Evaluación de Riesgos:** el control interno justamente es para eliminar valga la redundancia los riesgos, que afectan a las actividades de la organización, por ello se debe tener pleno conocimiento del ente; evaluar las partes vulnerables, para neutralizar todo aquello que pueda perjudicar (p.11)

➤ **Actividades de Control:** como su nombre dice, son las actividades que permiten salvaguardar el cumplimiento de los objetivos establecidos neutralizando todo tipo de perjuicio a la entidad (p.12).

- **Información y Comunicación:** este permite recoger, procesar, identificar y revelar información de hechos internos y externos, para un mejor seguimiento y control (p.13).

- **Supervisión:** refiere a la organización idónea y eficaz, así como la revisión continua y permanente con el objetivo de asegurar que el control interno funciona adecuadamente en la entidad (p.13).

2.2.1.7. 400-499 NIA Control Interno (MADRID, 2018)

expresa que:

1. Otorgar lineamientos para obtener una comprensión de los sistemas de contabilidad y de su control interno y sobre el riesgo de auditoría y sus componentes: riesgo inherente, riesgo de control y riesgos de dirección.

2. Los sistemas de contabilidad y de control interno deben ser comprendidos para planear la auditoría y desarrollar un enfoque de auditoría efectiva. El Auditor debe usar juicio profesional para evaluar el riesgo de auditoría y diseñar instrucciones que certifique la reducción del riesgo, brindando una aceptabilidad.

3. Como en todo existen los riesgos, aquí se manifiesta el riesgo de auditoría cuando el dictamen es errado, por la evaluación de estados financieros elaborados incorrectamente. Existen tres elementos de peligro: inherente, control y de dirección.
4. Cuando las cuentas o clases de cuenta muestran saldos importantes, pero no ajustados a un control por haberse utilizado éstas de forma errónea, allí se manifiesta el peligro inherente, dentro de la auditoría.
5. Cuando se da los errores inherentes y no se ha descubierto a tiempo, ni se ha hecho las correcciones por los sistemas contables o de controles internos, es que se manifiesta el riesgo de control.
6. La auditoría realizada no ha descubierto, ni ha puesto en manifiesto los errores de saldos en cuentas o clases de ellas, que sea finalmente mostrados en otros saldos erróneamente, es que estamos frente a un riesgo de detección.
7. Un software contable tiene instrucciones diversas para identificar, analizar, calcular, registrar, reportar e informar todos los movimientos contables, a través de sus reportes, siendo este sistema contable necesario e importante.

8. Los lineamientos e instrucciones, que se toman por la dirección de la empresa, para cumplir con las metas y objetivos, custodiando el patrimonio, los activos, así como el compromiso del recurso humano para cumplir con éstos lineamientos e instrucciones, se le conoce como sistema de control, que en un ente es inherente, para obtener buenos resultados.

2.2.1.8. Los Estados Financieros

(APAZA, 2015)Indica que son, informes que muestran información financiera y económica de un ente, de forma estructurada. Los estados financieros están compuestos por:

- ⇒ Estado de Situación Financiera (p.619).
- ⇒ Estado de Resultados (p.619).
- ⇒ Estado de Flujo de Efectivo (p.619).
- ⇒ Estado de Cambios en el Patrimonio (p.620)

(APAZA, 2015)Manifiesta que la finalidad de los estados financieros es la de informar respecto a los recursos económicos y obligaciones, así como los cambios registrados en ellos en un determinado periodo, de acuerdo al marco de información financiera (p.1198)

2.2.1.9. Importancia del Análisis a los Estados Financieros

(Gerencie.com, 1998)Indica que, el análisis a los estados financieros es de vital y necesario en el ente, dado que, permite a directivos o responsables de la organización tomar decisiones, en base al diagnóstico de la situación financiera y económica del ente (p.1).

2.2.1.10. Ratios Financieros

(Kamiya, 2019)Indica que, también se le conoce como razones financieras, que sirve para medir, la relación existente entre dos cifras financieras del ente, obtenidas de los estados financieros, en especial del estado de situación financiera y estado de resultado(p.1)

2.2.1.11. Tipos de Ratios Financieros

(Kamiya, 2019)En su publicación web, considera cuatro tipos de ratios financieros:

- ⇒ Ratios de Liquidez (p.1)
- ⇒ Ratios de Endeudamiento o de Solvencia (p.1)
- ⇒ Ratios de Rentabilidad (p.1)
- ⇒ Ratios de Gestión u Operativos (p.1).

2.2.1.12. Análisis de Ratios

(Gerencie.com, 1998)Éstas son herramientas que nos permite analizar la gestión en un ente, y gracias a este diagnóstico se tome decisiones para mejorar la organización en marcha (p.1).

2.2.1.13. Rentabilidad

Según (Raffino, 2018) considera que son los beneficios que se obtienen a raíz de una inversión ejecutada en un determinado periodo. Éste es elemento fundamental en la proyección financiera de un ente. También se considera como un indicador de eficiencia-eficacia de la administración, cuando la rentabilidad es mayor el efecto es mayor beneficio para los dueños o accionistas del ente (p.1).

(MAPCAL, 1995)En su guía para la gestión de la pequeña empresa, para obtener resultados rentables, se deberá como empresa ser eficaces y eficientes lo primero nos permitirá el crecimiento y nos va conducir al éxito, y lo segundo finalmente nos producirá la rentabilidad (p.XI).

2.2.1.14. Rentabilidad Financiera:

Según (Morillo, 2001) indica que es todo aquello que tiene la capacidad de producir ganancias después de haber ejecutado una inversión, la misma que beneficia a la empresa y sus trabajadores. (p.37)

2.2.1.15. Rentabilidad Económica:

(Raffino, 2018) Define que la rentabilidad económica es la que resulta sobre los activos totales o la totalidad de la inversión del ente. (p.1).

Según (Morillo, 2001) la reducción de costos también es una salida para las empresas industriales, que siempre tienen altos niveles de activos, es decir deben controlar sus costos para contrarrestar la baja rotación de activos y obtener una rentabilidad económica más elevada. (p.40).

2.2.1.16. Ratios de Rentabilidad:

(Sambola, 2004) Nos dice que: el ratio de rentabilidad mide la capacidad de generar utilidad, es decir recursos suficientes para pagar sus costos y remunerar a los

propietarios, éste determina el éxito o fracaso de la administración en el manejo de los recursos siendo los más importantes el financiero y económico, los que responden a la pregunta: ¿Cuánto gano o puedo ganar con este negocio?; permitiendo tomar decisiones importantes respecto a costos, gasto e inversiones. (p.51).

% Rentabilidad =	Beneficio
	Recursos económicos

2.2.1.17. Indicadores de Ratios de Rentabilidad

(Kamiya, 2019) Nos explica que el ratio de rentabilidad, tiene como indicadores a los siguientes:

- ⇒ Bruta sobre Ventas (p.1).
- ⇒ Operativa sobre Ventas (p.1).
- ⇒ Neta sobre Ventas (p.1).
- ⇒ Del Capital (p.1).
- ⇒ Del Patrimonio (p.1).
- ⇒ Del Activo (p.1)

2.2.1.18. Rentabilidad Neta Sobre Ventas:

(Bautista, 2015) Mide la rentabilidad neta sobre el total de ventas del negocio, donde se consideren los gastos de operación financieros, laborales y tributarios de la organización. En otras palabras, nos muestra cuántos céntimos gana la compañía por cada sol vendido de mercadería. También conocido como ratio de beneficio neto sobre ventas. (p.2).

$\% \text{ Rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$
--

2.2.1.19. Rentabilidad Operativa Sobre Ventas:

(Kamiya, 2019) Indica que sirve para medir los ingresos después de pagar costos variables (p.1).

$\% \text{ Rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}}$

2.2.1.20. Rentabilidad Bruta Sobre Ventas:

(MAPCAL, 1995) Indica que este ratio mide el margen de utilidad bruta de las ventas, es decir acá se considera las ventas y el costo de ventas (p.70)

$\% \text{ Rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$

2.2.1.21. Rentabilidad del Capital

(Kamiya, 2019)Mide el retorno de rentabilidad sobre el aporte de los accionistas.

$$\% \text{Rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Social}}$$

2.2.1.22. Rentabilidad del Patrimonio

(Kamiya, 2019)Mide la capacidad del ente para generar ganancia neta con la inversión de hecha por los socios y lo que ha generado el ente (p.1).

$$\% \text{Rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

2.2.1.23. Rentabilidad del Activo

(Kamiya, 2019)Manifiesta que es un ratio de medición global de la empresa, debido a que nos hace ver la capacidad de generar ganancias con el uso de activos (p.1).

$$\% \text{Rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$$

2.2.1.24. Ratio Liquidez: Liquidez Corriente

(Kamiya, 2019)Manifiesta que, éste indicador mide de manera general y nos muestra que porcentaje de deudas a corto plazo es respaldado por el activo (p.1).

$$\%Liquidez = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

2.2.1.25. Ratio de Gestión: Periodo de Cobro

(Kamiya, 2019)Manifiesta que, este indicar muestra los días en que la cobranza se convierte en efectivo, y el resultado expresa días (p.1).

$$\text{Gestión} = \frac{\text{Cuentas por Cob.Comerc.}}{\text{Ventas al Crédi/ 360 días}}$$

2.2.1.26. Ratio de Endeudamiento: Endeudamiento de Activo

(Kamiya, 2019)Manifiesta que este indicador muestra en su resultado, cuanto del activo está financiado, brindando un panorama de cuanto la empresa se encuentra endeudada (p.1).

$$\%Endeudamiento = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

2.2.1.27. Área de Ventas

Esta área, es quien se encarga de planificar, ejecutar, controlar y promover las ventas a los diferentes clientes, es el área estratégica de la empresa.

2.2.1.28. Administración

La tarea actual de administración es interpretar los objetivos propuestos por el ente y transformarlo en acción organizacional a través de la planeación, la organización la dirección y el control de todas las actividades realizadas en las áreas y niveles de la empresa con el fin de alcanzar tales objetivos de la manera más adecuada a la situación.

(Ortiz, 2009, pág. 4)

Funciones:

Agrupar a las operaciones de la empresa en seis funciones: **actividades técnicas:** producción, transformación y fabricación; **actividades comerciales:** compras, ventas e intercambios; **actividades financieras:** captación y administración de capitales; **actividades de seguridad:** protección de los bienes y de las personas; **actividades contables:** inventarios,

balances, costos, estadísticos y finalmente **actividades de dirección:** previsión, organización, mando, coordinación y control.

Importancia:

(Álvarez, 2011) expresa la importancia de la administración de la siguiente forma: Administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar; prever es escrutar el porvenir y confeccionar el programa de acción; organizar es construir el doble organismo, material y social de la empresa; mandar es dirigir al personal; coordinar es ligar, unir y amortizar todos los actos y todos los esfuerzos y finalmente controlar es vigilar para que todo suceda conforme a las reglas establecidas y a las órdenes dadas. (p.46).

2.2.1.29. Datos Informativos de la Empresa

2.2.1.29.1. Breve Reseña Histórica:

La Empresa Granja Santa Marcea S.R.L., con R.U.C. 20275928721, con dirección en CAR. PANAMERICANA KM 695 Guadalupe – Pacasmayo – La Libertad; fue

creada el 1 de febrero de 1996. Es una empresa industrial con autonomía económica, administrativa y política; siendo una de las razones de su existencia la comercialización de huevos y gallinas en el mercado local, regional y nacional.

Dio inicio a sus operaciones con un capital de 314,700.- nuevos soles, tal como consta en minuta elaborada por el Dr. Héctor De Lama Herrera y al inicio de sus actividades sólo vendía huevos.

Conformación societaria:

Socios	CAPITAL SOCIAL	
	%	Nuevos Soles
Plasencia Zapata, Marcela Franccesca	98%	308,406
Plasencia Zapata Luis Fernando	1%	3,147
Plasencia Zapata Lourdes Isabel	1%	3,417
Total	100%	314,700

Actualmente la Gerente General es la Sra. Marcela Franccesca Plasencia Zapata

La Granja Santa Marcela S.R.L., cuenta con galpones clasificados, de acuerdo al proceso de pollitas a gallinas ponedoras, es decir levante y postura, iniciando la postura desde

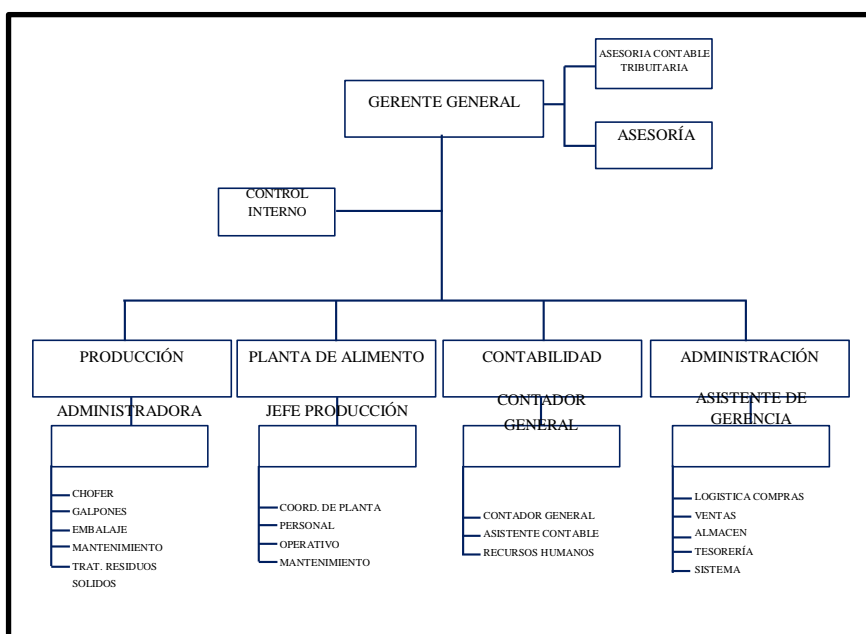
la semana 19 a la 70, poniendo huevos de calidad para venta a la cadena de alimento proteico del mercado peruano, en sus tres niveles, local regional y nacional. Ya en la semana 70 adelante la gallina pone un huevo descalcificado, por ello éstas gallinas se ponen a la venta.

