



UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
DEL PERÚ

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
CARRERA DE CONTABILIDAD**

**TESINA DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

**“EVALUACIÓN DEL CONTROL INTERNO AL PROCESO DE VENTAS A
FARMACIAS Y SU IMPACTO EN LA GESTIÓN DE COBRANZAS DE
LABORATORIOS JYK S.A. EN EL PERIODO 2014”**

TÍTULO por el cual se opta:

Contador público

TITULANDOS:

JANET CANDIA SONCCO

LUCY KARINA ONCOY TRUJILLO

DALMA YESENIA VILLALOBOS REYES

Lima – Perú

2016

DEDICATORIA

A mis padres, Alejandro y María, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos y por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien y por su amor brindado.

Yesenia

A mis padres, Cesareo y María, a quienes les debo todo lo que soy, en reconocimiento a su amor, esfuerzo y sacrificio, por su apoyo incondicional y por estar siempre a mi lado en todo momento; como una muestra de cariño por sus sabios consejos que sirvieron para mi formación como persona y mujer.

Karina

A mis padres, Claudio y María, por el apoyo que me han brindado apoyo en toda esta travesía. A mi esposo, Fernando por su paciencia y apoyo. A mis hijos, Andrea y Adrián, por ser mi motor y motivo para seguir adelante.

Janet

AGRADECIMIENTO

Al asesor metodólogo Dr. Jorge Ruiz Cruz, por su conocimiento y motivación que ha sido fundamental en nuestra formación como investigador.

Las autoras

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar de qué manera la evaluación al control interno del proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión de cobranzas de laboratorios JYK S.A.

Para el cumplimiento de este objetivo se diseñó la investigación por el método descriptivo simple porque se analizó el comportamiento de una determinada empresa en un determinado periodo, según el método deductivo para la generalización del problema, método de análisis para la aplicación de la formulación del problema y método de síntesis que se aplicó en las conclusiones del problema.

Se observó que la empresa no tiene un buen sistema de control interno, no ha logrado identificar su área de riesgo, ya que el proceso de ventas a farmacias no se ha implementado un sistema que permita identificar al cliente que solicita el pedido, así como la recepción de los mismos. Sin estos aspectos básicos que nos logran garantizar una cobranza exitosa. Determinamos que el encargado de efectuar gestionar el pedido debe ser el personal de ventas, pero también este está involucrado en el despacho y el cobro del mismo. Siendo juez y parte dentro de este proceso. Donde su mayor prioridad es vender mas no cobrar.

INDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Resumen.....	iv
Índice.....	v
Introducción.....	ix
Capítulo 1	
Marco Teórico	
1.1 Fundamentación del caso.....	11
1.1.1 Control Interno	11
1.1.2 Objetivos del control interno	13
1.1.3 Elementos del control interno	13
1.1.4 Importancia del control interno	14
1.1.5 Componentes del control interno	15
1.1.6 Clases de control interno según su procedimiento	17
1.1.7 Riesgos de auditoría	18
1.1.8 Métodos de evaluación del control interno	19
1.1.9 Ventas	20
1.1.10 Coso III	25
1.2 Antecedentes históricos.....	28
1.3 Definición de términos conceptuales	29
Capítulo 2	
Planteamiento del problema	
2.1 Descripción de la realidad	32
2.2 Delimitación de la investigación	34
2.3 Formulación del problema de la investigación	35
2.3.1 Problema principal	35
2.3.2 Problema secundario	35
2.4 Objetivo de la investigación	35
2.4.1 Objetivo general	35
2.4.2 Objetivo específico	35
2.5 Indicadores de logro de objetivos	36
2.6 Justificación e importancia	36
2.7 Limitaciones	37
Capítulo 3	
Metodología	
3.1 Diseño de la investigación	38
3.2 Método de la investigación	39
3.2.1 Método deductivo.....	39

3.2.2 Método de analisis.....	39
3.2.3 Método de síntesis.....	39
3.3 Tipo de investigación.....	39
3.4 Técnica e instrumento.....	39
3.5 Medición de variables –indicadores.....	40
3.6 Elaboración de instrumentos	41
 Capítulo 4	
Caso Practico	
4.1 Planteamiento del caso practico.....	44
4.1.1 Presentación de la empresa.....	44
4.1.2 Planteamiento del problema.....	51
 Capítulo 5	
Resultados	
5.1 Descripción e interpretación de los resultados.....	60
5.2 Propuestas de alternativas.....	67
 Capítulo 6	
Estandarización	
6.1 Normas legales	68
6.2 Normas técnicas.....	68
 Conclusiones	71
 Recomendaciones	72
 Bibliografía	73
 Anexos	
 Matriz de consistencia.....	76
Validación de instrumento.....	77
Cuestionario resuelto.....	78

Índice de cuadros

Cuadro N° 01: Resultados generales obtenidos de la aplicación del cuestionario para determinar de qué manera la evaluación del control interno al proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión de cobranzas de Laboratorios JYK S.A.....	61
Cuadro N° 02: Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario al área de ventas para determinar de qué manera el diseño de actividades aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en el seguimiento de la morosidad de laboratorios JYK S.A.....	63
Cuadro N° 03: Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario al área de finanzas obtenidos de la aplicación del cuestionario para determinar de qué manera el diagnóstico de control interno aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión del riesgo de liquidez de laboratorios JYK S.A.....	65

Índice de gráficos

Gráfico N° 01: Resultados generales obtenidos de la aplicación del cuestionario al área de ventas para determinar de qué manera la evaluación del control interno al proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión de cobranzas de Laboratorios JYK S.A.....62

Gráfico N° 02: Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario al área de ventas para determinar de qué manera el diseño de actividades aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en el seguimiento de la morosidad de laboratorios JYK S.A.....64

Gráfico N° 03: Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario al área de ventas obtenidos de la aplicación del cuestionario para determinar de qué manera el diagnóstico de control interno aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión del riesgo de liquidez de laboratorios JYK S.A.....66

INTRODUCCIÓN

La presente tesina titulada “Evaluación del control interno al proceso de ventas a farmacias y su impacto en la gestión de cobranzas de laboratorios JYK S.A.” ha sido desarrollada de acuerdo con la información documental y descriptiva obtenida de los diferentes libros y de información proporcionada por la empresa.

Debido a que el mercado farmacéutico es muy competitivo, los grandes y pequeños laboratorios se disputan el mercado. Ha generado que el expendio de medicamentos se de por diferentes canales, este sistema de trabajo, que sobrecarga de funciones a un vendedor, sumado a la falta de control que se tiene sobre él. Propicia a que cometan actos delictivos, los cuales afectan a terceros. Esto incluye al laboratorio en el cual trabajan.

En esta investigación, se evalúa el sistema de control interno del proceso de ventas a farmacias para determinar qué acciones debe tomar la empresa para no afectar su liquidez.

La tesina estuvo estructurada en 6 capítulos, los cuales se muestran a continuación:

Capítulo 1: Marco teórico, consta del fundamento teórico y recopilación de los conceptos relevantes necesarios para una amplia perspectiva sobre las variables fundamentales que intervienen en el tema de la investigación.

Capítulo 2: Planteamiento del problema, la mayoría de los laboratorios estimula a su fuerza de ventas para poder colocar sus productos y ayudar a la rotación del mismo, pero muchas veces puede hacer que estos vendedores y representantes de laboratorios cometan actos de dolo por el afán de conseguir la tan ansiada cuota.

Capítulo 3: Metodología, se trabaja con un diseño descriptivo simple, se empleó el método deductivo, análisis y síntesis; y por último determinar las variables, que permiten elaborar el instrumento para recolectar los datos requeridos y demostrar la existencia del problema en la empresa.

Capítulo 4: En este capítulo se desarrolla el planteamiento del caso práctico, la descripción de la empresa y tomando como referencia para el caso práctico el periodo 2014, así como también se muestra la realización del diagnóstico según informe COSO.

Capítulo 5: Resultados según cuestionario realizado, se necesita que la empresa identifique todos los procesos en el que el personal de ventas esté involucrado e identificar que procesos no deben realizar, así mismo para el área de créditos y cobranzas.

Capítulo 6: Estandarización, se menciona las normas legales y normas técnicas aplicadas en el desarrollo de la tesina.

Las autoras

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

1.1 Fundamentación del caso

Este trabajo es el resultado de la evaluación al control interno al proceso de ventas y su efecto en el área de créditos del laboratorio JYK S.A. se sabe que en el ámbito de los laboratorios farmacéuticos se ha observado que en el afán de conseguir las tan ansiadas metas se recurre a diversos incentivos a su personal del área de ventas, que se valen de diversos medios para llegar a la tan ansiada meta. Esto unido a la falta de control de la empresa genera un impacto dentro del área de cobranzas, afectando la liquidez de la empresa, por ese motivo de acuerdo al modelo COSO revisado podemos dar recomendaciones y apoyo a la toma de decisiones de cómo mejorar el control interno y la buena aplicación que se debe dar dentro de las áreas de ventas y cobranzas para que puedan tener una buena gestión de sus procedimientos, cumplir con los objetivos de la empresa y mitigar los riesgos a un nivel aceptable.

1.1.1 Control interno

“El concepto de control interno ha ido evolucionando a lo largo del tiempo. La idea general de control forma parte de la Teoría de la Administración, es el conjunto de

acciones, actividades, planes, políticas, normas, registros, procedimientos y métodos, incluido el entorno y actitudes que desarrollan autoridades y su personal a cargo, con el objetivo de prevenir posibles riesgos que afectan a una entidad. Antes de dar una definición de control interno es conveniente definir por separado que se entiende por control y que se entiende por interno.

Controlar implica revisar, fiscalizar. Para efectuar control es necesario predeterminedar objetivos, pues sin objetivos el control no tiene sentido. El concepto de interno podría definirse como algo situado dentro de los límites de un negocio o entidad.”¹

Para Estupiñan Gaitán, “Control Interno es un proceso, ejecutado por la junta directiva o consejo de administración de una entidad, por su grupo directivo (gerencial) y por el resto del personal, diseñado específicamente para proporcionarles seguridad razonable de conseguir en la empresa las tres siguientes categorías de objetivos:

- Efectividad y eficiencia de las operaciones.
- Suficiencia y confiabilidad de la información financiera.
- Cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables.”²

Según el Comité de Auditoría del AICPA (American Institute of Certified Public Accountants, organismo que reúne a los Contadores Públicos norteamericanos y emite normas para la estandarización del trabajo de los Contadores Públicos de Estados Unidos). “El control interno comprende el plan de organización y el conjunto coordinado de los métodos y medidas adoptados dentro de una empresa para salvaguardar sus activos, verificar la exactitud y confiabilidad de su información contable, promover la eficiencia operativa y alentar la adhesión a las políticas prescritas por la gerencia”.³

¹ Berbia 2008:6.

² Estupiñan 2006: 25.

³ Berbia 2008:7.

Según COSO “El Control Interno es un proceso llevado a cabo por la dirección y el resto del personal de una entidad, diseñado con el objeto de proporcionar un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de objetivos.”⁴

1.1.2. Objetivos del control interno

Según **Ledezma & Merino**, “Obtener información financiera, veraz y oportuna la cual constituye un elemento importante sobre la cual se toman las decisiones en la organización.

Proteger los recursos empresariales y/o institucionales, contando para ello con un adecuado plan de seguros o efectos de salvaguardar los activos y patrimonios de la empresa.

Promover y fomentar la eficiencia de las operaciones.”⁵

1.1.3 Elementos del control interno

1.1.3.1 Organización

“Dirección que asume la responsabilidad de la política general de la empresa y de las decisiones tomadas en su desarrollo. División de labores que defina claramente las independencias de las operaciones de función, custodia y registro. Asignación de responsabilidades que establezcan con claridad los nombramientos dentro de la empresa por jerarquía.

1.1.3.2 Procedimiento

El control interno no se demuestra solo con una adecuada organización, es necesario que sus principios se apliquen en la práctica mediante procedimientos que garanticen la solidez de la organización:

⁴ AEC 2016

⁵ Ledezma y Merino 2011:30

- Planeación y sistematización.
- Registros y formas.
- Informes.

1.1.3.3 Personal

Los elementos del personal que intervienen en el control interno son cuatro: entrenamiento, eficiencia, moralidad, retribución.

1.1.3.4 Supervisión

La supervisión se ejerce en diferentes niveles, por diferentes funcionarios, empleados y en forma directa e indirecta una buena planeación y sistematización de procedimientos y un buen diseño de registros, formas e informes permiten la supervisión en el automático de los diversos aspectos del control interno.”⁶

1.1.4 Importancia del control interno

Toda organización debe llevar un sistema de control interno en sus operaciones con la finalidad de poder observar y seguir con detalle el ciclo de desarrollo de los procedimientos de sus actividades permitiendo detectar errores, corregirlos y evitar que ocurran nuevamente.

“La falta de controles internos o la no apropiada operatividad de los mismos en las empresas elevan la exposición a situaciones relacionadas con fraude por parte de algunos empleados. Algunos indicadores de ello son, por ejemplo, no contar con una adecuada documentación para soportar las políticas y procedimientos establecidos por la Dirección de la Organización, información relacionada sobre la aplicación de los

⁶ Vargas y Ramírez 2014:12-13.

controles, así como respecto a los procedimientos existentes y segregación de funciones.”⁷

1.1.5 Componentes del control interno

1.1.5.1 Ambiente de Control

“El entorno de control es el conjunto de normas, procesos y estructuras que constituyen la base sobre la que desarrollara el control interno de la organización. El consejo y la alta dirección son quienes marcan el “Tone at the Top” con respecto a la importancia del control interno y los estándares de conducta esperados dentro de la entidad. La dirección refuerza las expectativas sobre el control interno en los distintos niveles de la organización. El entorno de control incluye la integridad y los valores éticos de la organización; los parámetros que permiten al consejo llevar a cabo sus responsabilidades de supervisión del gobierno corporativo; la estructura organizacional y la asignación de autoridad y responsabilidad; el proceso de atraer, desarrollar y retener a profesionales competentes; y el rigor aplicado a las medidas de evaluación del desempeño, los esquemas de compensación para incentivar la responsabilidad por los resultados del desempeño El entorno de control de una organización tiene una influencia muy relevante en el resto de componentes del sistema de control interno.

1.1.5.2 Evaluación de riesgos

Cada entidad se enfrenta a una gama diferente de riesgos procedentes de fuentes externas e internas. El riesgo se define como la posibilidad de que un acontecimiento ocurra y afecte negativamente a la consecución de los objetivos. La evaluación del riesgo implica un proceso dinámico e iterativo para identificar y evaluar los riesgos de cara a la consecución de los objetivos. Dichos riesgos deben evaluarse en relación con unos niveles preestablecidos de tolerancia. De este modo, la evaluación de riesgos constituye la base para determinar cómo se gestionarán.

⁷ Mejía 2016 (Internet)

Una condición previa a la evaluación de riesgos es el establecimiento de objetivos asociados a los diferentes niveles de la entidad. La dirección debe definir los objetivos operativos, de información y de cumplimiento, con suficiente claridad y detalle para permitir la identificación y evaluación de los riesgos con impacto potencial en dichos objetivos. Asimismo, la dirección debe considerar la adecuación de los objetivos para la entidad. La evaluación de riesgos también requiere que la dirección considere el impacto que puedan tener posibles cambios en el entorno externo y dentro de su propio modelo de negocio, y que puedan provocar que el control interno no resulte efectivo.

1.1.5.3 Actividades de control

Las actividades de control son las acciones establecidas a través de políticas y procedimientos que contribuyen a garantizar que se lleven a cabo las instrucciones de la dirección para mitigar los riesgos con impacto potencial en los objetivos. Las actividades de control se ejecutan en todos los niveles de la entidad, en las diferentes etapas de los procesos de negocio, y en el entorno tecnológico. Según su naturaleza, pueden ser preventivas o de detección y pueden abarcar una amplia gama de actividades manuales y automatizadas, tales como autorizaciones, verificaciones, conciliaciones y revisiones del desempeño empresarial. La segregación de funciones normalmente está integrada en la definición y funcionamiento de las actividades de control. En aquellas áreas en las que no es posible una adecuada segregación de funciones, la dirección debe desarrollar actividades de control alternativas y compensatorias.

1.1.5.4 Información y comunicación

La información es necesaria para que la entidad pueda llevar a cabo sus responsabilidades de control interno y soportar el logro de sus objetivos. La dirección necesita información relevante y de calidad, tanto de fuentes internas como externas, para apoyar el funcionamiento de los otros componentes del control interno. La comunicación es el proceso continuo e iterativo de proporcionar, compartir y obtener la

información necesaria. La comunicación interna es el medio por el cual la información se difunde a través de toda la organización, que fluye en sentido ascendente, descendente y a todos los niveles de la entidad. Esto hace posible que el personal pueda recibir de la alta dirección un mensaje claro de que las responsabilidades de control deben ser tomadas seriamente. La comunicación externa persigue dos finalidades: comunicar, de fuera hacia el interior de la organización, información externa relevante y proporcionar información interna relevante de dentro hacia fuera, en respuesta a las necesidades y expectativas de grupos de interés externos.

1.1.5.5 Actividades de supervisión

Las evaluaciones continuas, las evaluaciones independientes o una combinación de ambas se utilizan para determinar si cada uno de los cinco componentes del control interno, incluidos los controles para cumplir los principios de cada componente, están presentes y funcionan adecuadamente. Las evaluaciones continuas, que están integradas en los procesos de negocio en los diferentes niveles de la entidad, suministran información oportuna. Las evaluaciones independientes, que se ejecutan periódicamente, pueden variar en alcance y frecuencia dependiendo de la evaluación de riesgos, la efectividad de las evaluaciones continuas y otras consideraciones de la dirección. Los resultados se evalúan comparándolos con los criterios establecidos por los reguladores, otros organismos reconocidos o la dirección y el consejo de administración, y las deficiencias se comunican a la dirección y al consejo, según corresponda.”⁸

1.1.6 Clases de control interno según su procedimiento

1.1.6.1 Control interno financiero

“Comprende el plan de organización y procedimientos que aseguran la veracidad y exactitud de los registros financieros, partiendo desde la simple formulación de un asiento contable hasta la elaboración de los estados financieros finales.

⁸ Contraloría General de la República del Perú 2013 (Internet)

1.1.6.2 Control interno administrativo

Comprende el plan de organización y procedimientos relativos a los procesos de decisión que oriente la autorización de transacciones por parte de la gerencia se debería obtener el rendimiento de la política establecida a través de la supervisión de las operaciones y controles.

La responsabilidad sobre estos controles esta delegada por la gerencia en los diversos jefes de sección o de departamentos quienes son encargados de mantenerlos y adoptar medidas correctivas si es necesario.”⁹

1.1.7 Riesgos de auditoría

“Al ejecutarse la auditoría de gestión, no estará exenta de errores y omisiones importantes que afecten los resultados del auditor expresados en su informe. Por lo tanto, deberá planificarse la auditoria de modo tal que se presente en expectativas razonables de detectar aquellos errores que tenga importancia relativa; a partir de:

- Criterio profesional del auditor.
- Regulaciones legales y profesionales.
- Identificar errores o efector significativos.

En este tipo de auditoria tenemos que tener en cuenta también los tres componentes de riesgo:

- ✓ **Riesgo inherente:** es la posibilidad de error definida por la naturaleza propia del componente, se establece antes de evaluar el control interno.

⁹ Guevara y Quiroz 2014: 16

- ✓ **Riesgo de control:** es la posibilidad de que los controles internos incluidos la unidad de auditoría interna no detecte errores significativos. Se establece luego de evaluar el control interno.

- ✓ **Riesgo de detección:** es la posibilidad de que el auditor no detecte errores significativos con la aplicación de sus procedimientos. De la combinación de los riesgos inherentes y de control, el auditor debe aprender administrar este riesgo.”¹⁰

1.1.8 Métodos de evaluación del control interno

Según Bravo, “Debe estudiarse y evaluarse apropiadamente las estructuras de control interno como base para establecer el grado de confianza que merece y consecuentemente, para determinar la naturaleza y alcance de la empresa.

Existen tres métodos que son utilizados para documentar el conocimiento de la estructura del control interno. Estos son los siguientes:

1.1.8.1 El método descriptivo: Consiste en una descripción detallada de las características del sistema que se está evaluando tal como funciones, procedimientos, registros y departamentos que intervienen este método llamado también narrativo, es el más adecuado aplicado a empresas pequeñas.

1.1.8.2 El método del cuestionario: Consiste en utilizar una lista de preguntas previamente elaboradas sobre aspectos básicos del sistema tales como:

¹⁰ Sanmartín y Zhingri 2013: 28-29

La forma como se maneja las operaciones y las personas que intervienen en el proceso. El autor al aplicar el cuestionario no debe conformarse con la contestación a su pregunta, sino que algunas respuestas deben ser confirmadas.

Es recomendable que el auditor y jefe de equipo sea responsable de efectuar el estudio y evaluación del control interno mediante la aplicación del cuestionario.

1.1.8.3 El método del flujograma: Es la gráfica o esquematización de las operaciones de una empresa mediante el empleo de dibujos, cuadros, figuras geométricas que representan formatos por cada departamento, área o archivo.”¹¹

1.1.9 Ventas

1.1.9.1 Proceso de Ventas

“Según Etzel y Walker (2005) define el "Proceso de Venta", como una secuencia lógica de cuatro pasos que emprende el vendedor para tratar con un comprador potencial y que tiene por objeto producir alguna reacción deseada en el cliente.

La venta no es una actividad única, es un conjunto de actividades diseñadas para promover la compra de un producto o servicio. Por ese motivo, la venta requiere de un proceso que ordene la implementación de sus diferentes actividades, caso contrario no podría satisfacer de forma efectiva las necesidades y deseos de los clientes, ni ayudar en el logro de los objetivos de la empresa.”¹²

“Según Manuel Llamas (1990) precisa que “El Proceso de Venta”. Los ejecutivos que conducen vendedores en las unidades comerciales deben conocer qué Venta es la Ciencia de interpretar características del producto/servicio en términos de satisfacción del

¹¹ Bravo 2000: 115

¹² Etzel y Walker 2005: 20

consumidor, para actuar después mediante técnicas adecuadas, sobre el convencimiento de sus beneficios y la persuasión de la conveniencia de su posición o disfrute inmediatos.

La venta como la mente humana, no funciona a saltos, sino mediante un proceso psicológico planificado dirigido por un vendedor. Se produce en cualquier tipo de ventas y cuando no se realiza adecuadamente.”¹³

“Según Arnold Anderson (2001) precisa que “El proceso de venta” es el enfoque dinámico que un profesional necesita para encontrar clientes potenciales y cerrar tratos. Es dinámico porque está siendo constantemente actualizado y cambiado en base a la experiencia de los profesionales. Pero los seis pasos básicos de un proceso de ventas permanecen intactos, y con este marco básico para guiarte puedes ayudar a aumentar tus ingresos y confianza.

- Oportunidades.
- Contacto inicial.
- Presentar la propuesta.
- Tratar con objeciones.
- Cerrar la venta.
- Mantenimiento corriente.”¹⁴

“Según Méndez (2004) define que el “Proceso de Ventas” se identifica a los clientes en potencia calificados por capacidad financiera, vol. de negocios, necesidades, el vendedor debe averiguar todo lo posible de la organización y establecer objetivos para su visita, el encargado de ventas debe saber cómo reunirse y saludar al comprador, empezar bien la relación, luego el vendedor presenta el producto y describe sus características y ventajas,

¹³ Llamas 1990: 35

¹⁴ Anderson 2001: 28

debe convertir las objeciones en razones para comprar y se realiza la venta; el vendedor se asegura de la satisfacción del cliente y se programa una visita de seguimiento después de recibir el pedido inicial.”¹⁵

1.1.9.1.1 Características de la venta

Características de la venta:

“Independientemente de la tangibilidad o no del objeto de intercambio, así como del mercado a que se dirija, la venta personal presenta una serie de características genéricas:

Prospección: Los vendedores buscan nuevos "prospect" o clientes potenciales, así como nuevas oportunidades de negocio en clientes atendidos.

Selección: Tanto la experiencia del vendedor, como su conocimiento del cliente y del sector que atiende, le permiten cualificar el potencial del cliente en cantidad y rentabilidad, pudiendo seleccionar a los de mayor interés para la empresa.

Venta: Supone llevar el proceso de comunicación hasta su fin último –la venta-, mediante el conocimiento y dominio del "arte de vender": aproximación, presentación, investigación, propuesta, tratamiento de objeciones y cierre de la venta.