- **Visión:** (Granja Santa Marcela, 2018) Consolidarse como una empresa reconocida en el mercado avícola, ofreciendo productos de alta calidad. Proporcionar calidad de vida a sus clientes, innovando productos saludables, a través de un proceso automatizado, que permita ser líder en costos y poseer el mejor indicador de rentabilidad en el sector (p.1).
- **Misión:** (Granja Santa Marcela, 2018) es una empresa comprometida en la salud de sus clientes, garantizando en sus productos calidad y eficiencia en la producción y comercialización de huevos, logrando la preferencia de nuestros consumidores en función de

satisfacer las necesidades del consumo de la población y fortalecer el sector avícola (p.1).

- **OBJETIVOS:** Ofrecer al mercado productos de alta calidad proteica; generar empleo contribuyendo al desarrollo económico; incrementar la productividad, para obtener mayor rentabilidad; tener responsabilidad ambiental, minimizando el impacto negativo en los procesos; instruir al personal, en seguridad y salud laboral.

- **ORGANIGRAMA**



Fuente: Empresa Granja Santa Marcela S.R.L.

- **ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES:**

❖ **Gerente General:**

Responsable legal, con facultades de representación.

Funciones:

- Planificar todos los procesos y organiza la Administración de la Empresa.
- Controla los recursos económicos y bienes del ente.
- Decide el contrato o permanencia de los empleados.
- Define espacio para un excelente ambiente de trabajo.

❖ **Asesoría Contable y Tributaria:**

Unidad de apoyo a la Gerencia General y propietario, respecto a las políticas tributarias y contables de acuerdo a las situaciones o excepcionalidades que el país vive.

❖ **Asesoría Legal:**

Unidad de apoyo a la Gerencia General para los asuntos, laborales y legales varios, que en su momento requiera la Empresa.

❖ **Control Interno:**

Unidad encarga de dictar políticas en marco estratégico general de la empresa, evaluar su cumplimiento, para obtener los resultados óptimos.

❖ **Departamento de Producción:**

Este constituye la base principal de la actividad de la empresa, ya que tiene bajo su responsabilidad la producción de huevos.

❖ **Planta de Alimentos:**

Este departamento se encarga de la producción del alimento balanceado para la gallina dependiendo de las edades, para así lograr huevos de alta contenido proteico.

❖ **Contabilidad:**

Departamento que tiene bajo su responsabilidad la contabilidad de la empresa, informa los resultados económicos de la empresa, en el momento oportuno.

❖ **Administración:**

Departamento que tiene bajo su responsabilidad las áreas de:

- Logística – Compras
- Ventas
- Almacén
- Tesorería
- Sistema

Se encarga de dictar políticas para las áreas bajo su carga.

○ **ÁREA DE VENTAS:**

- ⇒ Planifica las distintas políticas de venta.
- ⇒ Realiza estudio de precios de la competencia.
- ⇒ Analiza situación del mercado.
- ⇒ Emite todos los comprobantes relacionados con la venta.

2.2.2. Marco Conceptual

Control interno:

Sistema planificado, que permite controlar los procesos y actividades, evitando acciones incorrectas que perjudiquen al negocio o empresa.

Rentabilidad:

Capacidad de producir utilidad a partir de la inversión que se realiza.

Influencia:

Determina o altera los resultados de alguien o algo.

Venta:

Es obtener un producto o servicio a cambio de un pago.

Administración:

Conjunto de acciones que permiten dirigir una economía.

Avícola:

Relacionada a las aves domésticas, de la avicultura.

Avicultura:

Son las técnicas que permiten la crianza de aves y el aprovechamiento de su producto.

Camada:

Crías de animales de un mismo parto.

Descarte

Retirar algo que ya no se usa para algo productivo.

Granja Avícola:

Lugar o establecimiento donde se crían aves de corral, donde se cosecha para el uso de su carne o huevos.

Gestión:

Acciones conjuntas que se realizan para conseguir o dirigir una organización, negocio o empresa.

Eficacia:

Es la capacidad de producir algo con el efecto deseado, es decir lograr determinadas metas.

Eficiencia:

La capacidad del ser humano de alcanzar las metas con los menores esfuerzos y recursos.

Natalidad:

Crías nacidas en un determinado lugar y día.

Mortalidad:

Crías muertas en un determinado periodo y lugar.

Planta de incubación:

Lugar donde se mantiene los huevos para tener pollitos de calidad.

Población:

Números de animales vivos por especie, línea o raza.

Comercialización:

Se refiere a la venta de productos.

Galponeros:

Persona que realiza las actividades de la crianza y cuidado de aves de granja, con miras a la venta de su carne o huevos.

Granja:

Casa de campo, con áreas especialmente para la crianza de ganado o animales domésticos.

Granjas Avícolas Reproductoras:

Espacios donde se tiene animales de corral con la finalidad de que sean padres para obtener huevos fértiles para la incubación.

III. HIPÓTESIS

No se plantea hipótesis por ser un trabajo descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

Esta investigación fue de diseño **no experimental, descriptivo correlacional**, ya que este trabajo de investigación no se basó en un experimento, ni creación y las variables no se manipulan, es decir describe las variables en estudio.

4.1.1. Investigación No Experimental:

Según (**Hernandez, 2014**) define como la investigación que realiza sin manejar deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tales y como se dan en su contexto natural para analizarlos con propiedad (p.152).

4.1.2. Descriptivo - Correlacional

Según (Hernandez, 2014) determina si las variables están correlacionadas o no, el propósito es describir las variables y analizar su incidencia en el contexto dado (p.157).

4.2. Población y Muestra

4.2.1. Población:

La Población que se escogió en éste trabajo de investigación fueron las micro y pequeñas empresas industriales del Perú.

4.2.2. Muestra

La muestra que se usó para el presente trabajo de investigación fue Granja Santa Marcela S.R.L.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

TÍTULO: El control interno en el área de ventas y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas industriales del Perú:

Caso Granja Santa Marcela S.R.L., Guadalupe, 2018

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional		Ítems Preguntas	Fuentes	Instrumentos
		Dimensiones	Indicadores			
Variable Independiente Control Interno en el área de Ventas	(APAZA, 2015) Define al control interno como, el plan de métodos y procedimientos que de forma coordinada se aplica en la empresa, con la finalidad de salvaguardar los activos, verificar la confiabilidad y la exactitud de la información financiera.(p.418).	Componentes del Control Interno	Entorno de Control	<p>¿La empresa tiene manual de organización y funciones en el área de ventas, manual de procedimientos y diagrama de flujo para el proceso de ventas?</p> <p>¿La empresa tiene separada las funciones que se ejecutan en las actividades del área de ventas?</p> <p>¿Existen políticas de venta al crédito, promociones y descuentos; y quien es el responsable de establecerlas?</p>	Trabajadores área de ventas	Cuestionario Guía de observación Guía de revisión documental Fichas bibliográficas
			Evaluación y Riesgos	<p>¿Se emite el informe de facturas o boletas al término del día para que se realice un arqueo diario del efectivo cobrado y/o depositado por las ventas efectuadas?</p> <p>¿El área de ventas, cada que tiempo entrega la documentación física a contabilidad para su custodia y registro contable?</p>		
			Actividades de Control	<p>¿Se ejecutan conciliaciones diarias de los despachos de productos terminados vs. la emisión de facturas y boletas?</p> <p>¿Las políticas de crédito, descuento y precios están de acorde a los del mercado avícola, porque?</p>		
			Información y Comunicación	<p>¿Existe retraso en el despacho de productos, porqué y esto se informa?</p> <p>¿La empresa cuenta con algún mecanismo para la recepción y atención de quejas?</p> <p>¿Se comunica las dificultades y/o deficiencias de los procesos de venta, a quién?</p>		
			Actividades de Supervisión	<p>¿Cada qué periodo se realizan supervisiones a las actividades y procesos del área de venta?</p>		

Fuente: Elaborado por el autor.

TÍTULO: El control interno en el área de ventas y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas industriales del

Perú: Caso Granja Santa Marcela S.R.L., Guadalupe, 2018.

Variables	Definición Conceptual	Definición operacional		Ítems Preguntas	Fuentes	Instrumentos
		Dimensiones	Indicadores			
Variable dependiente RENTABILIDAD	(Morillo, 2001) Menciona que, es todo aquello que tiene la capacidad de producir ganancias después de haber ejecutado una inversión, la misma que beneficia a la empresa y sus trabajadores(p.37).	Análisis Financiero	Análisis de Estados Financieros	Análisis Vertical Análisis Horizontal	Trabajadores de ventas	Cuestionario Guía de observación Guía de revisión documental Fichas bibliográficas
	Análisis de Ratios		Bruta sobre ventas = Utilidad Bruta/Ventas Operativa sobre ventas = Utilidad Operativa/Ventas Neta sobre Ventas = Utilidad Neta/Ventas Del Capital = Utilidad Neta/Capital Social Del Patrimonio = Utilidad Neta/Patrimonio Del Activo = Utilidad Neta/Activos Ratio Liquidez = Activo Corriente/Pasivo Corriente Ratio de Gestión = Cuenta por Cob. Com./Venta*360 Ratio de Endeudamiento=Pasivo Total/Activo Total			

Fuente: Elaborado por el autor.

4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Los datos fueron recolectados, de la documentación contable de la empresa; se realizó una entrevista a la encargada de ventas y a un trabajador de la misma área, para conocer las actividades que se desarrollan y los procedimientos que se aplican para cumplir con los objetivos establecidos por la empresa.

4.4.1. Técnicas

Son los medios que se utiliza para recoger información para la investigación.

Para este trabajo de investigación se utilizó las técnicas: Entrevista, Observación, Revisión documentaria, Revisión bibliográfica.

b) Entrevista:

Se utilizó ésta técnica para escudriñar el control interno en el área de ventas, y la incidencia en los resultados de rentabilidad.

El autor (Hernandez, 2014) define la entrevista como un intercambio de información entre el entrevistado(s) y el entrevistador, lo que permitirá a través de ésta información construir significados respecto al tema de investigación (p.403).

c) Observación:

Se utilizó ésta técnica para observar paso a paso los procesos de ventas; las formas como se vienen ejecutando y finalmente observando los resultados obtenidos.

El autor (Hernandez, 2014) Define como un método de registro sistemático de datos confiables y válidos, de comportamientos y situaciones observables (p.252)

d) Revisión Documentaria:

Se utilizó ésta método para complementar la técnica de observación; revisando los documentos contables, que muestran los resultados de la empresa, así como documentos del área de ventas.

(Gónima, 2012) Dice que la documentación manifiesta: acciones, experiencias, tiempos, y es práctico organizarla en función a lo requerido, porque nos permite hacernos una idea de lo que investigamos, confirmando o haciéndonos dudar de lo que manifiesta el o los entrevistados (p.1).

e) Revisión Bibliográfica:

Se buscó bibliografía para obtener información respecto al problema de la presente investigación.

(BERNARDO, 2018) Manifiesta que, la revisión bibliográfica es importante para la investigación, ésta pasa por la etapa de la lectura, registro de información y elaboración de texto escrito (p.2).

4.4.2. Instrumentos

a) Cuestionario:

Según (Hernandez, 2014) el cuestionario es un instrumento muy utilizado, consiste en una serie de preguntas respecto a las variables a medir en una investigación, debiendo ser congruente con el planteamiento del problema (p.217).

Para el presente trabajo de investigación se elaboró un cuestionario con preguntas sencillas pero con gran fondo informativo, se aplicó a la encargada de ventas y al asistente de la misma área.

b) Guía de Observación:

Este instrumentó sirvió para registrar determinados hechos y fenómenos ocurridos durante el desarrollo del trabajo de investigación.

c) Guía de Revisión Documentaria:

Éste instrumento sirvió para revisar la documentación que se utiliza en el proceso de venta, como los documentos contables de situación financiera.

d) Fichas Bibliográficas:

Éste instrumento muy utilizado en los trabajos de investigación, sirvió para registrar y resumir datos importantes sacados de otras investigaciones, fuentes bibliográficas.

4.5. Plan de Análisis

- Para lograr los resultados del objetivo específico uno (1) se utilizó el método revisión bibliográfica, que permitió realizar el análisis de antecedentes y las bases teóricas.
- Se obtuvo los resultados del objetivo específico dos (2), utilizando el método de la entrevista, y como instrumento un cuestionario estructurado, recabando información valiosa la misma que se validó con el método de observación que se realizó a los procesos de venta durante el desarrollo de la investigación, como la revisión documentaria de los resultados de análisis financieros de la empresa.
- Para obtener los resultados del objetivo tres (3) se realizó un análisis comparativo entre los objetivos específicos (1) y (2), sustentando las coincidencias de las bases teóricas.
- Después de haber analizado y comparado, en el resultado del objetivo tres (3), se procedió a elaborar la propuesta de mejora para el control interno en el proceso de venta de la Empresa Granja Santa Marcela SRL, del distrito de Guadalupe.

4.6. Matriz de Consistencias

Línea de investigación: Finanzas y Rentabilidad

Título de la Investigación	Enunciado del Problema	Objetivo General	Objetivos Específicos	Variable	Técnicas de Recolección de Datos	Metodología
El Control Interno en el área de ventas y su influencia en la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas Industriales del Perú: Caso Granja Santa Marcela S.R.L., Guadalupe, 2018	¿Cuál es la influencia del control interno del área de ventas en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas industriales del Perú y de la Granja Santa Marcela S.R.L., Guadalupe, 2018?	Determinar y describir la influencia del control interno del área de ventas en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas industriales del Perú y de la Granja Santa Marcela S.R.L., GUADALUPE, 2018.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describir la influencia del control interno del área de ventas en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas industriales del Perú, 2018. 2. Describir la influencia del control interno del área de ventas en la rentabilidad de la Granja Santa Marcela S.R.L., Guadalupe 2018. 3. Realizar un análisis comparativo de la influencia del control interno del área de ventas en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas industriales del Perú y de la Granja Santa Marcela S.R.L., Guadalupe, 2018. 4. Después de haber realizado el análisis comparativo del Objetivo N° 3, se propone mejoras en el control interno del área de ventas de la granja Santa Marcela S.R.L. Guadalupe, 2018. 	<p>Variable Independiente: Control Interno</p> <p>Variable Dependiente: Rentabilidad</p>	<p>Técnicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Entrevista -Observación -Revisión documentaria -Revisión bibliográfica <p>Instrumentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cuestionario -Guía de observación -Guía de revisión documentaria -Fichas bibliográficas 	<p>Diseño de la Investigación</p> <p>Es no Experimental</p> <p>Descriptivo y Correlacional</p> <p>Población</p> <p>Micro y Pequeña Empresas Industriales del Perú</p> <p>Muestra</p> <p>Granja Santa Marcela SRL, Guadalupe, 2018.</p>

Fuente: Elaborado por el Autor.