Flexibilidad: El carácter personal e interactivo de la comunicación permite adecuar el mensaje al cliente y sus circunstancias, así como adecuar la oferta o propuesta de solución (producto y/o servicio, o combinación de ambos) a las necesidades y deseos del cliente en perspectiva. Tanto el mensaje como la oferta se personalizan.

¹⁵ Méndez 2004: 40

Racionalidad: La disposición hacia la compra puede hacerse más racional mediante presentaciones y demostraciones de los beneficios que aporta la oferta al cliente.

Comunicación: El vendedor o agente de ventas es un medio de comunicación empresa-cliente. Transmite a la empresa la problemática y sugerencias de los clientes, así como información del mercado y la competencia, y a los clientes les transmite la información y mensajes que la empresa les dirige.

Relaciones sociales: El contacto personal permite la creación de relaciones sociales con el cliente que favorecen su fidelidad a la empresa, sus pedidos y pagos reducen la importancia de las posibles objeciones en la relación empresa-cliente.

Persuasión: Al tratarse de una comunicación más personalizada que la masiva, su cualidad persuasiva es superior, provocando la realización de compras en mayor proporción por contacto útil que la comunicación masiva.

Servicio: La fuerza de ventas puede proporcionar diversos servicios a los clientes: consultoría, asistencia técnica, acuerdos sobre condiciones económicas, entregas, intercambios de interés mutuo.”¹⁶

1.1.9.2 Gestión de Ventas

Según Aldama O. (2005) opina que la “Gestión de Ventas”, es un proceso dinámico donde interactúan diferentes elementos que contribuyen a que la venta se realice, teniendo como premisa la satisfacción de las necesidades del cliente”.

Elementos fundamentales de la Gestión de Ventas.

- El Enfoque hacia el cliente.

¹⁶ Manera 2000:148

- El Equipo de Ventas.
- El Proceso de Venta.
- La supervisión y motivación del equipo de ventas.
- La comunicación en las ventas.
- El merchandising.”¹⁷

1.1.9.3 Objetivos del control interno para las ventas

“Vergara (2002), en el cual, enfocan los objetivos de un sólido sistema de control interno para Ventas y Cuentas por Cobrar son los siguientes:

- Los Bienes remitidos y los servicios prestados a clientes deben ser facturados y registrados contablemente. Asimismo, los débitos a clientes correspondan a bienes remitidos y servicios prestados.
- Las notas de crédito a favor de clientes por concepto de devoluciones, descuentos y bonificaciones deben ser elaborados y registrados contablemente. De igual manera, los abonos a clientes deben corresponder a conceptos válidos.
- Las ventas realizadas (incluyendo, en su caso, cantidades, precio, condiciones de pago, plazo de entrega de los bienes, etc.). Deben ser autorizadas de acuerdo con las políticas de la empresa al respecto.
- Todas las ventas deben ser aplicadas a cuentas por cobrar (excepto las de contado) y registradas adecuadamente en el período correspondiente. Los créditos a clientes deben registrarse en el momento que se reciben los bienes devueltos.
- Todas las ventas, créditos por devoluciones y débitos por intereses y otros cargos, deben ser oportunamente registrados en mayores auxiliares y pasados al libro mayor.”¹⁸

¹⁷ Aldama 2005:201

1.1.10 Coso III

En diciembre de 2014, el marco original se sustituirá por el Marco COSO 2013, versión que fue lanzada oficialmente en mayo de 2013, y que busca que las empresas desarrollen y mantengan efectiva y eficientemente sistemas de control interno que ayuden en el proceso de adaptación a los cambios, cumplimiento de los objetivos de la empresa, mitigación de los riesgos a un nivel aceptable, y apoyo a la toma de decisiones y al gobierno.

1.1.10.1 Relación entre objetivos y componentes

Existe una relación directa entre los objetivos, que es lo que una entidad se esfuerza por alcanzar, los componentes, que representa lo que se necesita para lograr los objetivos y la estructura organizacional de la entidad (las unidades operativas, entidades jurídicas y demás)

La relación puede ser representada en forma de cubo.

- Las tres categorías de objetivos operativos, de información y de cumplimiento están representadas por las columnas.
- Los cinco componentes están representados por las filas
- La estructura organizacional de la entidad está representada por la tercera dimensión.

1.1.10.2 Componentes y principios

El Marco establece un total de diecisiete principios que representan los conceptos fundamentales asociados a cada componente. Dado que estos diecisiete principios proceden directamente de los componentes, una entidad puede alcanzar un control interno efectivo aplicando todos los principios. La totalidad de los principios son aplicables

¹⁸ Vergara 2002: 155

a los objetivos operativos, de información y de cumplimiento. A continuación, se enumeran los principios que soportan los componentes del control interno.

- **Ambiente de control**

1. La organización demuestra compromiso con la integridad y los valores éticos.
2. El consejo de administración demuestra independencia de la dirección y ejerce la supervisión del desempeño del sistema de control interno.
3. La dirección establece, con la supervisión del consejo, las estructuras, las líneas de reporte y los niveles de autoridad y responsabilidad apropiados para la consecución de los objetivos.
4. La organización demuestra compromiso para atraer, desarrollar y retener a profesionales competentes, en alineación con los objetivos de la organización
5. La organización define las responsabilidades de las personas a nivel de control interno para la consecución de los objetivos.

- **Evaluación de riesgos**

6. La organización define los objetivos con suficiente claridad para permitir la identificación y evaluación de los riesgos relacionados.
7. La organización identifica los riesgos para la consecución de sus objetivos en todos los niveles de la entidad y los analiza como base sobre la cual determinar cómo se deben gestionar.

8. La organización considera la probabilidad de fraude al evaluar los riesgos para la consecución de los objetivos.

9. La organización identifica y evalúa los cambios que podrían afectar significativamente al sistema de control interno.

- **Actividades de control**

10. La organización define y desarrolla actividades de control que contribuyen a la mitigación de los riesgos hasta niveles aceptables para la consecución de los objetivos.

11. La organización define y desarrolla actividades de control a nivel de entidad sobre la tecnología para apoyar la consecución de los objetivos.

12. La organización despliega las actividades de control a través de políticas que establecen las líneas generales del control interno y procedimientos que llevan dichas políticas a la práctica.

- **Información y comunicación**

13. La organización obtiene o genera y utiliza información relevante y de calidad para apoyar el funcionamiento del control interno.

14. La organización comunica la información internamente, incluidos los objetivos y responsabilidades que son necesarios para apoyar el funcionamiento del sistema de control interno.

15. La organización se comunica con los grupos de interés externos sobre los aspectos clave que afectan al funcionamiento del control interno.

- **Actividades de monitoreo**

16. La organización selecciona, desarrolla y realiza evaluaciones continuas y/o independientes para determinar si los componentes del sistema de control interno están presentes y en funcionamiento.

17. La organización evalúa y comunica las deficiencias de control interno de forma oportuna a las partes responsables de aplicar medidas correctivas, incluyendo la alta dirección y el consejo, según corresponda.”¹⁹

1.2 Antecedentes históricos

ALVARADO VELETANGA María y TUQUINAHUI PAUTE Silvia (2011)²⁰, en su tesis titulada “Propuesta de implementación de un sistema de control interno basado en el modelo coso, aplicado a la empresa electro instalaciones en la ciudad de Cuenca, aplicando la metodología descriptiva, concluye que el control interno permite a una organización limitar los fraudes o apropiaciones, limita las facultades de determinados ejecutivos y directivos, permitiendo evitar y detectar arbitrariedades, decisiones indebidas, incompetencia y otros hechos de más gravedad, lo que pudiera ser la causa de que en ocasiones determinados directivos.

CHACON SAMOYOA, Bayron (2011)²¹ en su tesis titulada “Metodología COSO-ERM en la evaluación de control interno en el área de cuentas por cobrar de una empresa distribuidora y comercializadora de pintura”, Guatemala, nos dice que La falta de aplicación de metodologías integrales que permitan una adecuada administración del riesgo, tales como las que ofrece COSO ERM, ocasiona la inadecuada administración del riesgo sobre los registros y procedimientos del área de cuentas por cobrar.

¹⁹ Contraloría General de la República del Perú 2013, internet

²⁰ Alvarado y Tuquinhui 2011: 125

²¹ Chacón 2011: 107

CAHUANA MANCHEGO, Xiomara, CALDERON RIOS Karen y CONDORI CUSI LUZ (2015)²² en su tesis titulada “Implementación de un procedimiento de control interno para la selección de proveedores especializados en la empresa INCORP ingeniería y construcción S.A.C. durante el 2013 – 2014”. Nos dice que durante los procesos de análisis del área de cuentas por cobrar han aplicado los 5 componentes del control interno (COSO), que les ha permitido detectar controles internos deficientes porque no existe supervisión en el área, el personal no está siendo capacitado para enfrentar responsabilidades de manera eficiente. Llegando a la conclusión sobre la importancia de tener un buen control interno, mejorar las políticas de procedimiento de cobranzas y crédito, tener el personal adecuado para el área.

ORIHUELA CASTAÑEDA, Mario, RAMON MORENO, Juan y SIERRA SANCHEZ, Renato (2015)²³ en su tesis titulada “La influencia del marco integrado de control interno (MICI) modelo coso en la aplicación de empresas mayoristas de abarrotes en santa Anita por el periodo 2013”. Concluye con la importancia de implementar el marco integrado de control interno modelo COSO donde se obtiene resultados positivos en, en el logro de objetivos y metas de la empresa, sin el marco integrado se corre el riesgo de que la información financiera no refleje la situación real de la empresa.

1.3 Definición Conceptual de Términos Contables

“Cobranzas: Emitir reportes informativos de la cartera vigente y vencida, en cuanto montos y plazos.

Liquidez: Representa la cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata sin pérdida significativa de su valor de tal manera que cuanto más fácil es convertir un activo en dinero se dice que es más líquido por definición. El activo

²² Cahuana, Calderón y Condori 2015: 25

²³ Orihuela, Ramón y Sierra 2015: 30

con mayor liquidez es el dinero es decir los billetes y monedas tienen una absoluta liquidez, de igual manera los depósitos bancarios a la vista, conocidos como dinero bancario, también goza de absoluta liquidez y por tanto desde el punto de vista macroeconómico también son considerados dinero.

Efectivo: Es el recurso más importante que tiene toda empresa, por lo que su administración correcta es crucial para la adecuada y eficaz operatividad de la misma, el efectivo permite a la empresa invertir, compra de activos, mercancías, materia, pago de nómina, pago de pasivos, etc.

Deficiencia: Un defecto del control interno percibido, potencial o real o una oportunidad de fortalecer el sistema de control interno para proporcionar una mayor probabilidad de que los objetivos de la entidad son conseguidos.”²⁴

Política: “Es una norma de acción expresada en forma verbal, escrita o implícita. Las políticas se expresan por escrito en un manual de organización y procedimientos.”²⁵

Rentabilidad “Capacidad para generar beneficios. Los indicadores de rentabilidad relacionan magnitudes de inversión (patrimonio neto, valor del activo)”²⁶.

Crédito: “El crédito es el sistema de negociación mediante el cual una persona o entidad asume un compromiso de pago futuro (deudor) por la aceptación inmediata de un bien o servicio (acreedor). El crédito flexibiliza los términos de transacción, facilitando el acuerdo comercial, tanto al cubrir una satisfacción de venta por parte del comerciante, como la necesidad de comprar por parte del consumidor, de acuerdo con la disponibilidad de pago que presenta”.²⁷

²⁴ Micha y Pino 2016: 19-20

²⁵ Montaña 1988: 27

²⁶ Mora 2009

²⁷ IPAE 2002: 50

Gestión: “Este término hace la referencia a la administración de recursos, sea dentro de una institución estatal o privada, para alcanzar los objetivos propuestos por la misma. Para ello uno o más individuos dirigen los proyectos laborales de otras personas para poder mejorar los resultados, que de otra manera no podrían ser obtenidos.”²⁸

Sistema BPCS: “El Sistema de Planificación y Control de Negocios (BPCS) es un software de planificación de recursos empresariales (ERP). BPCS es una serie de programas de software. BPCS fue desarrollado por los Asociados de Software de Sistema de Chicago (SSA), que más tarde se convirtió en SSA Global Technologies y se utiliza para controlar las operaciones de las empresas manufactureras. Se ejecuta en varios sistemas. Muchos de los módulos BPCS son independientes, en que las empresas pueden optar por implementar sólo las aplicaciones financieras, por ejemplo, y ninguna de la fabricación.”²⁹

²⁸ Joaquín 2013: 25

²⁹ Wikipedia (internet)

CAPÍTULO 2

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Descripción de la realidad problemática

En la actualidad, el mercado farmacéutico es muy competitivo, los grandes y pequeños laboratorios se disputan el mercado. El expendio de medicamentos se da por diferentes canales, pero es disputada la colocación de medicamentos en las farmacias, ya que es un mercado de fácil acceso, no hay restricción de ubicación. Además, en las grandes cadenas de farmacias no existe el apoyo a la receta y ellos prefieren colocar los productos de sus propias marcas. Por esto los laboratorios hacen una gran campaña de apoyo a las farmacias, otorgándole el mejor descuento y promociones que ellos no podrían rechazar.

Pero un laboratorio debe invertir en capital humano calificado, para poder colocar sus productos en lugares de fácil rotación. La mayoría de empresas estimula a su fuerza de ventas a llegar a sus tan ansiadas cuotas. El medio es solo uno, poder colocar el producto, ayudar a la rotación del mismo, y dar premios a los dependientes y dueños de estas farmacias.

Para ello un laboratorio que decida realizar venta directa a farmacias, debe enfocarse a implementar medidas de control para asegurar que sus productos se expendan de acuerdo con lo que se estipula sus planes de ventas.

Por qué el afán de querer conseguir la tan “ansiada cuota” puede hacer que estos vendedores y representantes de laboratorios comentan actos de dolo, perjudicando al laboratorio farmacéutico que representan.

Se ha logrado detectar que, en el mercado farmacéutico, la mayoría de laboratorios ha optado por no hacer venta directa a las pequeñas farmacias, trasladando este riesgo a las grandes distribuidoras del mercado. Pero algunos laboratorios pequeños o grandes del mercado han decidido asumir este riesgo, por que emplean sus técnicas de marketing dentro de estos expendios y en base a eso tratan de asegurar que sus productos roten.

Pero han de asumir el gran riesgo existente de morosidad de la cartera de este sector.

En laboratorios pequeños o laboratorios donde no existe implantado un sistema de control no existe segmentación de funciones, los encargados del área de venta son juez y parte, son los encargados de promover el producto, de generar el pedido, hacer el despacho del mismo culminando con el cobro de esta deuda. Son medidos en su mayoría, por la colocación que efectúan en el mes, como también por el cobro del mismo.

Un vendedor es el encargado de ubicar un cliente potencial, ayuda a evaluar al cliente, un gestor de créditos y cobranzas no se puede desplazar a la farmacia. El generara los pedidos

además que negocia siempre un aumento de línea para su cliente, para así poder hacerse de las mejores promociones del año.

Esto contraviene las medidas de control, él no puede ser juez ni parte dentro de sus funciones.

Este sistema de trabajo, que sobrecarga de funciones a un vendedor, sumado a la falta de control que se tiene sobre él. Propicia a que cometan actos delictivos, los cuales afectan a terceros. Esto incluye al laboratorio en el cual trabajan.

Cuando una cuenta es considerada cobranza dudosa, siempre se reporta a una central de riesgo, las personas reportadas siempre se verán perjudicadas al querer gestionar un financiamiento, se comunicarán con el laboratorio, queriendo saber el porqué de esta deuda, en algunos casos siendo montos pequeños, efectúan el pago, pero en algunos casos no, piden revisión de su cuenta y ahí es donde se detecta que el pedido realizado no fue refrendado por el dueño de la farmacia.

Se ha logrado detectar este comportamiento en diferentes líneas de negocio, en donde el vendedor siempre es el encargado de generar, despachar y cobrar el pedido. Por esto de deben tomar medidas para reducir esta incidencia.

En consecuencia, si la empresa continúa con este problema de no aplicar adecuadamente el control interno según modelo COSO, puede incurrir a que los vendedores se beneficien indirectamente con las cobranzas en efectivo y en el área de cobranzas siga figurando como pendiente de cobro una factura que ya fue pagada directamente al vendedor.

2.2. Delimitación de la Investigación

Delimitación temporal: la presente investigación fue realizada de junio 2016 hasta octubre 2016.

Delimitación espacial: la empresa representa al rubro de laboratorios, la cual se dedica a la fabricación y venta de medicamentos, se tomó como referencia el periodo 2014.

Delimitación geográfica: la empresa se encuentra ubicada en el distrito de Ate – Vitarte, provincia y departamento de Lima – Perú.

2.3. Formulación del Problema de la Investigación

2.3.1 Problema Principal

¿De qué manera la evaluación al control interno del proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión de cobranzas de laboratorios JYK S.A.?

2.3.2 Problemas Secundarios

1. ¿De qué manera el diseño de actividades aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en el seguimiento de la morosidad de laboratorios JYK S.A.?
2. ¿De qué manera el diagnóstico de control interno aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión del riesgo de liquidez de laboratorios JYK S.A.?

2.4 Objetivos de la Investigación

2.4.1 Objetivo General

Determinar de qué manera la evaluación al control interno del proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión de cobranzas de laboratorios JYK S.A.

2.4.2 Objetivos Específicos

1. Determinar de qué manera el diseño de actividades aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en el seguimiento de la morosidad de laboratorios JYK S.A.

2. Determinar de qué manera el diagnóstico de control interno aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión del riesgo de liquidez de laboratorios JYK S.A.

2.5 Indicadores de Logros de Objetivos

OBJETIVO	INDICADORES
Determinar de qué manera la evaluación al control interno del proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión de cobranzas de laboratorios JYK S.A.	<ul style="list-style-type: none"> - Observa el proceso de gestión de ventas - Divide saldos por antigüedad
Determinar de qué manera el diseño de actividades aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en el seguimiento de la morosidad de laboratorios JYK S.A.	<ul style="list-style-type: none"> - Evalúa el proceso de gestión para la toma de pedidos. - Analiza el proceso de gestión de ventas
Determinar de qué manera el diagnóstico de control interno aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión del riesgo de liquidez de laboratorios JYK S.A.	<ul style="list-style-type: none"> - Estudia el tratamiento al despacho de pedidos. - Examina el medio de cobro de facturas

2.6 Justificación e Importancia

Este trabajo es de suma importancia para las personas que quieran emprender algún tipo de negocio, ya que deben conocer el rubro al que quieren dirigirse, así como el riesgo que corren por no establecer mejores procedimientos de trabajo.

El objetivo de una empresa es crecer y consolidarse en el mercado. Y uno de nuestros pilares en nuestros trabajos es la mejora continua, necesitamos reducir riesgos, todo para generar liquidez a la empresa.

El evaluar el sistema de control interno en el área de ventas, así como el de cobranzas, genera que podamos dar recomendaciones a la empresa para que sean aplicadas a futuro.

Por lo tanto, contribuye como soporte a futuras investigaciones con bases similares, siendo marco referencial para la misma empresa evaluada.

2.7. Limitaciones

Las limitantes que se presentaron en el desarrollo de la investigación, fue no haber estado ubicados dentro de la empresa que da origen a este trabajo. Se superó esta limitación recurriendo continuamente a los colaboradores que siguen trabajando dentro de la empresa.

Asimismo, dentro del rubro farmacéutico, no se tuvo un estudio de impacto de la morosidad por sectores. Para superar esta falta de herramienta se debió tomar como base la información proporcionada por algunos distribuidores.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

Según Hernández, Fernández y Baptista mencionan que la investigación descriptiva “mide, evalúa o recolecta datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. En un estudio descriptivo que selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así describir lo que se investiga”³⁰

Por esta razón, de acuerdo con la definición de este estudio procede a recopilar toda la información relativa de la situación actual de la empresa Laboratorios JYK S.A., podemos decir que la investigación descriptiva es importante, a través de los estudios descriptivos se ha interaccionado con el participante, por medio de encuestas y/o entrevistas para recolectar la información necesaria para tener mayor detalle del objeto de estudio. Asimismo, en el presente informe se determinó como la evaluación al control interno en el proceso de ventas impacta en el área de créditos y cobranzas de la empresa.

³⁰ Hernández, Fernández y Baptista 2006

3.2. Método de la investigación

3.2.1. Método deductivo. - se utilizó este método porque desarrolló una premisa general para obtener las conclusiones de un caso particular, ya que el tema de investigación parte de evaluar el control interno de la empresa mediante el modelo COSO, concluyendo de esta manera en la mejora del control interno de la empresa Laboratorios JYK S.A.

3.2.2. Método de análisis. - se utilizó este método porque nos permitió examinar la debilidad del área de ventas en sus procesos y se aplicó dentro de las recomendaciones para mejora del control interno.

3.2.3. Método de síntesis. - se escogió este método porque nos permitió ser más concisos en la determinación de las conclusiones y recomendaciones y aplicarlo en su descripción dentro del trabajo de investigación.

3.3 Tipo de investigación

3.3.1 Método mixto, se escogió el método mixto porque en este trabajo de investigación podemos evaluar el control interno de la empresa de una manera cuantitativa y cualitativa, y se aplicó en nuestra investigación con la recopilación de datos, encuestas que nos apoyó en una mejor evaluación del control interno de la empresa.

3.4 Técnicas e instrumento:

El método elegido es el método cuantitativo. Se escogió este método porque se va a utilizar la información de la empresa a través de la encuesta y nos sirvió para una mejor evaluación del control interno de la empresa. Asimismo, el instrumento que se aplicó en esta investigación fue el cuestionario, el mismo que fue repartido a un grupo de personas. El cuestionario constó de veinte preguntas, las cuales nos permitió contar con una matriz de la información, siendo esta graficada para su análisis e interpretación.

3.5 Medición de variables – indicadores

Variables	Dimensiones	Indicadores	Peso	Nº Ítems	Ítem	Criterios de evaluación
Control interno	Diseño de actividades	- Evalúa el proceso de gestión para la toma de pedidos.	50 %	10	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué entiendes por control interno? 2. ¿Cuáles son los valores de la empresa? 3. ¿Con qué frecuencia son capacitados en su labor de vendedores? 4. ¿Con qué frecuencia son evaluados por su labor de vendedores? 5. ¿Cuándo tienes un problema relacionado a tu labor de vendedor, quién te ayuda a encontrar una solución? 6. ¿Cada cuánto tiempo reciben bono por cumplimiento de metas? 7. ¿Cómo envía su solicitud de ventas al área comercial? 8. ¿Quién aprueba su solicitud de ventas? 9. ¿Quién efectúa una revisión de los pedidos de farmacias, antes de ser entregados a usted? 10. ¿A cargo de quién está la tarea de efectuar el envío físico de los productos? 	Correcto 1 Incorrecto 0
	Diagnóstico del control interno	- Analiza el proceso de gestión de ventas				
Gestión de cobranza	Morosidad	- Estudia el proceso de despacho de pedidos.	50%	10	<ol style="list-style-type: none"> 11. ¿Quién es la persona encargada dentro de la farmacia de darle la conformidad del pedido? 12. ¿A qué área envía la copia de la guía de remisión? 13. ¿Quién gestiona el cobro de los documentos pendientes? 14. ¿Con qué frecuencia visita a sus clientes, para supervisar la rotación del producto? 15. ¿Usted cobra a la fecha de vencimiento de la factura? 16. ¿Qué medio de pago utiliza el cliente? 17. ¿Cómo informa el cobro de la factura? 18. ¿Cada cuánto tiempo entrega el reporte de cobro? 19. ¿Cuál es su función principal? 20. ¿Cuál es el criterio para su evaluación de desempeño? 	
	Liquidez	- Examina el proceso de cobro de facturas				

3.6. Elaboración de instrumentos



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ FACULTAD DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL CONTROL INTERNO AL PROCESO DE VENTAS A FARMACIAS Y SU IMPACTO EN LA GESTIÓN DE COBRANZAS DE LABORATORIOS JYK S.A.

Profesión:

Área de trabajo:

Tiempo de trabajo:

Edad:

Sexo:

Instrucciones: Marque con una "X" la respuesta que más se acerca a lo que usted piensa.
Sus respuestas son confidenciales.

1. ¿Qué es el control interno?

- a) Es un conjunto de normas.
- b) Es un sistema de gestión contable.
- c) Es un sistema de gestión financiera.
- d) Es política de gestión de datos.

2. ¿Cuáles son los valores de la empresa?