4.7. Principios Éticos:

- ✓ **Protección a las personas:** Éste principio tiene la finalidad de proteger al investigador y las personas involucradas en la investigación, los protege frente cualquier situación de vulnerabilidad.
- ✓ **Beneficencia y no Maleficencia:** El investigador finalmente debe ayudar con su investigación, no causar daño con ella.
- ✓ **Justicia:** El investigador debe ser justo, razonable y tomar precauciones, debe tener un trato equitativo con las personas inmersas en las etapas del desarrollo de la investigación.
- ✓ **Integridad Científica:** El investigador debe ser íntegro con sus investigaciones, así como lo es en sus actividades diarias concordantes con las normas deontológicas.
- ✓ **Consentimiento informado y expreso:** En toda investigación debe estar de manifiesto la voluntad de la forma libre, la información consentida para uso del fin del proyecto.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

En este capítulo, se plantea los puntos más importantes de la investigación, los cuales son analizados de acuerdo a los antecedentes, recopilación de datos mediante la entrevista aplicada al encargado y asistente de ventas, así como la observación realizada, y la revisión documentaria, según los objetivos trazados.

5.1.1. Resultado respecto al Objetivo Específico N°1

Describir la influencia del control interno del área de ventas en la rentabilidad de las empresas industriales del Perú, 2018.

CUADRO 01: RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 1

AUTOR	RESULTADO
(OBANDO MUÑOZ & PARHUAY CALLO, 2018)	En su investigación denominada: “CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MEDISCIENCE S.A.C PERIODO 2016 - 2017”-Callao. Describe como el control interno en el área de ventas influye favorablemente en la rentabilidad de la empresa; primero se detectó

	<p>los riesgos de control, luego implementando adecuadamente el sistema de control interno, En su tesis demuestra con la prueba de hipótesis Rho de Spearman, donde p-valor es 0.000, menor que el nivel de significancia de 0.50, denotándose un relación muy alta, entre la variable control interno del área de ventas y la rentabilidad, es decir el coeficiente determina que es del 100% la influencia del control interno en la rentabilidad de la empresa.</p>
<p>(Contreras Villavicencio, Manchay Sánchez, & Macedo Huerta, 2019)</p>	<p>En su investigación denominada: “CONTROL INTERNO DEL PROCESO DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA SOLUEX PERÚ SAC EN EL PERIODO 2017”Lima. Describe al control interno en el proceso de ventas como factor primordial para obtener rentabilidad en la empresa, en su tesis determina mediante aplicación de encuestas que la empresa tiene debilidades en la evaluación de riesgos y actividades de control, ya que no se pone en conocimiento el flujograma (44%encuestados), los procedimientos del área de ventas no son</p>

	<p>supervisados (64%encuentados); esto evidenciándose en la baja rentabilidad que tiene la empresa según el análisis del estado de resultados, sin embargo aplicando a lo proyectado con la implementación del control interno la rentabilidad varía en un 66%.</p>
<p>(SANTILLÁN, 2018)</p>	<p>En su investigación denominada: “IMPLEMENTACIÓN DE CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA ANGLO AMERICAN TRADING CO S.A LIMA 2018” Describe como el control interno en el área de ventas puede maximizar las ganancias, demostrando en este estudio la influencia positiva en la rentabilidad de la empresa; hace un aporte científico describiendo que, con la implementación del control interno en el área de ventas, se logra minimizar los riesgos que son la amenaza constante de las empresas, de esa manera el control interno establecerá las políticas normas y procedimientos a seguir para una adecuada ejecución de ventas, al</p>

	<p>incrementar las ventas se genera mayores ganancias, esto hará que la empresa tenga mayores utilidades que beneficie a los directivos y trabajadores (p.35)</p>
<p>(HERRERA, 2017)</p>	<p>En su investigación: “CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AGROPECUARIA AVICASA NORTEÑA S.A.C. TRUJILLO, 2017”. Describe como el control interno en el área de ventas impacta positivamente en la rentabilidad de la empresa, En su tesis demuestra que el control interno en el área de ventas tiene efecto positivo en la rentabilidad de la empresa, evidenciándolo en el análisis que realiza donde el año 2016 sin la mejora del control interno las ventas netas fueron de S/5,057,653.00 y el año 2017 con la mejora del control interno se incrementa las ventas a S/7,420,366.00 que dieron lugar al aumento de la utilidad neta de S/91,293 a S/531,521.00 y el rendimiento sobre ventas de 1.81% año 2016 a 7.16% 2017.</p>

(HORNA, 2017)	<p>En su investigación “CONTROL INTERNO Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA INVERSIONES BLAS SAC DE LA CIUDAD DE TRUJILLO, AL TERCER TRIMESTRE DEL AÑO 2017”</p> <p>Describe como el control interno tiene un incidencia positiva en la rentabilidad de la empresa, en su tesis demuestra a través del análisis horizontal en el año 2016 sin mejoras del control interno obtuvo una utilidad de S/41,535.04, sin embargo con aplicación de las mejoras del control interno en el año 2017 obtuvo una utilidad de S/79,623.72, habiendo un incremento considerable de S/38,088.68 en la utilidad neta de un año a otro.</p> <p>Fuente: Datos obtenidos de los antecedentes del presente trabajo de investigación.</p>
---------------	--

5.1.2. Resultado respecto al Objetivo Específico N° 2

Describir la influencia del control interno del área de ventas en la rentabilidad de la Granja Santa Marcela S.R.L., Guadalupe 2018.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos mediante la técnica de la entrevista realizada a dos trabajadores del área de ventas y revisión documentaria.

5.1.2.1. RESULTADOS DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL PERSONAL DEL ÁREA DE VENTAS

Nº	PREGUNTA	RESPUESTA
1	¿La empresa tiene manual de organización y funciones, en el área de ventas, manual de procedimientos y diagrama de flujo para el proceso de ventas?	Expresaron que, cuentan con el MOF, RIT, los mismos que es de conocimiento de todos, se entregó una copia a cada trabajador y los procedimientos y diagrama de flujo no tiene, pero los procesos se realizan de acuerdo a los mecanismos ya establecidos desde años para el área de ventas.
2	¿La empresa tiene separada las funciones que se ejecutan en las actividades del área de ventas?	Expresaron que, están separadas las funciones en las actividades del proceso de ventas, sin embargo manifiestan que por razones de seguridad y confianza, se centraliza la ejecución de las funciones en la responsable del área.
3	¿Existen políticas para el control de las operaciones de venta, explique?	Expresaron que, las políticas de control en todo el proceso de venta son realizadas por la Gerente General, quien está en comunicación directa con la encargada del área. No existe documento escrito que las establezca, pero la ejerce directamente la gerente general.
4	¿Se cuenta con registro de pedidos diarios, para un orden de atención a los clientes?	Expresaron que, no cuentan con un formato oficial de registro de pedidos de los clientes, solo se lleva nota en un cuaderno.
5	¿Existen políticas de venta al crédito, promociones, descuentos, y quién es el responsable de establecerlas?	Expresaron que, si se cuenta con la venta al crédito, se da en caso de algún cliente mayorista que compra a partir de 15,000 huevos a más, sólo por un periodo máximo de pago de 15 días, éstas autorizaciones la realiza directamente la gerente general y ella da la indicación para la atención en esa modalidad; no se realiza promociones, pero si se hacen descuentos, y éstos descuentos son autorizados por la gerente general de acuerdo a los criterios que ella considere.
6	¿Se emite el informe de facturas o boletas al	Expresaron que, al término de cada día si se realiza un resumen de las ventas y se

	término del día para que se realice un arqueo diario del efectivo cobrado y/o depositados por las ventas efectuadas?	cruza con el efectivo y depósitos que se hallan realizado; acotando, que, siempre se verifica el depósito antes de atender el pedido, igual al final del día se realiza un cruce de todo lo ingresado contras las boletas y las facturas.
7	¿Se presenta casos de devoluciones de producto, se emite nota de crédito por devoluciones, quién autoriza, se tiene registro de éstas devoluciones?	Expresaron que, se ha dado un caso excepcional de una devolución, que fue autorizada por la gerente general, fue un caso no se han presentado porque la política de la empresa es no existe devolución de producto.
8	¿El área de ventas cada que tiempo entrega la documentación física a contabilidad para su custodia y registro contable?	Expresaron que, la emisión de comprobantes de pago se registra en el software NADASOF, que integra las áreas producción, comercialización y contabilidad; al siguiente día a primera hora se entrega la documentación al área contable.
9	¿Se ejecutan conciliaciones diarias de los despachos de productos terminados vs. la emisión de las facturas y boletas?	Expresaron que; al término del día se cruza información con almacén-despacho se verifica la cantidad despachada respecto a las ventas realizadas.
10	¿Existe retraso en el despacho de productos, porqué y esto se informa?	Expresaron que, se atiende en el momento oportuno a los clientes, antes de atender siempre se verifica la producción existente, y evitar algún contratiempo con los clientes.
11	¿Las políticas de crédito, descuento y precios están de acorde a los del mercado avícola, porque?	Expresaron que, la gerente general es la persona que autoriza los créditos, y los descuentos de igual forma, por lo que desconocen qué criterios técnicos aplicar para ello.
12	¿La empresa cuenta con algún mecanismo para la recepción y atención de quejas, explique?	Expresaron que, hasta ahora no ha existido queja alguna, sin embargo es la gerente general que atiende si en algún momento hubiera alguna.
13	¿Se comunica las dificultades y/o deficiencias en los	Expresaron que, la encargada de ventas mantiene una comunicación directa con la gerente general, a quien se le hace de

	procesos de venta, a quién?	conocimiento de cualquier dificultad que se presente para que sea solucionado.
14	¿Cada qué periodo se realizan supervisiones a las actividades y procesos del área de ventas?	Expresaron que, la gerente general realiza control inopinado al área y sus procesos.
15	¿La empresa realiza proyecciones de venta diaria, semanal quincenal, mensual o anual, y a qué porcentaje se cumplen, por qué?	Expresaron que, sí se realiza proyecciones de ventas, éstas son cada tres días, casi siempre se cumple al 100%, son muy raras las veces que no se llegue a la meta y logre un 95%.

Fuente: Elaborado por el Autor.

5.1.2.2. REVISIÓN DOCUMENTARIA

5.1.2.2.1. Estado de Situación Financiera Método Vertical

EMPRESA GRANJA SANTA MARCELA S.R.L.
Estado de Situación Financiera
Al 31 de Diciembre del 2018
(en soles)

	Al 31 de Diciembre	Al 31 de Diciembre	ANÁLISIS VERTICAL	
	2018	2017	2018	2017
ACTIVOS				
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	1,361,424.15	1,049,570.68	31.10%	27.93%
Cuentas por Cobrar Comerciales (neto)	112,074.03	109,498.14	2.56%	2.91%
Otras Cuentas por Cobrar (neto)	12,396.44	13,944.04	0.28%	0.37%
Existencias (neto)	69,991.22	65,635.54	1.60%	1.75%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1,555,885.84	1,238,648.40	35.55%	32.97%
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>				
Activos Adquir. En n Arrend. Financ.	90,669.61	85,361.25	2.07%	2.27%
Inmueble Maquinarias y Equipo (neto)	989,168.56	929,125.64	22.60%	24.73%
Activo Biológico	1,690,654.83	1,451,303.39	38.63%	38.63%
Activo Diferido	50,616.14	52,978.16	1.16%	1.41%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	2,821,109.14	2,518,768.44	64.45%	67.03%
TOTAL ACTIVO	4,376,994.98	3,757,416.84	100.00%	100.00%
PASIVO				
<u>PASIVO CORRIENTE</u>				
Impuestos y contribuciones por pagar	16,890.00	15,683.43	0.39%	0.42%
Remuneraciones y Particip. por Pagar	46,850.00	389.71	1.07%	0.01%
Cuentas Por Pagar Comerciales	934,006.91	929,564.20	21.34%	24.74%
Cuentas por Pagar Acción Direc.	398,651.18	352,467.99	9.11%	9.38%
Cuentas Por Pagar Diversas Terceras	181,464.87	130,157.55	4.15%	3.46%
Cuentas Por Pagar Div. Relac.	371,254.63	370,598.21	8.48%	9.86%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	1,949,117.59	1,798,861.09	44.53%	47.87%
<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>				
Obligaciones Financieras	607,345.19	590,248.82	13.88%	15.71%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	607,345.19	590,248.82	13.88%	15.71%
TOTAL PASIVO	2,556,462.78	2,389,109.91	58.41%	63.58%
PATRIMONIO				
Capital	314,700.00	314,700.00	7.19%	8.38%
Capital Adicional	11,500.00	11,500.00	0.26%	0.31%
Resultados Acumulados	476,698.24	400,854.11	10.89%	10.67%
Resultados del Ejercicio (Utilidad)	1,017,633.96	641,252.82	23.25%	17.07%
TOTAL PATRIMONIO	1,820,532.20	1,368,306.93	41.59%	36.42%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	4,376,994.98	3,757,416.84	100.00%	100.00%

Fuente: Elaborado por el Autor.

5.1.2.2. Estado de Situación Financiera Método Horizontal

EMPRESA GRANJA SANTA MARCELA S.R.L.
Estado de Situación Financiera
Al 31 de Diciembre del 2018
(en soles)

	Al 31 de Diciembre	Al 31 de Diciembre	ANÁLISIS HORIZONTAL	
	2018	2017	Absoluto	Relativo %
ACTIVOS				
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	1,361,424.15	1,049,570.68	311,853.47	29.71%
Cuentas por Cobrar Comerciales (neto)	112,074.03	109,498.14	2,575.89	2.35%
Otras Cuentas por Cobrar (neto)	12,396.44	13,944.04	-1,547.60	-11.10%
Existencias (neto)	69,991.22	65,635.54	4,355.68	6.64%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1,555,885.84	1,238,648.40	317,237.44	25.61%
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>				
Activos Adquir. En n Arrend. Financ.	90,669.61	85,361.25	5,308.36	6.22%
Inmueble Ma quinaria s y Equipo (neto)	989,168.56	929,125.64	60,042.92	6.46%
Activo Biologico	1,690,654.83	1,451,303.39	239,351.44	16.49%
Activo Diferido	50,616.14	52,978.16	-2,362.02	-4.46%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	2,821,109.14	2,518,768.44	302,340.70	12.00%
TOTAL ACTIVO	4,376,994.98	3,757,416.84	619,578.14	16.49%
PASIVO				
<u>PASIVO CORRIENTE</u>				
Impuestos y contribuciones por pa gar	16,890.00	15,683.43	1,206.57	7.69%
Re muneraciones y Pa rticip. por Pa gar	46,850.00	389.71	46,460.29	11921.76%
Cuentas Por Pa gar Comerciales	934,006.91	929,564.20	4,442.71	0.48%
Cuentas por Pa gar Acción Direc.	398,651.18	352,467.99	46,183.19	13.10%
Cuentas Por Pa gar Diversas Terceras	181,464.87	130,157.55	51,307.32	39.42%
Cuentas Por Pa gar Div. Re la c.	371,254.63	370,598.21	656.42	0.18%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	1,949,117.59	1,798,861.09	150,256.50	8.35%
<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>				
Obligaciones Financieras	607,345.19	590,248.82	17,096.37	2.90%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	607,345.19	590,248.82	17,096.37	2.90%
TOTAL PASIVO	2,556,462.78	2,389,109.91	167,352.87	7.00%
PATRIMONIO				
Ca pital	314,700.00	314,700.00	-	0.00%
Ca pital Adicional	11,500.00	11,500.00	-	
Re sultados Acumulados	476,698.24	400,854.11	75,844.13	18.92%
Re sultados del Ejercicio (Utilidad)	1,017,633.96	641,252.82	376,381.14	58.69%
TOTAL PATRIMONIO	1,820,532.20	1,368,306.93	452,225.27	33.05%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	4,376,994.98	3,757,416.84	619,578.14	16.49%

Fuente: Elaborado por el Autor.

5.1.2.2.3. Estado de Resultado Método Vertical

Estado de Ganancias y Pérdidas por Función Al 31 de Diciembre del 2018 (en soles)				
	Al 31 de Diciembre 2018	Al 31 de Diciembre 2017	ANÁLISIS VERTICAL	
			2018	2017
Ventas	9,301,746.96	8,599,587.13	100.00%	100.00%
(-)Descuentos, Rebajas y Bonif.	(159,596.21)	(116,417.54)	-1.72%	-1.35%
Ventas Netas	9,142,150.75	8,483,169.59	98.28%	98.65%
(-)Costo de Venta	(7,298,546.48)	(7,157,457.22)	-78.46%	-83.23%
Resultado Bruto	1,843,604.27	1,325,712.37	19.82%	15.42%
(-)Gastos de Ventas	(171,582.33)	(165,985.60)	-1.84%	-1.93%
(-)Gastos Administrativos	(370,538.05)	(325,419.29)	-3.98%	-3.78%
Resultado de Operación	1,301,483.89	834,307.48	13.99%	9.70%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS				
(-)Cargas Financieras	(41,256.08)	(40,186.34)	-0.44%	-0.47%
Resultado antes de Participaciones	1,260,227.81	794,121.14	13.55%	9.23%
(-)Distribución legal de la renta	(63,011.39)	(39,706.06)	-0.68%	-0.46%
Resultado antes del Impuesto	1,197,216.42	754,415.08	12.87%	8.77%
(-)Impuesto a la Renta	(179,582.46)	(113,162.26)	-1.93%	-1.32%
RESULTADO DEL EJERCICIO	1,017,633.96	641,252.82	10.94%	7.46%

Fuente: Elaborada por el Autor.

5.1.2.2.4. Estado de Resultado Método Horizontal

Estado de Ganancias y Pérdidas por Función				
Al 31 de Diciembre del 2018				
(en soles)				
	Al 31 de	Al 31 de	ANÁLISIS HORIZONTAL	
	Diciembre 2018	Diciembre 2017	Absoluto	Relativo
Ventas	9,301,746.96	8,599,587.13	702,159.83	8.17%
(-)Descuentos, Rebajas y Bonif.	(159,596.21)	(116,417.54)	-43,178.67	37.09%
Ventas Netas	9,142,150.75	8,483,169.59	658,981.16	7.77%
(-)Costo de Venta	(7,298,546.48)	(7,157,457.22)	-141,089.26	1.97%
Resultado Bruto	1,843,604.27	1,325,712.37	517,891.90	39.07%
(-)Gastos de Ventas	(171,582.33)	(165,985.60)	-5,596.73	3.37%
(-)Gastos Administrativos	(370,538.05)	(325,419.29)	-45,118.76	13.86%
Resultado de Operación	1,301,483.89	834,307.48	467,176.41	56.00%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS				
(-)Cargas Financieras	(41,256.08)	(40,186.34)	-1,069.74	2.66%
Resultado antes de Participaciones	1,260,227.81	794,121.14	466,106.67	58.69%
(-)Distribución legal de la renta	(63,011.39)	(39,706.06)	-23,305.33	58.69%
Resultado antes del Impuesto	1,197,216.42	754,415.08	442,801.34	58.69%
(-)Impuesto a la Renta	(179,582.46)	(113,162.26)	-66,420.20	58.69%
RESULTADO DEL EJERCICIO	1,017,633.96	641,252.82	376,381.14	58.69%

Fuente: Elaborado por el Autor.

5.1.2.2.5. Ratios Financieros

Rentabilidad Bruta sobre las Ventas		
	2018	2017
$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$	$\frac{1,843,604.27}{9,142,150.75} = 20.17\%$	$\frac{1,325,712.37}{8,483,169.59} = 15.63\%$

Rentabilidad Operativa sobre las Ventas		
	2018	2017
$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}}$	$\frac{1,301,483.89}{9,142,150.75} = 14.24\%$	$\frac{834,307.48}{8,483,169.59} = 9.83\%$

Rentabilidad Neta sobre las Ventas		
	2018	2017
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	$\frac{1,017,633.96}{9,142,150.75} = 11.13\%$	$\frac{641,252.82}{8,483,169.59} = 7.56\%$

Fuente: Elaborado por el Autor.

Rentabilidad del Capital		
	2018	2017
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Social}}$	$\frac{1,017,633.96}{314,700.00} = 323.37\%$	$\frac{641,252.82}{314,700.00} = 203.77\%$

Rentabilidad del Patrimonio		
	2018	2017
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$	$\frac{1,017,633.96}{1,820,532.20} = 55.90\%$	$\frac{641,252.82}{1,368,306.93} = 46.86\%$

Rentabilidad del Activo		
	2018	2017
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$	$\frac{1,017,633.96}{4,376,994.98} = 23.25\%$	$\frac{641,252.82}{3,757,416.84} = 17.07\%$

Fuente: Elaborado por el Autor.

RATIO DE LIQUIDEZ : Liquidez Corriente		
	2018	2017
$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{1,555,885.84}{1,949,117.59} = 0.80$	$\frac{1,238,648.40}{1,798,861.09} = 0.69$
RATIO DE GESTIÓN : Período de Cobro		
	2018	2017
$\frac{\text{Cuentas por Cob.Com.erc.}}{\text{Ventas al Crédi./ 360 días}}$	$\frac{112,074.03}{25,394.86} = 4$	$\frac{109,498.14}{23,564.36} = 5$
RATIO DE ENDEUDAMIENTO : Endeudamiento		
	2018	2017
$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	$\frac{2,556,462.78}{4,376,994.98} = 58.41\%$	$\frac{2,389,109.91}{3,757,416.84} = 63.58\%$

Fuente: Elaborado por el Autor.

5.1.3. Resultado respecto al Objetivo Específico N° 3

Realizar un análisis comparativo de la influencia del control interno del área de ventas en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas industriales del Perú y de la Granja Santa Marcela S.R.L., Guadalupe, 2018.

TEMAS	RESULTADOS OBJETIVO N° 1	RESULTADOS OBJETIVO N° 2	RESULTADO OBJETIVO N° 3
CONTROL INTERNO	A través de la revisión literaria de los autores (OBANDO MUÑOZ & PARHUAY CALLO, 2018); (Contreras Villavicencio, Manchay Sánchez, & Macedo Huerta, 2019); (SANTILLÁN, 2018); (HERRERA, 2017) y (HORNA, 2017) se aprecia que, en la mayoría de los casos, las empresas cuentan con políticas de control muy débiles, faltando mejorar las políticas y procedimientos de control interno. Concluyendo que, se debe perfeccionar, implementar, reforzar las políticas de control interno en el área de ventas, las mismas que deben estar alineadas a las políticas generales de control interno de la empresa.	De los resultados obtenidos en ésta investigación, podemos observar que, la Granja Santa Marcela S.R.L. cuenta con el control interno de lineamientos generales, pero falta reforzar el área de ventas, ya que no existe manual de procedimientos del proceso de ventas, donde se establezca criterios a utilizar para aplicar descuentos, ventas al crédito, promociones y un flujograma que ayude al proceso de ventas, mejorando la calidad de atención a los clientes; logrando así tener un mejor control alineado a las	COINCIDE

		políticas generales de la empresa.	
ÍNDICE DE RENTABILIDAD	<p>A través de la revisión literaria de los autores, (OBANDO MUÑOZ & PARHUAY CALLO, 2018); (Contreras Villavicencio, Manchay Sánchez, & Macedo Huerta, 2019); (SANTILLÁN, 2018); (HERRERA, 2017) y (HORNA, 2017), se aprecia que, mejorando, implementando o reforzando el control interno en el área de ventas, se logra incidencia positiva en la rentabilidad de la empresa, ha quedado demostrado en los análisis y aplicaciones de ratios para medir la rentabilidad de las ventas, concluyendo que el control interno ejerce una incidencia vital en la rentabilidad de la empresa; entonces, mejorando el control interno en ésta área y sus procesos permiten mayor ganancia y por ende mayor rentabilidad.</p>	<p>De los resultados obtenidos en este trabajo de investigación, podemos observaren el análisis del estado de resultados que la Granja Santa Marcela S.R.L., mantiene casi igual su nivel de rentabilidad; debiendo mejorar su rentabilidad, si se refuerza e implementa el control interno en los procesos de venta; para lograr mejores ganancias por ventas, generando mayor utilidad incidiendo positivamente en la obtención de mayor rentabilidad.</p>	COINCIDE

Fuente: Elaborado por el Autor.

5.1.4. Resultados respecto al Objetivo Específico N° 4

Después de haber realizado el análisis comparativo, donde se coincide que el control interno en el área de ventas influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas; se propone mejorar el control interno de la Granja Santa Marcela S.R.L. Guadalupe, 2018; implementando el flujograma y el manual de procedimientos para el proceso de ventas.

5.2. Análisis de Resultado

5.2.1. Respecto al Objetivo N° 1

En cuanto a que, las empresas en estudio de los autores (OBANDO MUÑOZ & PARHUAY CALLO, 2018); (Contreras Villavicencio, Manchay Sánchez, & Macedo Huerta, 2019); (SANTILLÁN, 2018); (HERRERA, 2017) y (HORNA, 2017), en su mayoría cuentan con control interno, en muchas de ellas, hay deficiencia, debiendo mejorar, implementare o reforzar el control interno en el proceso de ventas, habiéndose aplicando en los casos de estudio las mejoras e implementación del control interno se demuestra en los análisis que realizaron en cada una de éstos antecedentes estudiados, que, al mejorar o reforzar el control interno en el proceso de ventas, los resultados de las ventas mejoran considerablemente, obteniendo como resultado más utilidad determinando que el control interno en el área de ventas influye en la rentabilidad de las empresas.

5.2.2. Respecto al Objetivo N° 2

Se aplicó un cuestionario a dos trabajadores del área de ventas, donde se obtuvo los siguientes resultados:

5.2.2.1. Análisis del resultado de la entrevista

Pregunta 1: De acuerdo a las respuestas obtenidas, de los entrevistados manifiestan que, cuentan con manual de organización y funciones, reglamento interno de trabajo, pero no cuentan con el manual de procedimientos para los procesos de venta ni diagrama de flujo. Siendo vital e importante que ésta área cuente con el manual de procedimientos y diagrama de flujo.

Pregunta 2: De acuerdo a las respuestas obtenidas de los entrevistados, coinciden que las funciones por actividades del proceso de ventas se encuentran separadas funcionalmente, pero en una persona recae varias funciones de distintas actividades, por un tema de confianza. Resultando de gran ayuda para no caer en error o faltas contar con el manual de procedimientos para los procesos de ventas y flujograma.

Pregunta 3: De acuerdo a las respuestas obtenidas de los entrevistados, coinciden que, las políticas de control en las operaciones de venta, las dicta directamente la gerente general de forma verbal. De existir un manual de procedimientos para

los procesos de venta, allí se estarían establecidas las políticas técnicamente.

Pregunta 4: De acuerdo a las respuestas obtenidas de los entrevistados, manifiestan que no existe registro de pedidos de clientes. Contando con un flujograma y el manual de procedimientos para el proceso de venta, ayudaría para tener los registros de pedidos actualizados, que permite realizar una mejor atención a los clientes.

Pregunta 5: De acuerdo a las respuestas obtenida de los entrevistados, manifiestan que, las políticas de venta al crédito, autorizada por la gerente general quien da la orden directa a la encargada de ventas para proceder con la atención, no existen promociones, es la gerente general la que autoriza a quien se hace algún descuento, pero las ordenes son directas y verbales. Se hace de suma importancia la implementación del manual de procedimientos para el proceso de ventas, considerándose allí las políticas para las ventas al crédito, para no perjudicar los ingresos a la empresa.

Pregunta N° 6: De acuerdo a las respuestas obtenidas de los entrevistados, coinciden que, al término del día se realiza el cruce de lo vendido con lo cobrado, ya que antes de despachar se verifica los depósitos, para posterior atención.

Pregunta N° 7: De acuerdo a las respuestas obtenidas de los entrevistados, coinciden que por una vez excepcional la gerente general autorizó una devolución; la política de la empresa es no existe devolución de producto.

Pregunta N° 8: De acuerdo a las respuestas obtenidas de los entrevistados, manifiestan que los comprobantes de pago se emiten mediante un software NADASOF, que integra a las áreas de producción, comercialización y contabilidad, alcanzando los documentos las primeras horas del día siguiente.