- a) Honestidad, respeto, responsabilidad, puntualidad, lealtad, solidaridad.
- b) Respeto, responsabilidad, lealtad, solidaridad y confiabilidad.
- c) Honestidad, respeto, responsabilidad, proactividad, lealtad, solidaridad y confiabilidad.
- d) Honestidad, respeto, responsabilidad, puntualidad, lealtad, proactividad.

3. ¿Con qué frecuencia son capacitados en su labor de vendedores?

- a) Una vez al año.
- b) Dos veces al año.
- c) Tres veces al año.
- d) Cuatro veces al año.

4. ¿Con qué frecuencia son evaluados por su labor de vendedores?

- a) Una vez al año.
- b) Dos veces al año.
- c) Tres veces al año.
- d) Cuatro veces al año.

5. ¿Cuándo tienes un problema relacionado a tu labor de vendedor, quien te ayuda a encontrar una solución?

- a) Supervisor.
- b) Gerente de zona.

- c) Gerente de ventas.
 - d) Gerente general.
- 6. ¿Cada cuánto tiempo reciben bono por cumplimiento de metas?**
- a) Mensual.
 - b) Trimestral.
 - c) Semestral.
 - d) Anual.
- 7. ¿Cómo envía su solicitud de ventas al área comercial?**
- a) Vía email.
 - b) Por mensaje de texto.
 - c) Formato de pedido numerado.
 - d) Llamada telefónica.
- 8. ¿Quién aprueba su solicitud de ventas?**
- a) Área comercial.
 - b) Área de cobranzas.
 - c) Área de marketing.
 - d) Área de logística.
- 9. ¿Quién efectúa una revisión de los pedidos de farmacias, antes de ser entregados a usted?**
- a) Personal de almacén.
 - b) Lo efectúa usted.
 - c) Jefe de despacho.
 - d) Personal de despacho.
- 10. ¿A cargo de quién está la tarea de efectuar el envío físico de los productos?**
- a) Por medio del vendedor.
 - b) Envío por servicio de un tercero.
 - c) Envío por transporte de la empresa.
 - d) El cliente recoge el pedido.
- 11. ¿Quién es la persona encargada dentro de la farmacia de darle la conformidad del pedido?**
- a) El químico farmacéutico.
 - b) El dueño de la farmacia.
 - c) El técnico farmacéutico.
 - d) El encargado de turno de la farmacia.
- 12. ¿A qué área envía la copia de la guía de remisión?**
- a) Almacén.
 - b) Logística.
 - c) Cobranzas.
 - d) Tesorería.
- 13. ¿Quién gestiona el cobro de los documentos pendientes?**
- a) Vendedor.
 - b) Sectorista de cobranzas.
 - c) Representante médico.

d) N.A.

14. ¿Con qué frecuencia visita a sus clientes, para supervisar la rotación del producto?

- a) Una vez a la semana.
- b) Tres veces al mes.
- c) Dos veces al mes.
- d) Una vez al mes.

15. ¿Usted cobra a la fecha de vencimiento de la factura?

- a) A veces.
- b) Pocas veces.
- c) Casi siempre.
- d) Siempre.

16. ¿Qué medio de pago utiliza el cliente?

- a) Efectivo.
- b) Cheque.
- c) Depósito en cuenta.
- d) Respuesta a y b.

17. ¿Cómo informa el cobro de la factura?

- a) Me dirijo al área de cobranzas.
- b) Por email.
- c) Por whatsapp.
- d) Por vía telefónica.

18. ¿Cada cuánto tiempo entrega reporte de cobro?

- a) Nunca.
- b) Casi nunca.
- c) Cuando lo solicitan.
- d) Anualmente.

19. ¿Cuál es su función principal?

- a) Vender.
- b) Promocionar el producto.
- c) Cobrar.
- d) Garantizar la rotación del producto.

20. ¿Cuál es su criterio para su evaluación de desempeño?

- a) Las ventas efectuadas.
- b) La gestión de cobro.
- c) La rotación de productos en la zona.
- d) La cobertura en la zona.

Muchas gracias por su colaboración.

CAPÍTULO 4

CASO PRÁCTICO

4.1 Planteamiento del caso práctico

4.1.1 Presentación de la empresa

Aspectos generales

La empresa **LABORATORIOS JYK S.A.**, con RUC N° 20102010201, ubicada en la Av. Frutales 220. Ate 5012.

Es una empresa familiar con 150 años de historia. Sus éxitos de investigación están destinados para mejorar la vida de las personas. Al mismo tiempo, su actividad empresarial es sostenible y rentable porque tiene como base la innovación, que es la clave para mantener y alcanzar posiciones de liderazgo en todos los mercados. Sus productos están ayudando a abordar algunos de los mayores retos de hoy en día, como la sobrepoblación mundial, una sociedad que envejece y la necesidad de hacer eficiente - y, siempre que sea posible, sostenible - el uso de los recursos naturales.

- Mejora la calidad de vida de las personas mediante la prevención, alivio o curación de enfermedades.
- Ayuda a proveer un adecuado suministro de alimentos de alta calidad y materias primas renovables de origen vegetal.

Su objetivo es mejorar la calidad de vida de las personas, centrándose en la capacidad de desarrollar y comercializar con éxito productos innovadores y soluciones basadas en el conocimiento científico.

Visión

Liderar la comercialización de medicinas a través de la excelencia en servicio.

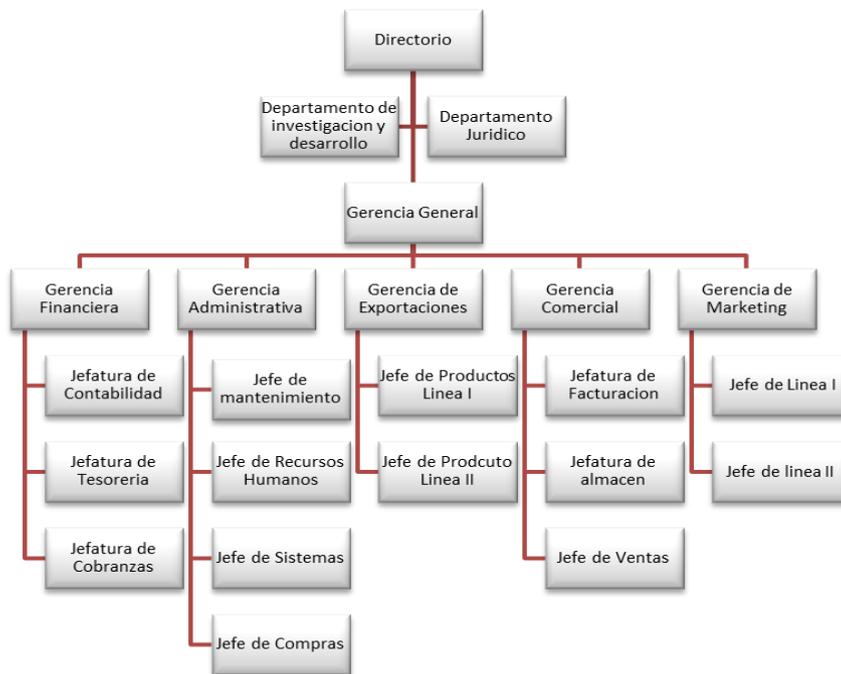
Misión

Science For A Better Life / Ciencia para una Vida Mejor es la promesa que hacemos a la sociedad para crear innovaciones que contribuyan a solucionar grandes desafíos de nuestra era: una mejor salud, más alimentos y mayor bienestar.

Principales clientes

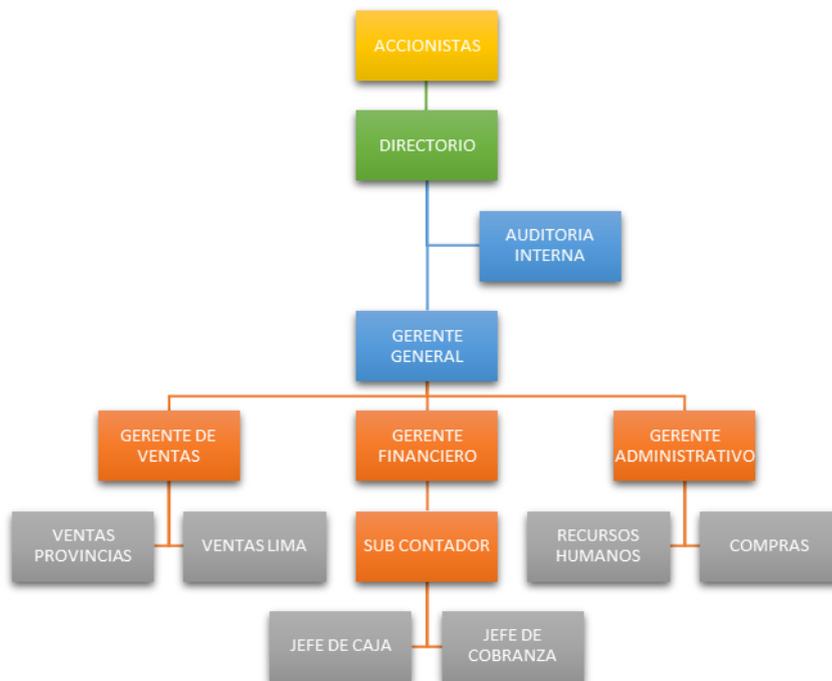
- ✓ Distribuidora Alfaro S.A.
- ✓ Representaciones Deco S.A.
- ✓ Dimexa S.A.
- ✓ Química Suiza S.A.
- ✓ Eckerd S.A.

Organigrama estructural de la empresa a nivel directorio



Fuente: Las autoras.

Organigrama estructural propuesto



Fuente: Las autoras

Detalle líneas los procesos que se están analizando dentro del presente trabajo:

Proceso de Ventas:

- **Proceso de toma de pedidos de farmacias:**

1. Las farmacias se contactan con el vendedor para realizar su pedido y/o el vendedor contacta con el cliente y hace la toma del pedido en su celular o por correo.
2. El vendedor se comunica por teléfono, celular, mensaje de texto o correos con el área de facturación para ingresar la orden de pedido al sistema.

Riesgos identificados:

- No hay un formato estándar (orden de pedido) para la toma de pedidos, esta debería estar firmada por el dueño de la farmacia, para tener la certeza a quien se le debe cobrar la venta efectuada.

- **Proceso de aprobación de pedidos de farmacias:**

1. Se verifica en el sistema que existe una solicitud de pedido pendiente de atención.
2. Se valida que no tenga documentos pendientes de pago y que el importe del pedido no exceda el máximo de monto permitido (S/ 2,500.00).
3. Si cumple los requisitos anteriores, es aprobado, de lo contrario es rechazado.
4. Tomar en cuenta las siguientes observaciones para los clientes de farmacias:
 - El cliente es registrado por información brindada por el vendedor.
 - Cada pedido por la farmacia no debe pasar de S/ 2,500.00
 - El plazo máximo de pago es de 90 días.

Riesgos identificados:

- Se debe contar con una orden de pedido firmada por el representante de la farmacia, para comprobar la autenticidad de la misma.
- Se debería evaluar a cada cliente y asignarle una línea de crédito determinado por el área de créditos y cobranzas.
- Todos estos clientes deberían contar con una línea de crédito de compra.

- **Proceso de despacho y entrega de mercadería: Pedidos de farmacias:**

1. El vendedor debe dirigirse al área de almacén, portar la copia de su pedido ingresado en el sistema donde se detalla la cantidad y el lote del producto a enviar.
2. Recibe los productos, los verifica y se los lleva, para ello cuenta con un vehículo propio. Porta la factura y guía de remisión.
3. Se dirige al establecimiento, hace entrega a la farmacia del pedido, solicita sello y firma de los documentos.
4. Entrega la guía de remisión sellada y firmada al área de almacén. El cargo de la factura se queda en su poder para efectuar la cobranza.

Riesgos identificados:

- Él envió del pedido a los clientes debería efectuarse desde el almacén, para identificar a quien le hacemos entrega del producto.
- Los vendedores realizan directamente la cobranza en efectivo del pedido atendido.

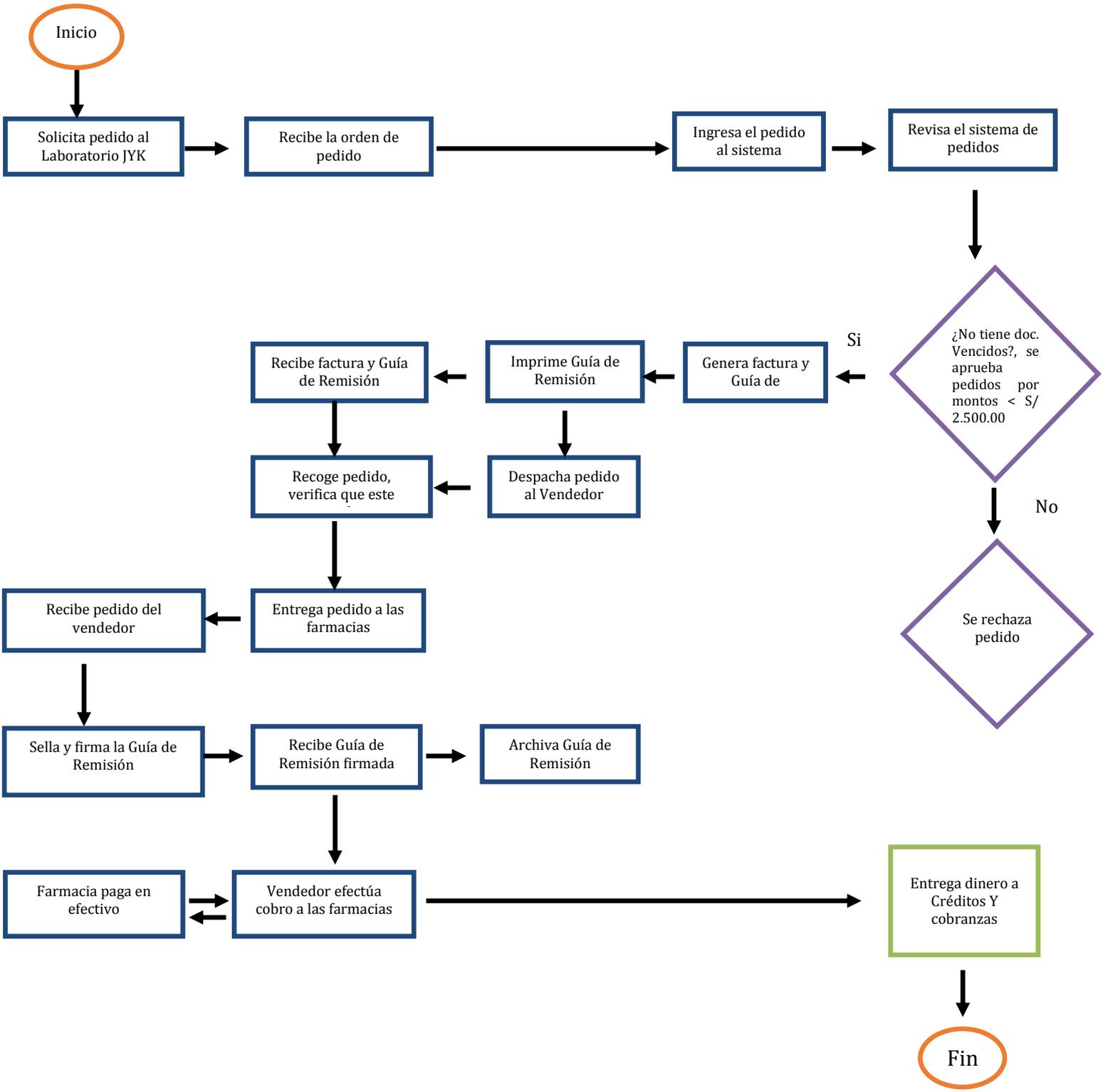
● **Proceso de cobranza a farmacias:**

1. El vendedor debe visitar el establecimiento para realizar el cobro de lo adeudado.
2. De cobrar el importe adeudado, debe informar al asistente de créditos y cobranzas y depositar en la cuenta corriente de la empresa. De lo contrario debe dirigirse al área de crédito y cobranzas y pedir su nota de abono por la entrega del dinero.

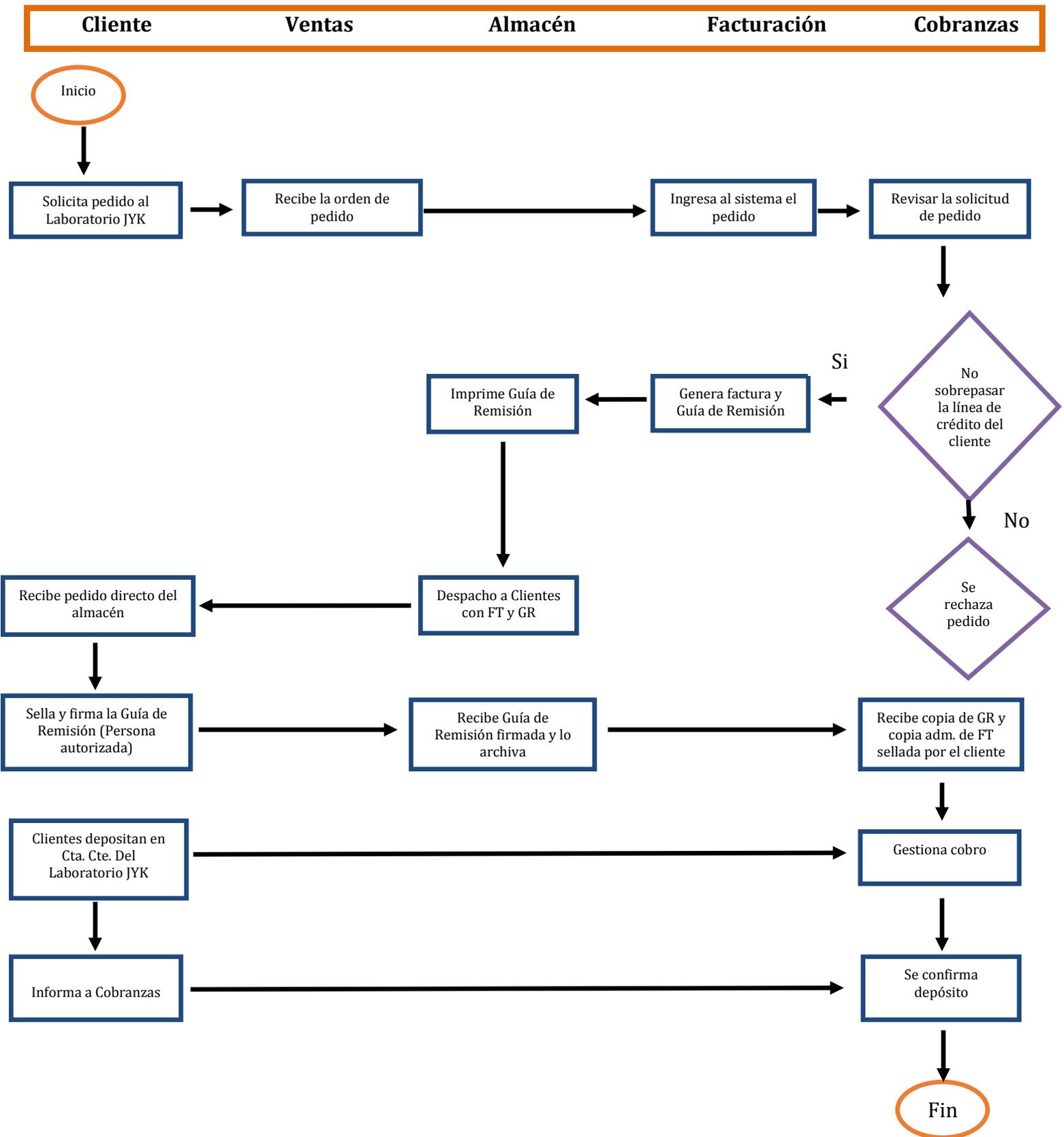
Riesgos identificados:

- No se tiene la certeza que el vendedor realiza el deposito a las Ctas. Ctes. de la empresa o que entregue al efectivo al asistente de cobranzas de manera inmediata.
- Los vendedores luego de realizado el cobro, no entregan un recibo por el pago recibido al cliente que sea sustento del pago.

Flujograma de procesos de la empresa



Flujograma propuesto – Clientes “A” y “B”



- Mejoras en el proceso de ventas del Laboratorio JYK S.A.
 - ✓ El departamento de créditos y cobranzas ha establecido la siguiente calificación de clientes:
 - Cliente “A” – Plazo de crédito de 60 a 90 días.
 - Cliente “B” – Plazo de crédito de 45 a 60 días.
 - Cliente “C” – No posee línea de crédito. Solo contado.

Proceso de Ventas:

- **Proceso recepción de pedidos:**

Los Clientes acceden al portal web del laboratorio, ingresan sus órdenes de compra al módulo web BPCS. Que previamente valida el stock solicitado.

- **Proceso de aprobación de pedidos por el área de cobranzas:**

1. Se verifica en el sistema que existe una solicitud de pedido pendiente de atención.
2. Se valida que cuente con línea de crédito.
3. Si cumple el requisito anterior, es aprobado, de lo contrario es rechazado.

- **Proceso de despacho y entrega de mercadería:**

1. El área de facturación genera la factura y la guía de remisión, es enviada al área de almacén, para despachar el pedido, se adjuntan los documentos requeridos por el cliente.
2. El jefe de almacén ordena los pedidos de acuerdo con las zonas de ubicación del cliente y se envía con el transportista al almacén del cliente.
3. Culminada la entrega de la mercadería, el encargado de transportar y efectuar la entrega (previa formalidad) devolverá la documentación debidamente recepcionada por el cliente.
4. La documentación entregada será visada por el jefe de almacén para iniciar la distribución a las áreas de cobranzas, contabilidad y ventas para su adecuado control.

- **Proceso de cobranza:**

1. El asistente de cobranzas verifica en el módulo de control, el próximo vencimiento de las facturas e inicia las comunicaciones con los diversos clientes de acuerdo con el vencimiento de las facturas.
2. Para facilitar la cobranza la empresa ha implementado el servicio de recaudación en línea conformado por dos modalidades:
 - 2.1 El cliente se presenta a la ventanilla del banco para realizar el pago de sus obligaciones, indicando al personal del banco su número de RUC y este, valida y confirma sus obligaciones.
 - 2.2 El cliente ingresa a la página web del banco y puede seleccionar sus facturas a pagar.
3. Si en el sistema BPCS de cobranzas se detecta un documento vencido, automáticamente se bloquea los pedidos del cliente.

➤ **Estados Financieros**

La presente situación financiera no presenta el impacto en la gestión de cobranza de Laboratorios JYK S.A.

LABORATORIOS JYK S.A
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014

	<u>2014</u>		<u>2014</u>
	S/		S/
ACTIVOS		PASIVO Y PATRIMONIO	
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	4,522,600.00	Cuentas por Pagar Comerciales	29,174,520.00
Cuentas por Cobrar Comerciales (neto)	28,372,840.00	Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas	1,361,760.00
Otras Cuentas por Cobrar (neto)	2,649,240.00	Cuentas por pagar diversas	<u>1,054,320.00</u>
Inventarios	2,590,160.00	Total Pasivos Corrientes	<u>31,590,600.00</u>
Gastos contratados por anticipado	<u>24,840.00</u>		
Total Activos Corrientes	<u>38,159,680.00</u>	Pasivos no Corriente	
		Provisiones	<u>2,292,960.00</u>
Activos No Corriente		Total Pasivos No Corrientes	<u>2,292,960.00</u>
Propiedades, Planta y Equipo (neto)	2,745,920.00	Total pasivo	33,883,560.00
Activos por impuestos diferidos	2,958,160.00		
Intangibles	<u>2,833,448.00</u>	PATRIMONIO	
Total Activos No Corriente	<u>8,537,528.00</u>	Capital Emitido	3,039,000.00
		Otras Reservas de Capital	529,440.00
TOTAL DE ACTIVOS	<u><u>46,697,208.00</u></u>	Resultados Acumulados	3,461,808.00
		Otras Reservas de Patrimonio	<u>5,783,400.00</u>
		Total Patrimonio	<u>12,813,648.00</u>
		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u><u>46,697,208.00</u></u>

La situación financiera muestra sin el impacto que en la gestión de cobranza no existe ninguna política para reducir una elevada incobrabilidad en las cuentas por cobrar comerciales que asciende a S/. 28,372,840.00. Y asimismo el comportamiento de las cuentas por pagar comerciales se observa un elevada obligación comercial que asciende a S/. 29,174,520.00, producto por una falta de efectivo.