Pregunta N° 9: De acuerdo a las respuestas obtenidas de los entrevistados, coinciden que al término del día se cruza información con almacén-despacho para verificar mercadería despachada contra lo facturado.

Pregunta N° 10: De acuerdo a las respuestas obtenidas de los entrevistados, coinciden en que las atenciones a los clientes son oportunas. Pero mejorarían si se implementa el manual de procedimientos para el proceso de ventas.

Pregunta N° 11: De acuerdo a las respuestas obtenidas de los entrevistados, manifiestan que las políticas de crédito, descuento y precios lo maneja la gerente general, y es ella quien autoriza. Éstas políticas inciden directamente en las ventas; es de vital importancia el manual de procedimientos

para el proceso de ventas, se establece con criterios técnicos de acuerdo a lo utilizado en el mercado, aplicar los descuentos y/o rebajas para los clientes, ya que este incide en los ingresos por concepto de ventas, por ende en la rentabilidad.

Pregunta N° 12: De acuerdo a las respuestas obtenidas de los entrevistados, manifiestan que no existe queja de clientes durante todos estos años.

Pregunta N° 13: De acuerdo a las respuestas obtenidas de los entrevistados, coinciden que la encargada de ventas tiene una comunicación directa con la gerente general y le comunica inmediatamente las deficiencias o dificultades que existieran y es la gerente quien da solución inmediata.

Pregunta N° 14: De acuerdo a las respuestas obtenidas de los entrevistados, manifiestan que la gerente general realiza supervisión inopinada al área y sus procesos.

Pregunta N° 15: De acuerdo a las respuestas obtenidas de los entrevistados, las proyecciones de venta se realizan cada tres días y se cumplen al 100% y en muy raras veces al 95%.

5.2.2.2. Análisis vertical del Estado de Situación Financiera

Este análisis permite evaluar la participación de las partidas contables reflejadas en el estado financiero dentro del elemento que corresponde. Es importante analizar los bienes del ente, así también su destino.

El análisis de años anteriores nos permite evaluar la evolución y la participación de las partidas contables en el estado financiero.

Respecto a las ventas, éstas están relacionadas directamente con el efectivo y equivalente a efectivo, así como con las cuentas por cobrar comerciales y activo biológico.

· El efectivo y equivalente al efectivo para el año 2017 tiene una participación en el Activo de la empresa del 27.93%, y para el año 2018 del 31.10%, significando una mayor participación en el activo.

· Las cuentas por cobrar comerciales tienen una participación del 2.91% en el año 2017 y 2.56% en el año 2018, disminuyendo su participación en el Activo de la empresa.

· El activo biológico tiene una participación para los años 2017 y 2018 del 38.63% dentro del activo del ente, se explica porque es fortaleza de la actividad que desarrolla.

- Inmuebles maquinarias y Equipo para el año 2017 tiene una participación del 24.73% y para el año 2018 22.60% produciendo una disminución en la participación del Activo de la Empresa.
- Las obligaciones de la empresa con los proveedores tienen una participación del 24.74% en el año 2017 y para el 2018 del 21.34% en el total pasivo y patrimonio.
- Las obligaciones financieras tienen en el 2017 un 15.71% y el 2018 13.88%, produciéndose una disminución en la participación del total del pasivo y patrimonio para el 2018.

5.2.2.3. Análisis Horizontal del Estado de Situación Financiera

El análisis horizontal nos permite evaluar los incrementos o disminuciones monetarias y porcentuales de las partidas contables reflejadas en el estado financieros, de un año respecto al otro.

Realizaremos la evaluación de las partidas contables del análisis vertical.

- El efectivo y equivalente al efectivo muestra un aumento de S/. 311,853.47 del 2017 al 2018, sufrió un incremento relativo del 29.71%.
- Cuentas por cobrar comerciales muestra un aumento de S/ 2,575.89 del 2017 al 2018, siendo el 2.35%.

- Activo biológico muestra un aumento considerable del S/239,351.44 del 2017 al 2018, tuvo un incremento relativo del 16.49%.
- Inmuebles maquinarias y equipo tuvo un aumento de S/ 60,042.92 del 2017 al 2018 siendo un 6.46%.
- Las obligaciones de la empresa con sus proveedores tuvo un aumento de S/ 4,442.71 del año 2017 al 2018, siendo un 0.48%.
- Las obligaciones financieras de la empresa tuvo un incremento de S/ 17,096.37 del 2017 al 2018, teniendo un incremento relativo del 2.90%

5.2.2.4.Análisis Vertical del Estado de Resultado de Ganancias y Pérdidas por Función

El análisis vertical evalúa el comportamiento de la gestión del ente, en base al desarrollo de su actividad. Por lo que evaluaremos la participación proporcional en base a las ventas.

La evaluación importante del área de ventas, tiene relación con el análisis de los descuentos y rebajas otorgadas y el costo de venta.

- El costo de ventas tienen una participación del 83.23% para el año 2017 y para el año 2018 78.46%, esto representa la

proporcionalidad del costo de producción por ser una empresa industrial.

· Los descuentos, rebajas y bonificaciones concedidas, tuvo una participación proporcional del 1.35 % en el año 2017 y para el año 2018 del 1.72% en las ventas.

· Los gastos de venta y administración tuvieron una participación respecto a las ventas en el año 2017 de 1.93% y 3.78% y en el año 2018 de 1.84% y 3.98% respectivamente.

· Las cargas financieras tuvieron una participación en las ventas de la empresa el año 2017 del 0.47% y en año 2018 de 0.44%.

5.2.2.5. Análisis Horizontal del Estado de Ganancias y Pérdidas por Función.

En el análisis horizontal, evaluaremos los incrementos y disminuciones monetarias y porcentuales de la participación en las ventas de un año respecto al otro.

Siguiendo en el orden de análisis evaluaremos las directamente relacionadas con las ventas.

· El análisis muestra que las ventas tuvo un incremento de S/702,159.83, respecto al año 2017 aumentando en 8.17%, logrando mayores ingresos para este ejercicio económico.

- Los cotos de ventas tuvo una disminución de S/ 141,089.26 respecto al año 2017, siendo una disminución relativa del 1.97%.
- Los descuentos, rebajas y bonificaciones concedidas se incrementó en S/ 43,178.67 respecto al año 2017, teniendo un aumento relativo del 37.09%., lo cual no es favorable ya que al seguir dándose descuentos o rebajas, sin procedimientos técnicos, esto incurre en una disminución de los ingresos.
- Los gastos de venta y administrativos sufrieron un aumento de S/ 5,596.73 y S/45,118.76 respecto al año 2017 siendo un aumento relativo del 3.37% y 13.86% respectivamente.
- Los gastos financieros tuvieron un incremento de S/1,069.74 respecto al año 2017 siendo el aumento relativo del 2.66%.
- En el análisis se aprecia aumento en los ingresos por consecuencia hubo un incremento en el impuesto a la renta de S/ 66,420.20 respecto al año 2017 siendo un aumento relativo del 58.69%.

5.2.2.6. Análisis e interpretación de Ratios

⇒ **Rentabilidad de las Ventas:**

Estos resultados demuestran que, en el año 2017, por cada S/100 vendido ha obtenido una utilidad bruta del 15.63% y en el año 2018, por cada S/100 vendido ha obtenido una utilidad bruta de 15.63%.

⇒ **Rentabilidad Operativa sobre Ventas:**

Éstos resultados demuestran que, en el año 2017, por cada S/100 vendido ha obtenido una utilidad operativa de 9.83% y en el año 2018, por cada S/100 vendido ha obtenido una utilidad operativa de 14.24%.

⇒ **Rentabilidad Neta sobre Ventas:**

Estos resultados demuestran que, en el año 2017, por cada S/100 vendido ha obtenido una utilidad neta de 7.56% y en el año 2018, por cada S/100 vendido ha obtenido una utilidad neta de 11.13%.

⇒ **Rentabilidad de Capital:**

Estos resultados obtenidos demuestran que, en el año 2017 los accionistas han generado un retorno de

203.77% y en el año 2018 ha generado un retorno de 323.37%.

⇒ **Rentabilidad de Patrimonio:**

Estos resultados demuestran que, en el año 2017, por cada S/100 de patrimonio se obtienen una rentabilidad del 46.86% y en el año 2018 por cada S/100 de patrimonio se obtiene una rentabilidad de 55.90%.

⇒ **Rentabilidad de Activo:**

Estos resultados obtenidos demuestran que, para el año 2017, la utilidad neta representa el 17.07% del total de los activos; y para el año 2018 la utilidad neta representa 23.25%; es decir, la granja en el 2017, uso el 17.07% y en el 2018 usa el 23.25% demostrando que está utilizando bien sus activos en la generación de utilidades.

⇒ **Ratio Liquidez: Liquidez corriente:**

Estos resultados obtenidos demuestran que, para el año 2017, la empresa tuvo problema de liquidez para afrontar sus deudas a corto plazo, sin embargo en el 2018 tienen 0.80, se ha recuperado con 0.11, pero aun

corre riesgo de no cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

⇒ **Ratio de Gestión: Período de cobro:**

Estos resultados obtenidos demuestran que, para el año 2017, la empresa demora en recuperar 5 días para recuperar el efectivo, días que se mantienen tal como se demuestra en el resultado del año 2018, que sigue siendo 5 días para recuperar su efectivo.

⇒ **Ratios de endeudamiento:**

Estos resultados obtenidos demuestran que, para el año 2017 el 63.58% de los activos se financió y en el 2018 58.41% de sus activos está financiado, significa entonces que solo el 41.59 finalmente con su propio capital.

5.2.3. Respecto al Objetivo N° 3

De acuerdo al análisis del resultado respecto al objetivo 3, se determina que: (OBANDO MUÑOZ & PARHUAY CALLO, 2018) En su tesis demuestra con la prueba de hipótesis Rho de Spearman, donde p-valor es 0.000, menor que el nivel de significancia de 0.50, denotándose un relación muy alta, entre la variable control interno del área de ventas y la rentabilidad, es decir el coeficiente determina que es del 100% la influencia del control interno en la rentabilidad de la empresa, es decir si el control es mayor, por ende la rentabilidad también; demostrando la incidencia positiva del control interno del área de ventas en la rentabilidad de la empresa.

(Contreras Villavicencio, Manchay Sánchez, & Macedo Huerta, 2019) En su tesis determina mediante aplicación de encuestas que la empresa tiene debilidades en la evaluación de riesgos y actividades de control, ya que no se pone en conocimiento el flujograma (44%encuestados), los procedimientos del área de ventas no son supervisados (64%encuestados); esto evidenciándose en la baja rentabilidad que tiene la empresa según el análisis del estado de resultados, sin embargo aplicando a lo proyectado con la posible implementación del control interno la rentabilidad varía en un

66%; por lo que concluye proponiendo revisar; actualizar las políticas de ventas e implementar el sistema del control interno en los procesos de venta para obtener mayor rentabilidad.

(SANTILLÁN, 2018) En su tesis, hace un aporte científico describiendo que, con la implementación del control interno en el área de ventas, se logra minimizar los riesgos que son la amenaza constante de las empresas, de esa manera el control interno establecerá las políticas normas y procedimientos a seguir para una adecuada ejecución de ventas, al incrementar las ventas se genera mayores ganancias, esto hará que la empresa tenga mayores utilidades que beneficie a los directivos y trabajadores (p.35).

(HERRERA, 2017) En su tesis demuestra que el control interno en el área de ventas tiene efecto positivo en la rentabilidad de la empresa, evidenciándolo en el análisis que realiza donde el año 2016 sin la mejora del control interno las ventas netas fueron de S/5,057,653.00 y el año 2017 con la mejora del control interno se incrementa las ventas a S/7,420,366.00 que dieron lugar al aumento de la utilidad neta de S/91,293 a S/531,521.00 y el rendimiento sobre ventas de 1.81% año 2016 a 7.16% 2017; demostrándose que la mejora del control interno en el área de ventas influye positivamente en la rentabilidad de la empresa.

(HORNA, 2017) En su tesis demuestra a través del análisis horizontal en el año 2016 sin mejoras del control interno obtuvo una utilidad de S/41,535.04, sin embargo con aplicación de las mejoras del control interno en el año 2017 obtuvo una utilidad de S/79,623.72, habiendo un incremento considerable de S/38,088.68 en la utilidad neta de un año a otro, significando que el control interno incide positivamente en la rentabilidad de la empresa. Entonces, existe coincidencia, ya que las empresas de la revisión literaria al mejorar, implementar o reforzar los controles internos en los procesos de venta, estos inciden positivamente en generar más ventas y por ende mayor ganancias; en la Granja Santa Marcela S.R.L. al implementar el manual de procedimientos para los procesos de venta y el flujograma, permitirá mejorar sus ventas y tener mayor rentabilidad. Determinando que el control interno en los procesos de venta, influyen positivamente en la rentabilidad de la empresa, así como se dará en la Granja Santa Marcela S.R.L.

5.2.4. Respecto al Objetivo N° 4

Después de haber realizado el análisis comparativo, se encontró que, la Granja Santa Marcela S.R.L. si cuenta con control interno, pero existe deficiencia al no contar con el manual de procedimientos y flujograma para el proceso de ventas, por lo que, se determinó, que para las ventas al crédito no existen políticas establecidas, éstas son dictadas directamente por la Gerente General, no usando criterios técnicos para éste tipo de ventas, así mismo se encuentra un vacío al no existe promociones para ventas, sirviendo éstas para incrementarlas; también se determinó mala ejecución en el desarrollo de las actividades, existiendo incorrecta aplicación de descuentos en las ventas, ya que no se utiliza % estándares, sino más bien, es la Gerente General quien decide a qué cliente se le otorga descuentos o rebajas; el área no cuenta con el flujograma de guía y ayuda para la ejecución de los procesos, debido a éstas fallas encontradas en el control interno del área de ventas de la Granja Santa Marcela S.R.L., se propone, mejorar el control interno en los procesos de venta; implementando el manual de procedimientos, detallando las políticas a considerar en cada actividad que se debe realizar de forma eficiente en los procesos de venta, a la vez implementar el flujograma de ésta área; que ayudará y servirá de guía para

el desarrollo de las actividades desde el inicio hasta el final de la venta.