LABORATORIOS JYK S.A
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES
PARA EL AÑO TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014

	2014
	S/
Venta	50,221,440.00
Otros ingresos operacionales	42,000.00
	50,263,440.00
Costo de Ventas	-31,569,480.00
Utilidad Bruta	18,693,960.00
Gastos de Ventas	-10,965,000.00
Gastos de Administración	-1,453,680.00
Otros ingresos	1,052,040.00
Otros egresos	-2,338,680.00
Utilidad de Operación	4,988,640.00
Ingresos Financieros	135,000.00
Gastos financieros	-1,006,680.00
Diferencia de cambio neta	828,480.00
Utilidad antes de impuesto a la renta	4,945,440.00
Impuesto a la renta	-1,483,632.00
Utilidad y resultados integrales del año	3,461,808.00

El presente estado financiero muestra un ingreso operacional por S/. 50,263,440.00, y producto de la deducción del costo de ventas por S/. 31,569,480.00, se muestra como utilidad bruta el monto de S/. 18,693,960.00.

➤ **Nota a los EEFF: Cuentas por cobrar**

Cuentas por cobrar comerciales

Al 31 de diciembre este rubro comprende:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
	S/	S/
Facturas por Cobrar	18,372,840.00	14,914,680.00
Letras por Cobrar	15,674,568.00	14,982,936.00
Provision de Cobranza Dudosa	<u>-5,674,568.00</u>	<u>-4,982,936.00</u>
	<u>28,372,840.00</u>	<u>24,914,680.00</u>

Las cuentas por cobrar comerciales son de vencimiento corriente, y no devengan intereses.

Detalle por tipo de clientes:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
	S/	S/
Distribuidoras	18,450,008.52	16,201,270.59
Farmacias	7,634,559.36	6,704,038.20
Cadenas	1,738,950.43	1,527,002.36
Clinicas	<u>549,321.69</u>	<u>482,368.85</u>
	<u>28,372,840.00</u>	<u>24,914,680.00</u>

Reporte de Anticuoamiento al 31 de diciembre del 2014

Por tipo de Cliente	Por Cobrar de 0 - 60 dias	Por Cobrar de 60 - 90 dias	Por Cobrar de 90- 120 dias	Por Cobrar de 120 -180 Dias	Total Cta x Cbrar
Distribuidoras	14,760,006.82	2,450,000.00	1,240,001.70	-	18,450,008.52
Farmacias	521,250.00	1,005,661.90	2,672,095.76	3,435,551.70	7,634,559.36
Cadenas	1,391,160.33	347,790.10	-	-	1,738,950.43
Clinicas	439,457.35	109,864.34	-	-	549,321.69
	17,111,874.50	3,913,316.34	3,912,097.46	3,435,551.70	28,372,840.00

La presente nota representa las debilidades que tiene la empresa en sus cobranzas y en otorgamiento del credito. Observandose los diversos vencimientos que flutuan de 60 dias a 180 dias, sin haber obtenido la liquidez necesaria.

➤ **Ratios e interpretación:**

RATIO DE SOLVENCIA			
Endeudamiento patrimonial	Pasivo Total	<u>33,883,560.00</u>	2.64
	Patrimonio	12,813,648.00	

El patrimonio esta comprometido 2.64 con sus acreedores.

RATIO DE LIQUIDEZ

Año 2014

Ratio de liquidez =	<u>Activo Corriente</u>	<u>38,159,680.00</u>	1.21
	Pasivo corriente	31,590,600.00	

Interpretación: El activo corriente supera al pasivo corriente en 1.21, esto significa que la empresa utilizando su efectivo, sus cuentas por cobrar y sus existencias pueden pagar con holgura sus obligaciones de corto plazo.

Ratio de Prueba Defensiva	<u>Caja y Bancos x 100%</u>	<u>4,522,600.00</u>	0.14
	Pasivo Corriente	31,590,600.00	

Interpretación: Podemos observar que la empresa no puede hacer frente a sus obligaciones a corto plazo. Su ratio es de 0.14

RATIO DE GESTION

Rotación de cuentas por cobrar	<u>Ventas anuales al crédito</u>	<u>50,221,440.00</u>	189.67
	Promedio de cuentas por cobrar	26,097,706.00	

Interpretación En este caso sería 189.67 días. Los términos de crédito que ofrece la compañía son de 90 A 120 días en todas sus ventas, en este caso el negocio tendría un problema ya que en promedio esta cobrando sus cuentas por cobrar 99 días después del vencimiento de las facturas.

➤ **Resultados de la implementación de una adecuada “Evaluación del control interno al proceso de ventas a farmacias y su impacto en la gestión de cobranzas de Laboratorios JYK S.A.” (Proyectado)**

**LABORATORIOS JYK S.A
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014**

	2014		2014
ACTIVOS	S/	PASIVO Y PATRIMONIO	S/
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	4,522,600.00	Cuentas por Pagar Comerciales	1,539,961.00
Cuentas por Cobrar Comerciales (neto)	738,281.00	Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas	1,361,760.00
Otras Cuentas por Cobrar (neto)	2,649,240.00	Cuentas por pagar diversas	1,054,320.00
Inventarios	2,590,160.00	Total Pasivos Corrientes	3,956,041.00
Gastos contratados por anticipado	24,840.00		
Total Activos Corrientes	10,525,121.00	Pasivos no Corriente	
Activos No Corriente		Provisiones	2,292,960.00
Propiedades, Planta y Equipo (neto)	2,745,920.00	Total Pasivos No Corrientes	2,292,960.00
Activos por impuestos diferidos	2,958,160.00	Total pasivo	6,249,001.00
Intangibles	2,833,448.00		
Total Activos No Corriente	8,537,528.00	PATRIMONIO	
		Capital Emitido	3,039,000.00
TOTAL DE ACTIVOS	19,062,649.00	Otras Reservas de Capital	529,440.00
		Resultados Acumulados	3,461,808.00
		Otras Reservas de Patrimonio	5,783,400.00
		Total Patrimonio	12,813,648.00
		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	19,062,649.00

El presente estado financiero muestra los resultados de la implementación de una adecuada evaluación del control interno y cuyo resultado a incidido en un primer momento en el incremento del efectivo de la empresa permitiendole cubrir sus obligaciones y que a la fecha tiene como resultado S/.1,538,961.00.

Cabe mencionar que otro resultado positivo para la empresa fue la cobranza efectiva de las cuentas de cobranza dudosa, afectando el crecimiento de la utilidad de a empresa en el ejercicio 2014.

LABORATORIOS JYK S.A
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES
PARA EL AÑO TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014

		<u>2014</u>	
	S/		
Venta		50,221,440.00	
Otros ingresos operacionales		<u>42,000.00</u>	
		50,263,440.00	
Costo de Ventas		<u>-31,569,480.00</u>	
Utilidad Bruta		18,693,960.00	
Gastos de Ventas		-10,965,000.00	
Gastos de Administracion		-1,453,680.00	
Otros ingresos		1,052,040.00	
Otros egresos		-2,338,680.00	
Utilidad de Operación		4,988,640.00	
Ingresos Financieros		135,000.00	
Gastos financieros		-1,006,680.00	
Diferencia de cambio neta		828,480.00	
Utilidad antes de impuesto a la renta		4,945,440.00	
Impuesto a la renta		<u>-1,483,632.00</u>	
Utilidad y resultados integrales del año		<u><u>3,461,808.00</u></u>	

➤ **Ratios e interpretación**

RATIO DE SOLVENCIA			
Endeudamiento patrimonial		<u>Pasivo Total</u>	6,249,001.00
		Patrimonio	12,813,648.00
			0.49

El patrimonio esta comprometido 0.49 con sus acreedores.

RATIO DE LIQUIDEZ

Año 2014

Ratio de liquidez =	<u>Activo Corriente</u>	<u>10,525,121.00</u>	2.66
	Pasivo corriente	3,956,041.00	

Interpretación: El activo corriente supera al pasivo corriente en 2.66, esto significa que la empresa utilizando su efectivo, sus cuentas por cobrar y sus existencias, pagar con holgura sus obligaciones de corto plazo.

Ratio de Prueba Defensiva	<u>Caja y Bancos x 100%</u>	<u>4,522,600.00</u>	1.14
	Pasivo Corriente	3,956,041.00	

Interpretación: Por cada sol de deuda la empresa puede afrontar sus gastos con S/. 1.64.

RATIO DE GESTION

Rotación de cuentas por cobrar	<u>Ventas anuales al crédito</u>	<u>50,221,440.00</u>	93.22
	Promedio de cuentas por cobrar	12,826,480.50	

Interpretación Rotacion de cuentas de 93 dias

➤ **Aplicar cuestionario COSO:**

COMPONENTE	PRINCIPIO	ENFORQUE	SITUACIÓN ACTUAL	ATERRIJAJE
AMBIENTE DE CONTROL	1. La organización demuestra un compromiso con la integridad y valores éticos.	-El directorio y administración en todos sus niveles demuestra compromiso con los aspectos éticos, como aspecto central del control interno. - Establece estándares de conducta, difundido a todos los niveles. - Evalúa su cumplimiento y desviaciones	-El plan anual no se cumple según los cronogramas establecidos. - No hay charlas al personal sobre los valores éticos - No existe un buen gobierno corporativo.	- Concientizar al Directorio y las Gerencias de que se deben de cumplir los cronogramas establecidos. - De la mano con RRHH se debe dar charlas a los trabajadores para que se identifiquen con la empresa. - Implementar el buen gobierno corporativo
	2. El Consejo de Administración demuestra una independencia de la administración y ejerce una supervisión del desarrollo y el rendimiento de los controles internos.	-El Directorio tiene y efectúa supervisión superior del control interno, su diseño y cumplimiento - El Directorio revisa sus capacidades y conocimientos de control interno	- La Gerencia no supervisa y/o hace seguimiento de las políticas de ventas por falta de actualización de control interno. - Aun están por definir los manuales de funciones en esta área.	- Se deberá capacitar al Directorio sobre control interno y así poder reforzar la supervisión para corregir las deficiencias oportunamente y evitar inconsistencia en el proceso de ventas
	3. La Administración establece con el Directorio la supervisión de las estructuras, las líneas de reportes y los sistemas de autoridad y responsabilidad para el logro de los objetivos.	- Considera toda la estructura de la empresa. - Establece líneas de autoridad, responsabilidad y reportes. - Define los límites de autoridad.	-El personal no cumple con la totalidad del manual de funciones establecidas en la empresa	-Se deberá actualizar el diseño de la estructura organizacional con una frecuencia anual con la finalidad de determinar responsabilidades a personal idóneo y que cumplan con los perfiles de cada puesto.
	4. La organización demuestra un compromiso a atraer, desarrollar y retener personas competentes en alineación con los objetivos.	- Define políticas y practicas relativas a talentos de RRHH. - Atrae, desarrolla y mantiene los recursos humanos requeridos. - Establece planes de sucesiones.	- La organización no ofrece línea de carrera.	- Se deberá de implementar junto con RRHH la política de línea de carrera.
	5. La organización retiene individuos comprometidos con sus responsabilidades de control interno en la búsqueda de objetivos.	- El directorio y la administración establecen mediciones, incentivos y retroalimentaciones para mejoras y cumplimiento del control interno	- No cuenta con un buen plan de incentivos económicos y motivacional para el personal de ventas.	- Mejorar el plan de incentivos.