En éste manual, se establecen los procedimientos a cumplir para el proceso de ventas, evitando fallas en las ventas al crédito, utilizando descuentos por criterios, promociones atractivas para motivar a nuestros clientes, quedando demostrado descriptivamente que la mejora en el control interno del área de ventas influye en la rentabilidad de la Granja Santa Marcela S.R.L.

VI. CONCLUSIONES

6.1. Conclusiones

6.1.1. Respecto al Objetivo N° 1

De acuerdo con los resultados de este objetivo, se concluye que, (OBANDO MUÑOZ & PARHUAY CALLO, 2018) demuestra con la hipótesis Rho de Spearman, que es el 100% la influencia del control interno en la rentabilidad de la empresa; (Contreras Villavicencio, Manchay Sánchez, & Macedo Huerta, 2019) demuestra en el análisis horizontal del estado de resultados que con la aplicación de la mejora del control interno incrementa un 66% la rentabilidad; (SANTILLÁN, 2018) hace un aporte científico describiendo que, la implementación del control interno en el área de ventas incide en la rentabilidad de la empresa; (HERRERA, 2017) evidencia que al aplicar el control interno existe un incremento de S/5,057,653.00 año 2016 a S/7,240,366.00 año 2017, demostrando la incidencia positiva del control interno del área de ventas en la rentabilidad; (HORNA, 2017) en su análisis horizontal determina la incidencia del control interno en la rentabilidad de la empresa, obteniendo resultados de incremento en la rentabilidad de S/38,088.68 del año 2016 al año 2017, si bien es cierto la mayoría de empresas cuentan con los controles internos, éstos son muy débiles, los que al verse mejorado, mediante la implementación, generan una incidencia positiva en la rentabilidad de la empresa,

demostrándose la vital importancia del control interno en los procesos de venta en una empresa, siendo el área de venta muy estratégica para generar ganancias.

6.1.2. Respecto al Objetivo N° 2

De acuerdo a los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas, se concluye que, la Graja Santa Marcela, cuenta con el control interno débil, el mismo que debe mejorar, implementando el manual de procedimientos para los procesos de venta donde debe establecerse las políticas y procedimientos para la aplicación de ventas al crédito, descuentos, promociones, así mismo un diagrama de flujo que sirva de guía y ayuda a la ejecución de los procesos.

Demostrándose que estos factores de control influyen en tener mayores ventas y generando más utilidad, representando rentabilidad para la empresa.

Resultando ser de gran necesidad, mejorar e implementar el control interno en el área de ventas, lo que conllevará a ver reflejado en el estado de resultados mayor utilidad, es decir mayores ganancias.

6.1.3. Respecto al Objetivo N° 3

De acuerdo a los resultados de este objetivo se concluye que, tanto las empresas en estudio como la Granja Santa Marcela S.R.L. coinciden que al mejorar el control interno en los procesos del área de venta éstos influyen positivamente en la rentabilidad de la empresa.

6.1.4. Respecto al Objetivo N° 4

Se concluye que, la Granja Santa Marcela S.R.L. aun contando con el control interno, se determinó deficiencias en la ejecución de las ventas al crédito, la aplicación de los descuentos, promociones, factores que permiten incrementar ventas; no cuenta con un flujograma y manual de procedimientos para los procesos de venta; por lo que; se propone, mejorar el control interno en el área de ventas, implementando el flujograma y manual de procedimientos para el procesos de ventas; como parte del control interno de la empresa. En éste manual se establece las políticas y procedimientos para la ejecución desde el inicio hasta el final del proceso de las ventas. Permitiendo de ésta manera incrementar ventas, tener clientes contentos, mostrar trato deferente con los cliente en las ventas al crédito, descuentos y promociones; ya que éstos aspectos son decisivos para

incrementar las ventas, a mejores precios o mayores ventas, mayor utilidad. Concluyendo entonces que, es de suma importancia y de gran necesidad mejorar el control interno en el área de ventas, lo que influenciará positivamente en la rentabilidad de la Granja Santa Marcela S.R.L.

6.2. Recomendaciones

1. Es de suma importancia y de gran necesidad aplicar el manual de procedimientos para el proceso de ventas, el cual contiene políticas y procedimientos para el procesos de ventas, siendo el área de ventas, un área neurálgica para la empresa, puesto que es allí donde se generan las ganancias por los mejores precios o la mayor cantidad de venta. El Manual de procedimientos establece políticas técnicas para la aplicación en ventas al crédito, descuentos, promociones sobre los productos.
2. Poner en conocimiento y uso el flujograma que permitirá tener bien claro el desarrollo y ejecución de las actividades, permitiendo mejorar los procesos de atención y atraer a los clientes.

La empresa tendrá mejores ingresos por ventas, representando mayor rentabilidad para ella. Lo cual reflejará que el control interno en el área de ventas influye positivamente en la rentabilidad de la Granja Santa Marcela S.R.L.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APAZA, M. M. (2015). AUDITORIA FINANCIERA . BREÑA - PERÚ:

INSTITUTO PACIFICO SAC.

Bautista. (2015). rentabilidad.

BERNARDO, P. L. (03 de 11 de 2018). FACULTAD DE PSICOLOGÍA ihs.

Obtenido de

https://www.javeriana.edu.co/prin/sites/default/files/La_revision_bibliografica.mayo_.2010.pdf

Capote, C. G. (2007). El control interno y el control. Economía y Desarrollo. Cuba:

Editorial Universitaria.

CASTILLEJO, V. J. (2018). Auditoría interna y su relación con la rentabilidad en las

empresas. LIMA: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO.

Contreras Villavicencio, A., Manchay Sánchez, L., & Macedo Huerta, R. A. (2019).

Control interno del proceso de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la

Empresa Soluex Perú SAC en el periodo 2017. LIMA: UNIVERSIDAD

TECNOLOGICA DEL PERU.

Coopers, & L. (1997). Los nuevos conceptos del control interno (informe coso).

Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.

Correa, F. (2009). Administración. El Cid Editor.

Gerencie.com. (1998 de Abril de 1998). @Gerencie.com. Obtenido de

https://www.gerencie.com/analisis-de-estados-financieros.html#Importancia_relativa_del_analisis_de_estados_financieros_en_el_esfuerzo_total_de_decision

GIRALDO, A. R. (2018). “EL CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA CONTABILIDAD CORPORATIVA S.A.C., LIMA 2017. LIMA - PERU: UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE.

Gónima, C. (09 de 08 de 2012). Facultad de Comunicación Social – UAO. Obtenido de <https://comunicacioneinvest3.wordpress.com/2012/08/09/revision-documental/>

Granja Santa Marcela. (11 de 11 de 2018). Manual de Organización y Funciones. Guadalupe.

Hernandez, S. R. (2014). Metodología de la Investigación. Mexico: Interamericana Editores S.A. de CV.

HERRERA, T. Y. (2017). Control Interno en el Área de Ventas y su Efecto en la Rentabilidad de la empresa Agropecuaria Avicasa Norteña S.A.C. Trujillo, 2017. TRUJILLO - PERÚ: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO.

HORNA, R. A. (2017). Control interno y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Inversiones Blas SAC de la ciudad de Trujillo, al tercer trimestre del año 2017. TRUJILLO - PERU: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO.

Kamiya, A. (03 de setiembre de 2019). CreceNegocios. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/ratios-financieros/>

Ladino, E. (2009). Control interno: informe Coso. Argentina: El Cid Editor.

MADRID, G. (05 de 11 de 2018). Normas Internacionales de Auditoria - Control Interno. Obtenido de MONOGRAFIAS.COM: <https://www.monografias.com/trabajos81/normas-internacionales-auditoria/normas-internacionales-auditoria2.shtml>

MAPCAL, S. (1995). GUÍA DE GESTION DE LA PEQUEÑA EMPRESA OBJETIVO:RENTABILIDAD. MADRID - ESPAÑA: DÍAZ DE SANTOS S.A.

MINAGRI. (2018). PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN AVÍCOLA. Lima: Sistema Integrado de Estadística Agraria.

MORENO, C. C. (2014). CONTROL INTERNO Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA PROAVEC DE LA CIUDAD DE LATACUNGA AÑO 2012. AMBATO - ECUADOR: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.

Morillo, M. (2001). Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos. Venezuela: Actualidad Contable FACES.

ÑAUPARI, A. J. (2018). Control Interno y la Rentabilidad de la empresa Visiontrack Inversiones S.A.C. en el distrito de San Juan de Lurigancho, 2018. LIMA - PERU: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO.

OBANDO MUÑOZ, M. L., & PARHUAY CALLO, N. E. (2018). CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MEDISCIENCE S.A.C PERIODO 2016 - 2017. CALLAO PERU: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO.

Ongallo, C. (2012). EL PROCESO DE VENTAS. Madrid: Ediciones Díaz de Santos

Ortega, O. (19 de 03 de 2018). Trabajos y Personas. Obtenido de <https://trabajoypersonal.com/area-de-ventas-y-marketing/>

Ortiz, C. (2009). El contro como fase del proceso administrativo. El Cid.

QUISPE, M. I. (2017). Control Interno y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa Anita de Tello EIRL, del distrito Víctor Larco Herrera, al tercer trimestre del 2017. TRUJILLO - PERU: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO.

Raffino, M. E. (16 de noviembre de 2018). Concepto.de. Obtenido de <https://concepto.de/rentabilidad/>

ROCANO, S. M. (2011). CONTROL INTERNO A LOS PROCESOS DE VENTA Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA

AVÍCOLA AGOYÁN EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010.
AMBATO – ECUADOR: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.

ROJAS, J. Y. (2020). La Aplicación del Control interno y su efecto en la Rentabilidad de la empresa Tandem Textil SAC- San Juan de Lurigancho 2018. LIMA - PERÚ: UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS.

SALDAÑA, L. H. (2017). AUDITORIA INTERNA Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN ECONOMICA Y FINANCIERA DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES EN EL DISTRITO DE SANTA ANITA, EN EL AÑO 2016. Lima: Universidad de San Martin de Porras.

Sambola, R. (2004). Ratios para analizar la empresa y cuantificar su valor. ProQuest Ebook Central: Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L.

SANTILLÁN, T. Y. (2018). Implementación de Control Interno en el Área de Ventas y su Influencia en la Rentabilidad de la Empresa Anglo American Trading Co S.A Lima 2018. Lima - Perú: UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMERICAS.

TORRES, M. J. (2011). EVALUACIÓN AL CONTROL INTERNO EN EL PROCESO DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MUEBLES LEÓN EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010. AMBATO-ECUADOR: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.

ANEXOS

Anexo 01: CUESTIONARIO



UCT

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

**ENCUESTA DIRIGIDA A LA EMPRESA GRANJA SANTA
MARCELA S.R.L., DEDICADA A LA ACTIVIDAD AVÍCOLA
COMERCIALIZACION DE AVES DE CORRAL Y PRODUCTOS**

INDICACIONES:

Escriba la respuesta que a su juicio considere.

DATOS GENERALES:

Nombre.....

Cargo que desempeña: Grado Académico:

Género: Masculino Femenino

Tiempo que laborara en la empresa:

-
1. ¿La empresa tiene manual de organización y funciones, en el área de ventas, manual de procedimientos y diagrama de flujo para el proceso de ventas?
.....
 2. ¿La empresa tiene separada las funciones que se ejecutan en las actividades del área de ventas?
.....
 3. ¿Existe políticas para el control de las operaciones de ventas, explique?
.....
 4. ¿Se cuenta con registro de pedidos diarios, para un orden de atención a los clientes?
.....
 5. ¿Existen retrasos en el despacho de productos, por qué y esto se informa?
.....

-
6. ¿La empresa cuenta con algún mecanismo para la recepción y atención de quejas, explique?
-
7. ¿Se ejecutan conciliaciones diarias de los despachos de productos terminados vs. la emisión de facturas o boletas?
-
8. ¿Se emite el informe de las facturas o boletas al término del día, para que se realice un arqueo diario del efectivo cobrado y/o depositado por las ventas efectuadas?
-
9. ¿Se presenta casos de devoluciones de producto, se emite nota de crédito por devoluciones, quién autoriza, se tiene registro de éstas devoluciones?
-
10. ¿Existe políticas de ventas al crédito, promociones y descuentos, y quién es el responsable de establecerlas?
-
11. ¿Las políticas de crédito, descuentos y precios están de acorde a los del mercado avícola, por qué?
-
12. ¿El área de ventas cada que tiempo entrega la documentación física a contabilidad para su custodia y registro contable?
-
13. ¿Se comunica las dificultades y/o deficiencias en los procesos de venta, a quién?
-
14. ¿Cada qué periodo se realizan supervisiones a las actividades y procesos del área de ventas?
-
15. ¿La empresa realiza proyecciones de venta diaria, semanal, quincenal o mensual o anual, y a qué porcentaje se cumplen, por qué?
-

Anexo 02: Guía de Observación

GUÍA DE OBSERVACIÓN			
Título: El Control Interno en el área de Ventas y su influencia en la Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas industriales del Perú, Caso: Granja Santa Marcela S.R.L. Guadalupe 2018			
Validación del Cuestionario aplicado			
Criterio / Escala	Si	No	Observación
1. El área de ventas tienen Manual de Organizaciones y Funciones	X		Se observa que, si cuenta con el MOF, donde establecen políticas de formas generales, falta reforzar y mejorar éste MOF
2. El área de ventas tiene manual de procedimientos		X	Se observa que no cuenta con el manual de procedimientos para el proceso de ventas, solo los procedimientos de siempre que han venido utilizando.
3. El área de ventas cuenta con un flujograma		X	Se observa que no cuenta con ninguna ayuda o guía para los procesos de venta
4. La empresa tiene separada las funciones que se ejecutan en las actividades del área de ventas	X		Se observa que en el MOF se encuentran segregadas las funciones, sin embargo varias actividades del proceso es realizada por una sola persona
5. cuenta con registro de pedidos diarios, para un orden de atención a los clientes	X		Se observa que mas que un registro oficial, lo que tienen es un block donde van anotando los pedidos y los van atendiendo, pero no existe un registro oficial que tengan.
6. Se emite el informe de las facturas o boletas al término del día, para que se realice un arqueo diario del efectivo cobrado y/o depositado por las ventas efectuadas	X		Se observa que la encargada en ventas, es quien vende y cobra, y ella cruza información y eso se le deriva a la gerente de la empresa, diariamente.
7. Existe políticas de ventas al crédito, promociones y descuentos.		X	Se observa que no existen políticas establecidas para aplicar los créditos, descuentos o promociones, a la consulta de la vendedora, es la gerente quien decide a quien se otorga algún descuento o a quien se le atende al crédito.

Anexo 03: Estado de Situación Financiera

GRANJA SANTA MARCELA S.R.L.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE 2018 (En Soles)

	Al 31-12-18	Al 31-12-17		Al 31-12-18	Al 31-12-17
ACTIVOS			PASIVO		
ACTIVOS CORRIENTES			PASIVO CORRIENTE		
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	1,361,424.15	1,049,570.68	Impuestos y contribuciones por pagar	16,890.00	15,683.43
Cuentas por Cobrar Comerciales (neto)	112,074.03	109,498.14	Remuneraciones y Particip. por Pagar	46,850.00	389.71
Otras Cuentas por Cobrar (neto)	12,396.44	13,944.04	Cuentas Por Pagar Comerciales	934,006.91	929,564.20
Existencias (neto)	69,991.22	65,635.54	Cuentas por Pagar Acción Direc.	398,651.18	352,467.99
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1,555,885.84	1,238,648.40	Cuentas Por Pagar Diversas Terceras	181,464.87	130,157.55
			Cuentas Por Pagar Div. Relac.	371,254.63	370,598.21
			TOTAL PASIVO CORRIENTE	1,949,117.59	1,798,861.09
ACTIVO NO CORRIENTE			PASIVO NO CORRIENTE		
Activos Adquir. En n. Arrend. Financ.	90,669.61	85,361.25	Obligaciones Financieras	607,345.19	590,248.82
Inmueble Maquinarias y Equipo (neto)	989,168.56	929,125.64	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	607,345.19	590,248.82
Activo Biológico	1,690,654.83	1,451,303.39	TOTAL PASIVO	2,556,462.78	2,389,109.91
Activo Diferido	50,616.14	52,978.16			
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	2,821,109.14	2,518,768.44	PATRIMONIO		
			Capital	314,700.00	314,700.00
			Capital Adicional	11,500.00	11,500.00
			Resultados Acumulados	476,698.24	400,854.11
			Resultados del Ejercicio (Utilidad)	1,017,633.96	641,252.82
			TOTAL PATRIMONIO	1,820,532.20	1,368,306.93
TOTAL ACTIVO	4,376,994.98	3,757,416.84	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	4,376,994.98	3,757,416.84

Estado de Resultado

GRANJA SANTA MARCELA S.R.L.

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS POR FUNCIÓN

Al 31 de Diciembre del 2018

(En Soles)

	2018	2017
Ventas	9,301,746.96	8,599,587.13
(-)Descuentos, Rebajas y Bonif.	(159,596.21)	(116,417.54)
VENTAS NETAS	9,142,150.75	8,483,169.59
(-)Costo de Venta	(7,298,546.48)	(7,157,457.22)
RESULTADO BRUTO	1,843,604.27	1,325,712.37
(-)Gastos de Ventas	(171,582.33)	(165,985.60)
(-)Gastos Administrativos	(370,538.05)	(325,419.29)
RESULTADO DE OPERACIÓN	1,301,483.89	834,307.48
OTROS INGRESOS Y EGRESOS		
(-)Cargas Financieras	(41,256.08)	(40,186.34)
RESULTADO ANTES DE PARTICIPACIONES	1,260,227.81	794,121.14
(-)Distribución legal de la renta	(63,011.39)	(39,706.06)
RESULTADO ANTES DEL IMPUESTO	1,197,216.42	754,415.08
(-)Impuesto a la Renta	(179,582.46)	(113,162.26)
RESULTADO DEL EJERCICIO	1,017,633.96	641,252.82

Anexo 04: Guía de Revisión documentaria

GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL			
Documento: Estado de Ganancias y Pérdidas por Función			
SECCIÓN / PARTE	RATIOS	AÑO 2018	AÑO 2017
Utilidad Bruta	Bruta sobre Ventas		
Año 2017	1,325,712.37		
Año 2018	1,843,604.27	20.17%	15.63%
Ventas	Utilidad Bruta		
Año 2017	8,483,169.59		
Año 2018	9,142,150.75		
Utilidad Operativa	Operativa sobre Ventas		
Año 2017	834,307.48		
Año 2018	1,301,483.89	14.24%	9.83%
Ventas	Utilidad Operativa		
Año 2017	8,483,169.59		
Año 2018	9,142,150.75		
Utilidad Neta	Neta sobre Ventas		
Año 2017	641,252.82		
Año 2018	1,017,633.96	11.13%	7.56%
Ventas	Utilidad Neta		
Año 2017	8,483,169.59		
Año 2018	9,142,150.75		
Utilidad Neta	Del Capital		
Año 2017	641,252.82		
Año 2018	1,017,633.96	323.37%	203.77%
Capital Social	Utilidad Neta		
Año 2017	314,700.00		
Año 2018	314,700.00		
Utilidad Neta	Del Patrimonio		
Año 2017	641,252.82		
Año 2018	1,017,633.96	55.90%	46.86%
Patrimonio	Utilidad Neta		
Año 2017	1,368,306.93		
Año 2018	1,820,532.20		
Utilidad Neta	Del Activo		
Año 2017	641,252.82		
Año 2018	1,017,633.96	23.25%	17.07%
Activos	Utilidad Neta		
Año 2017	3,757,416.84		
Año 2018	4,376,994.98		
Activo Corriente	Liquidez Corriente		
Año 2017	1,238,648.40		
Año 2018	1,555,885.84	0.80	0.69
Pasivo Corriente	Activo Corriente		
Año 2017	1,798,861.09		
Año 2018	1,949,117.59		
Cuentas por Cob.Comerc.	Créditos Otorgados		
Año 2017	109,498.14		
Año 2018	112,074.03	4	5
Ventas al Crédi./ 360 días	Cuentas por Cob.Comerc.		
Año 2017	23,564.36		
Año 2018	25,394.86		
Ventas al Crédi./ 360 días	Ventas al Crédi./ 360 días		
Año 2017	23,564.36		
Año 2018	25,394.86		
Pasivo Total	Endeudamiento		
Año 2017	2,389,109.91		
Año 2018	2,556,462.78	58.41%	63.58%
Activo Total	Pasivo Total		
Año 2017	3,757,416.84		
Año 2018	4,376,994.98		
Activo Total	Activo Total		
Año 2017	3,757,416.84		
Año 2018	4,376,994.98		

Anexo 05: Fichas Bibliográficas

Autor: (OBANDO MUÑOZ & PARHUAY CALLO, 2018)

Título: “CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MEDISCIENCE S.A.C PERIODO 2016 - 2017”-

Editorial: Universidad Nacional del Callao

Ciudad: Lima

Año: 2018

Resumen:

Este trabajo de investigación demuestra como el control interno en el área de venta, incide positivamente en la rentabilidad de la empresa, por ellos al verificar las falencias que existían en el aspectos de controles se propone mejoras, las que tienen como resultado mayor rentabilidad a la empresa.

Autor: (Contreras Villavicencio, Manchay Sánchez, & Macedo Huerta, 2019)

Título: “CONTROL INTERNO DEL PROCESO DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA SOLUEX PERÚ SAC EN EL PERIODO 2017”

Editorial: Universidad Tecnológica del Perú

Ciudad: Lima

Año: 2019

Resumen:

Este trabajo de investigación demuestra que al encontrar factores de riesgo de control interno en los procesos de venta, estos tienen una influencia negativa en la rentabilidad, de aplicarse la implantación el control interno en la empresa tendrá como resultados una rentabilidad mayor gracias al control interno ejecutado.

Autor: (SANTILLÁN, 2018)

Título: “IMPLEMENTACIÓN DE CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA ANGLO AMERICAN TRADING CO S.A LIMA 2018”

Editorial: Universidad Peruana de las Américas

Ciudad: Lima

Año: 2018

Resumen:

Este trabajo de investigación desarrollado, demuestra que el control interno en el área de ventas tiene una influencia positiva en la rentabilidad de la empresa; ya que al aplicarla durante el trabajo de investigación hace ésta conclusión, el control interno es fundamental en el crecimiento económico de la empresa; sabiendo que el área de ventas es donde se genera las ganancias para el ente; es por ello que aplicar el control interno en ésta área trae efecto positivo en la rentabilidad.

Autor: (HERRERA, 2017)

Título: “CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AGROPECUARIA AVICASA NORTEÑA S.A.C. TRUJILLO, 2017”.

Editorial: Universidad César Vallejo

Ciudad: Trujillo

Año: 2017

Resumen:

En este trabajo de investigación se determina que la empresa debe aplicar un control riguroso en todas sus áreas siendo una de las más importantes el área de ventas, por ello este estudio pone énfasis en el control interno demostrando en esta investigación que el control interno en el área de ventas genera un efecto positivo en la rentabilidad, es decir el control interno y rentabilidad tiene una incidencia directa.

Anexo 06: Propuesta de mejora – Manual de Procedimientos

Manual de Procedimientos para el Proceso de Ventas

Granja Santa Marcela S.R.L.

INTRODUCCIÓN

El presente manual de procedimientos tiene como objetivo servir de instrumento para el apoyo y consulta, en el funcionamiento operativo de los procesos de venta, al establecer en forma ordenada, detallada y secuencial, las operaciones y procedimientos realizados desde el inicio hasta el final de la venta de los productos de la Granja Santa Marcela S.R.L.

Este manual, contempla todos los Procesos del área de ventas, con el propósito de promover y optimizar e incrementar los índices de eficiencia en el desarrollo de los procesos de venta logrando exitosos resultados.

El presente manual se deberá actualizar en la medida que presente mejoras del sistema de control interno integral de la empresa, ya sea en los lineamientos generales establecidos, en la estructura orgánica o en algún otro que influya en su operatividad.

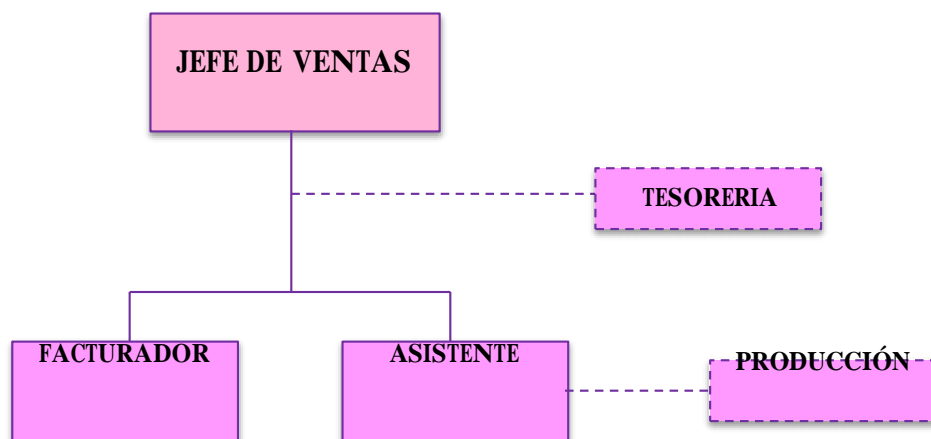
Objetivo:

Documentar los procedimientos del área de ventas; integrando en forma ordenada, secuencial y detallada las operaciones que se ejecuten con áreas que intervienen directamente en el desarrollo de cada proceso de ventas, así mismo precisando las responsabilidades operativas para la ejecución, control y evaluación de las actividades de cada proceso.

Alcance:

El presente manual de procedimientos será ejecutado diariamente por los responsables en cada uno de los procesos de venta, además será de alcance a las áreas que intervienen directamente en la venta desde el inicio hasta el final de la venta del producto.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



I. PROCESO Y PROCEDIMIENTO

1. REFIÉRASE A LA “ATENCIÓN AL CLIENTE”:

Responsabilidad : Jefe de Ventas

1.1. Políticas:

- ⇒ En caso de cambios de precios se comunica a los clientes mayoristas.
- ⇒ Clasificación de cliente por capacidad de compra: mayorista, de mercado (revendedores), Minorista (instituciones), menudeo (hogares).
- ⇒ Hace de conocimientos los descuentos, promociones que se ofrece de acuerdo a lo establecido en las actividades de control.

1.2. Procedimiento:

- ⇒ Recepcionar las llamadas telefónicas de los clientes.
- ⇒ Atender personalmente a los clientes.
- ⇒ Dar a conocer las mejoras del producto
- ⇒ Ofrecer los productos y dar a conocer los descuentos y promociones que se establece en las actividades de control, en beneficio de los clientes.

2. REFIÉRASE AL “PEDIDO DE VENTAS”:

Responsabilidad : Jefe de Ventas

2.1. Políticas:

- ⇒ Abastecimiento preferente a clientes fidelizados mayoristas
- ⇒ Se respeta las cuotas de abastecimiento a los clientes minoristas y de hogares.
- ⇒ Se hacen pedido anticipado
- ⇒ Se comunica con Gerencia General de haber pedidos con atención de crédito; para su aprobación o desaprobación.
- ⇒ Se respetan los pedidos y precios acordados.

2.2. Procedimiento:

- ⇒ Revisa diariamente el Stock de producción de huevos y aves

- ⇒ Registra el pedido de cliente.
- ⇒ Se traslada el pedido a facturador.

3. REFIÉRASE A LAS “VENTAS AL CONTADO”:

Responsable : Jefe de Ventas

3.1. Políticas

- ⇒ Precio de venta, es de acuerdo al mercado considerando variaciones diarias.
- ⇒ Las ventas al contado, en clientes mayoristas obtienen los descuentos de acuerdo a lo contemplado en las actividades de control.
- ⇒ Los pedidos se atienden con previo depósito en cuenta corriente o cancelación en oficina.
- ⇒ Se puede realizar pagos hasta con 3 días de anticipación al despacho, y máximo con un día de anticipación.
- ⇒ En el mismo día se emite la boleta o factura por la venta; así como el despacho del producto.
- ⇒ De haber depósito en cuenta, se valida con cliente a través de una llamada o la visita de cliente en oficina.
- ⇒ La entrega de productos se hace exclusivamente en granja para el caso de aves vivas y huevos.

3.2. Procedimientos

- ⇒ Se informa al cliente el monto a pagar.
- ⇒ Se coordina con tesorería para verificar si el cliente hizo el depósito de la venta en cuenta corriente, o para que cancele en efectivo el monto de su pedido, luego se procede a derivarlo con el facturador para emitir su comprobante de pago para su atención del despacho de mercadería.
- ⇒ Se verifica el depósito y se registra en el cuaderno de control, con los datos de cliente, para clasificar en un futuro cliente por formas de pago.
- ⇒ Se coordina con el cliente para que recoja la mercadería en granja.

- ⇒ Se coordina con el asistente de ventas, responsable del despacho para que ordene al Almacén preparen la mercadería y se atienda el despacho al cliente que va a recoger a granja.

4. REFIÉRASE A LAS “VENTAS AL CRÉDITO”:

Responsable : Asistente de Ventas

4.1. Políticas

- ⇒ Precio de venta, es de acuerdo al mercado considerando variaciones diarias.
- ⇒ El crédito se otorgan a clientes fidedignos con una antigüedad de tres años.
- ⇒ La venta al crédito tiene una recarga adicional del 3.5% del monto total del pedido.
- ⇒ La venta al crédito tiene un pago a cuenta del 25% del monto total del pedido, al momento del despacho.
- ⇒ Los créditos otorgados a los clientes tienen como plazo máximo de pago de 15 días calendarios.
- ⇒ Los pedidos al crédito deben tener obligatoriamente el V°B° de la Gerente General.
- ⇒ En el mismo día se emite la boleta o factura por la venta al crédito; así como el despacho del producto.
- ⇒ La entrega de productos se hace exclusivamente en granja para el caso de aves vivas y huevos.
- ⇒ La posterior cancelación de las ventas al crédito se realizan mediante el pago en efectivo en oficina o depósito en cuenta corriente de la empresa.
- ⇒ Controlar los créditos a través de la verificación constante del registro de cuentas por cobrar.
- ⇒ El Jefe de ventas y la gerente general están autorizados para realizar la gestión de cobranza de ventas al crédito.
- ⇒ La no cancelación de la factura en fecha programada genera las siguientes obligaciones:

- ❖ 10% más del total del saldo a pagar. Hasta los 10 días después del vencimiento del pago.
- ❖ 20% más del total del saldo a pagar, de haber pasado los 25 días de vencimiento de pago.
- ⇒ Los clientes que hayan incumplido un pago de crédito; no serán sujetos a créditos futuros.
- ⇒ Los clientes que cancelen dentro los 6 días antes de la fecha de vencimiento se les otorgará un descuento de acuerdo a lo contemplado en las actividades de control.

4.2. Procedimientos

- ⇒ Se coordina con el cliente para reforzar las políticas de las ventas al crédito, sobre las obligaciones que recae sobre él al no cumplir con el pago, y los beneficios que tienen al cumplir con los pagos antes de fecha.
- ⇒ Se coordina con tesorería para que cobre el 25% a cuenta de la venta al crédito, luego se procede a derivarlo con el facturador para emitir su comprobante de pago para su atención del despacho de mercadería.
- ⇒ Se registra en el cuaderno de cuentas por cobrar, con los datos de cliente, para hacer seguimiento de pago.
- ⇒ Se coordina con el cliente para que recoja la mercadería en granja.
- ⇒ Se coordina con el asistente de ventas, responsable del despacho para que ordene al Almacén preparen la mercadería y se atienda el despacho al cliente que va a recoger a granja.

5. REFIÉRASE A LA “EMISIÓN DE FACTURAS”:

Responsable : Facturador

5.1. Políticas

- ⇒ Emite facturado de acuerdo al pedido.
- ⇒ Emite reportes diarios de comprobantes de pagos emitidos por la venta de productos.
- ⇒ Conciliación diaria de comprobantes emitidos vr. Pedidos.

- ⇒ Traslada la documentación contable al día siguiente a primera hora al área de contabilidad.

5.2. Procedimientos

- ⇒ Recibe de Jefe de Ventas los pedidos para ser facturados, teniendo en cuenta el tipo de venta, y verificando el pago realizado, se procede a emitir el comprobante de pago.
- ⇒ Coordina con el cliente y lo deriva al asistente de ventas.
- ⇒ Sacar reporte de todos los comprobantes emitidos y alcanza a Jefe de ventas.
- ⇒ Sacar reporte de todos los comprobantes emitidos y hace una conciliación respecto a los pedidos que se le solicitado facturar.
- ⇒ Todos los días por la mañana deberá alcanzar toda la información de comprobantes de pago al área contable para su custodia y registro.

6. REFIÉRASE AL “DESPACHO”:

Responsable : Asistente Venta

6.1. Políticas

- ⇒ Copia del comprobante se entrega al almacén para preparación de mercadería para despacho.
- ⇒ Emite reportes diarios de cantidad de mercadería despacha.
- ⇒ Registra datos de cliente que recoge mercadería en granja.

6.2. Procedimientos

- ⇒ La jefa de venta coordina telefónicamente con asistente de ventas encargada de despacho en granja.
- ⇒ Coordina con el área de almacén para preparar la mercadería y atender el pedido.
- ⇒ Atiende a cliente, y solicita comprobante de pago, para proceder a entregar, previa verificación de cantidad de mercadería.
- ⇒ Anota todos los datos de cliente que recoge la mercadería en granja, para evitar algún mal entendido que termine en pérdida para la empresa por mal despacho de mercadería.

- ⇒ Emite reporte de toda la mercadería despachada al término del día y entrega a la jefa de ventas.

II. EVALUACIÓN DESEMPEÑO

Responsable : Gerente General

Políticas:

Cargo: Jefe de ventas

- ⇒ Número de ventas realizadas y rechazadas. Tamaño de los pedidos.
- ⇒ Número de reclamos de clientes
- ⇒ Número de clientes actuales, dados de baja y clientes nuevos
- ⇒ Ingresos por ventas
- ⇒ Logro proyecciones de ventas.
- ⇒ Crecimiento (ventas del periodo / ventas del periodo anterior).
- ⇒ Dominio del puesto; conocimiento sobre los manuales, procedimientos, políticas y demás lineamientos establecidos en el área de ventas.
- ⇒ Relaciones con los clientes, buen trato y la gestión de relaciones con los clientes.
- ⇒ Cualidades personales, iniciativa, trabajo en equipo, responsabilidad, presentación personal y creatividad.

Cargo: Facturador

- ⇒ Cantidad de Facturas anuladas por errores de digitación.
- ⇒ Emisión de reporte oportuno para la conciliación de las ventas diarias.
- ⇒ Relaciones con los clientes, buen trato y la gestión de relaciones con los clientes.
- ⇒ Cualidades personales, iniciativa, trabajo en equipo, responsabilidad, presentación personal y creatividad.

Cargo: Asistente de Ventas

- ⇒ Número de reclamos por demoras en la preparación de los pedidos o por no contar con las especificaciones solicitadas por los clientes.
- ⇒ Cantidad de desmedro ocurrido en el despacho de mercadería.
- ⇒ Dominio del puesto; conocimiento sobre los manuales, procedimientos, políticas y demás lineamientos establecidos en el área de ventas.
- ⇒ Relaciones con los clientes buen trato y despacho oportunos.
- ⇒ Cualidades personales iniciativa, trabajo en equipo, responsabilidad, presentación personal y creatividad.

III. INCENTIVOS Y SANCIONES

Responsable : Gerente General

INCENTIVOS

Políticas

- ⇒ Por alcanzar las metas al 100% proyectadas a más, en el mes, sobre el sueldo bruto un incentivo económico del 3%.
- ⇒ Por captar cliente mayorista, una capacitación al año con todos los gastos pagados por la empresa.
- ⇒ Otros que en el desarrollo se puedan presentar y de iniciativa de la Gerente General.

SANCIONES

Políticas

- ⇒ Por ocultamiento de información, en el MOF se considera falta muy grave, se aplicará las sanciones que ella establece.
- ⇒ Por el cobro del efectivo de una venta sin registrar, en el MOF considerada falta muy grave, se aplicará las sanciones en ella consideradas.
- ⇒ Por entregar información de ventas a la competencia, en el MOF se considera falta muy grave, se aplica lo establecido en ella.
- ⇒ Crear una factura falsa para despachar mercadería, en el MOF se considera falta muy grave, se aplica las sanciones que en ella establece.

- ⇒ Por entorpecimiento en los procesos de venta, en el MOF se considera falta grave, y se sanciona tal como lo estable.
- ⇒ Otros que pongan en riesgo el proceso de venta o la actividad principal de la empresa, de forma económica o reputación, se aplicará lo establecido en el MOF.

IV. ACTIVIDADES DE CONTROL

4.1. DESCUENTO

Políticas

a) REFIÉRASE A LAS “VENTAS AL CONTADO”:

- ⇒ Las ventas al contado, en clientes mayoristas obtienen los siguientes beneficios de descuentos:
 - ❖ Venta de 5,000kg a 6,500kg 1.5% descuento sobre el monto total del pedido.
 - ❖ Venta de 6,501kg a 8,000kg 2% descuento sobre el monto total del pedido.
 - ❖ Venta de 8,001 a 9,500kg 2.5% descuento sobre el monto total del pedido.
 - ❖ Venta de 9,501 a más el 3% descuento sobre el monto total del pedido.
- ⇒ Otros que el gerente general y propietarios consideren incorporar a las políticas.

b) REFIÉRASE A LAS “VENTAS AL CRÉDITO”:

- ⇒ Los clientes que cancelen dentro los 6 días antes de la fecha de vencimiento se les otorgará un descuento del 2% del monto a pagar.
- ⇒ Otros que el gerente general y propietarios consideren incorporar a las políticas.

4.2. PROMOCIÓN

Políticas

- ⇒ El 15 de octubre por ser el día del huevo, por la compra de cada caja de huevos se obsequia dos bandejas de huevos.

- ⇒ Al mes de diciembre los clientes minoristas que en ventas hayan superado los S/25,000.00, se harán acreedores de una Canasta Navideña y un Pavo.
- ⇒ Otros que el gerente general y propietarios consideren incorporar a las políticas.

V. INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Políticas:

ÁREA DE CONTABILIDAD

- ⇒ Reporte de ventas.
- ⇒ Comprobantes de pago

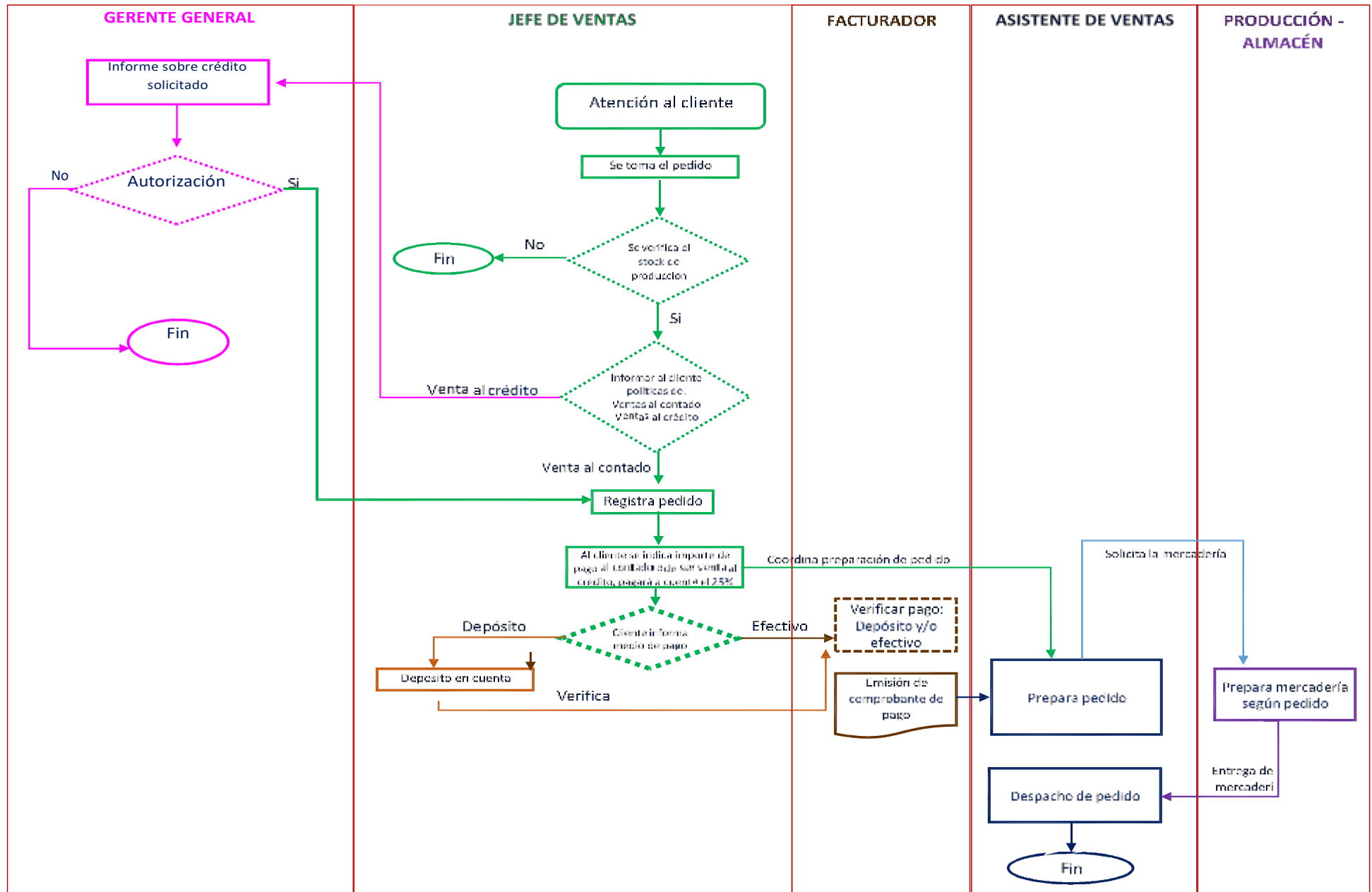
PRODUCCIÓN

- ⇒ Registro de inventarios

GERENCIA GENERAL

- ⇒ Confirmar y conciliar los saldos de las cuentas a cobrar con los propios clientes.
- ⇒ Realizar conciliaciones con el banco que trabaja la empresa para verificar los depósitos de los clientes.
- ⇒ Conciliaciones diarias de ventas y efectivo pagado y/o depositado por ventas.
- ⇒ Conciliaciones de facturas y mercadería despachada.

Anexo 07: Propuesta de Mejora - Flujograma



Anexo 08: Fotos