EVALUACIÓN DE RIESGOS	6. La organización especifica objetivos con suficiente claridad para permitir la identificación y valoración de los riesgos relacionados a los objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> - Claridad y documentación en objetivos, reporte y cumplimiento. - Debe reflejar las selecciones de objetivos hechos por la empresa - Considera la tolerancia al riesgo . - Es la base para la colocación de recursos humanos y financieros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los objetivos estratégicos no son difundidos a toda la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hacer llegar a todo el personal los objetivos de la empresa; ya sea mediante charlas, boletines, etc. - Debería haber un compromiso de todo las área involucradas en el proceso de venta.
	7. La organización identifica los riesgos sobre el cumplimiento de los objetivos a través de la entidad y analiza los riesgos para determinar cómo esos riesgos deben de administrarse.	<ul style="list-style-type: none"> - Para la determinación y administración de riesgos, deben incluirse todas las áreas y luego todas las funciones y niveles. - Analizar tanto los factores internos como externos. - Definir y categorizar los riesgos y asignarlos por niveles. 	<ul style="list-style-type: none"> - La organización no tiene un óptimo plan de trabajo para identificar sus riesgos 	<ul style="list-style-type: none"> - Se debe mejorar el plan de trabajo para la identificación de riesgos y poder tomar las medidas correctas.
	8. La organización considera la posibilidad de fraude en la evaluación de riesgos para el logro de los objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> - Especificar los posibles tipos de fraudes: en Estados financieros, pérdidas de activos, etc. - Presión para lograr metas que conlleva a distintos fraudes. - Vacíos en los procedimientos de control interno que dejan oportunidades a los fraudes. 	<ul style="list-style-type: none"> - El producto no llegue a la farmacia destinada. - Se realiza ventas ficticias por llegar a la cuota del mes. - El vendedor realiza el pedido a almacén y el mismo realiza el despacho. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las funciones debe efectuarla las áreas responsables. - Sincerar las metas para que puedan ser cumplidas sin la necesidad de llegar al fraude.
	9. La organización identifica y evalúa cambios que pueden impactar significativamente al sistema de control interno.	<ul style="list-style-type: none"> - Analizar cambios tanto de origen interno como externos y como afectan a los riesgos. - Cambios en el modelo de negocio, productos, distribución y como afectan a los riesgos. - Cambios en liderazgos, jefaturas y estilos de administración y como afectan a los riesgos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Personal nuevo dentro de la organización 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación constante al personal nuevo.
ACTIVIDADES DE CONTROL	10. La organización elige y desarrolla actividades de control que contribuyen a la mitigación de riesgos para el logro de objetivos a niveles aceptables.	<ul style="list-style-type: none"> - Integrar los controles con los riesgos. - Especificar las causas de los factores de riesgos. - Determinar los procesos significativos, riesgos y controles. - Evaluar qué tipo de controles se necesitan. -Detallar los controles por niveles. - Contar con segregación de funciones. 	<ul style="list-style-type: none"> - No se han diseñado actividades de control para prevenir las incidencias por las ventas a farmacias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los controles preventivos para garantizar una cobranza oportuna: Que cada participante de la cadena realice la función que tiene destinada, que almacén coordine el despacho, que cobranzas evalúe a los clientes, modifique su política de atención de pedidos de farmacia. El personal de ventas efectúe su venta y gestione la rotación del producto.
	11. La organización elige y desarrolla actividades de control generales sobre la tecnología para apoyar el cumplimiento de los objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar con detalle las relaciones de los procesos con tecnología, sus riesgos y controles automáticos y generales en los respectivos procesos. - Establecer la tecnología en uso y su infraestructura, sus riesgos y controles. - Determinar y probar todo lo relativo a seguridad de TI en sus distintos ámbitos. - Analizar todo lo referente a adquisiciones de TI y sus controles. - TI es ahora con COSO 2013 parte integrante de control interno. 	<ul style="list-style-type: none"> - No evalúa las amenazas internas y externas. a. Amenazas externas depende de las redes de telecomunicaciones de internet. b. Amenazas internas de ex empleados o empleados descontentos los cuales tienen conocimiento y acceso a la base de datos. - Todos los usuarios cuentan con accesos al sistema BPCS. 	<ul style="list-style-type: none"> - Proponer que exista un horario para el ingreso de la información al sistema. - Restringir acceso al sistema, solo a personal autorizado. - Actualizar contraseñas del correo corporativo.
	12. La organización despliega actividades de control a través de políticas que establecen lo que se espera y procedimientos que ponen dichas políticas en acción.	<ul style="list-style-type: none"> - Políticas y procedimientos. - Los controles deberán realizarse oportunamente. - Usar las competencias personales. - Revisar y retroalimentar políticas y procedimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las políticas y manual de procedimientos no cuentan con las actualizaciones periódicas y capacitaciones en el tema de control interno. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las distintas evaluaciones deben ser periódicas.

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	13. La organización obtiene o genera y usa información relevante y de calidad para apoyar el funcionamiento del control interno.	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar la información relevante. - Determinar y tipificar las fuentes de data interna como externa. - Analizar los procesos informáticos relacionados con información relevante. - Revisar las entradas procesos y salidas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se está actualizando los manuales de funciones, por cada proceso, por cada área. - Aún está en la etapa de acopio de información. 	<ul style="list-style-type: none"> - Segregar de manera correcta las funciones de cada área.
	14. La organización comunica información internamente, incluyendo objetivos y responsabilidades sobre el control interno, necesarios para apoyar funcionamiento del control interno.	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar los tipos de información y destinatarios. - Comunicaciones con el Directorio. - Métodos de comunicación, oportunidad, audiencias y tipos de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se está implementado desde el año 2013 por medio del área de auditoría interna, definir responsables por áreas. - Se realizan reuniones mensuales con el directorio, para informar los avances de todas las áreas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar el tema para que sea usado por el directorio
	15. La organización se comunica con grupos externos con respecto a situaciones que afectan el funcionamiento del control interno.	<ul style="list-style-type: none"> - Especificar a quienes y que tipo de información. - Canales de comunicación y su seguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> - El área de auditoría interna es el encargado de realizar los muestreos y recojo de información, para mejorar el proceso del rubro farmacias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crear formatos de identificación de clientes.
ACTIVIDADES DE MONITOREO	16. La organización selecciona, desarrolla, y realiza evaluaciones continuas y/o separadas para comprobar cuando los componentes de control interno están presentes y funcionando.	<ul style="list-style-type: none"> - Ver cómo cambian en el tiempo. - Determinar el conocimiento y entendimiento de los receptores. - Integrarlas con los procesos de negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hay comparativos de las debilidades encontradas en control interno 	<ul style="list-style-type: none"> - Delegar a un supervisor el monitoreo del control interno.
	17. La organización evalúa y comunica deficiencias de control interno de manera adecuada a aquellos grupos responsables de tomar la acción correctiva, incluyendo la Alta Dirección y el Consejo de Administración, según sea apropiado.	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicar al directorio alta administración, quienes deben corregirlas. - Monitorear si se corrigieron oportunamente. Dejar evidencias y registros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los reportes se dan de manera mensual. 	<ul style="list-style-type: none"> - Reportar las incidencias con una frecuencia semanal para la solución inmediata.

CAPÍTULO 5

RESULTADOS

5.1 Descripción e interpretación de resultados

El instrumento utilizado en el presente trabajo de investigación fue el cuestionario, el cual constó de veinte preguntas, los cuales fueron seleccionados en la formulación del problema. La formulación de la primera y segunda variable equivale al 50% del total de preguntas incluidas en este cuestionario. El propósito del cuestionario fue validar los procesos de gestión efectuados por la empresa Laboratorios JYK S.A. Este cuestionario quiere evaluar cuáles son los procedimientos efectuados por el personal que efectúan la gestión de ventas a farmacias. De acuerdo con la estructura de veinte preguntas, se midió el nivel de compromiso de la empresa, tanto como la del colaborador. Y además los detalles concretos efectuados en la gestión de toma del pedido, despacho, envío del pedido y cobro en el proceso de ventas efectuadas a farmacias. Este cuestionario fue aplicado al personal que efectúa venta directa a

farmacias, el cual consta de diez personas. A continuación, se presenta los resultados obtenidos en cuadros, gráficos e interpretaciones.

Cuadro N° 01

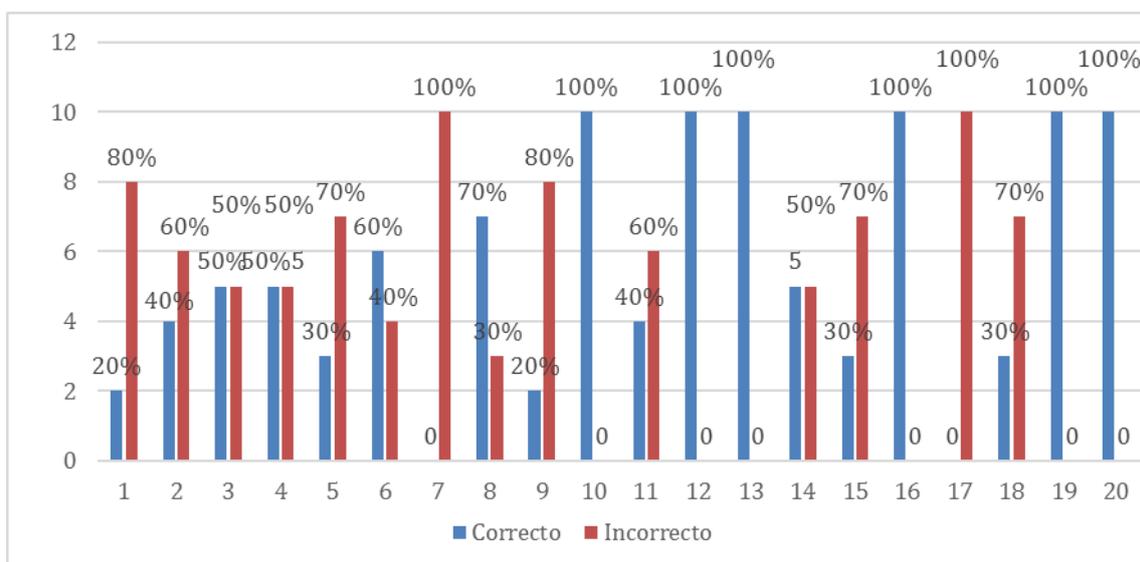
Resultados generales obtenidos de la aplicación del cuestionario para evaluar el control interno al proceso de ventas a farmacias y su impacto en la gestión de cobranzas de laboratorios JYK S.A. en el periodo 2014.

Nº Ítem	Ítems	Correcto		Incorrecto		Total	
		Hi	Hi	hi	Hi	hi	Hi
1	¿Qué es el control interno?	2	20%	8	80%	10	100%
2	¿Cuáles son los valores de la empresa?	4	40%	6	60%	10	100%
3	¿Con qué frecuencia son capacitados en su labor de vendedores?	5	50%	5	50%	10	100%
4	¿Con qué frecuencia son evaluados por su labor de vendedores?	5	50%	5	50%	10	100%
5	¿Cuándo tienes un problema relacionado a tu labor de vendedor, quién te ayuda a encontrar una solución?	3	30%	7	70%	10	100%
6	¿Cada Cuánto tiempo reciben bono por cumplimiento de metas	6	60%	4	40%	10	100%
7	¿Cómo envía su solicitud de ventas al área comercial?	0	0%	10	100%	10	100%
8	¿Quién aprueba su solicitud de venta-?	7	70%	3	30%	10	100%
9	¿Quién efectúa una revisión de los pedidos de farmacias, antes de ser entregados a usted?	2	20%	8	80%	10	100%
10	¿A cargo de quién está la tarea de efectuar el envío físico de los productos?	10	100%	0	0%	10	100%
11	¿Quién es la persona encargada dentro de la farmacia de darle la conformidad del pedido?	4	40%	6	60%	10	100%
12	¿A qué área envía la copia de la guía de remisión?	10	100%	0	0%	10	100%
13	¿Quién gestiona el cobro de los documentos pendientes?	10	100%	0	0%	10	100%
14	¿Con que frecuencia visita a sus clientes, para supervisar la rotación del producto?	5	50%	5	50%	10	100%
15	¿Usted cobra a la fecha de vencimiento de la factura?	3	30%	7	70%	10	100%
16	¿Qué medio de pago utiliza el cliente?	10	100%	0	0%	10	100%
17	¿Cómo informa el cobro de la factura?	0	0%	10	100%	10	100%
18	¿Cada cuánto tiempo entrega el reporte de cobro?	3	30%	7	70%	10	100%
19	¿Cuál es su función principal?	10	100%	0	0%	10	100%
20	¿Cuál es el criterio para su evaluación de desempeño?	10	100%	0	0%	10	100%

Fuente: Cuestionario para evaluar el control interno al proceso de ventas a farmacias y su impacto de la gestión de cobranzas

Gráfico N°01

Resultados generales obtenidos de la aplicación del cuestionario para evaluar el control interno al proceso de ventas a farmacias y su impacto en la gestión de cobranzas de laboratorios JYK S.A. en el periodo 2014.



Fuente Cuestionario para evaluar el control interno al proceso de ventas a farmacias y su impacto de la gestión de cobranzas

Interpretación:

Este instrumento permitió saber el grado de conocimiento de las personas involucradas en el área de ventas de los procesos que realizan.

Del gráfico anterior se tiene que el 100% de los encuestados, en los ítems 7 y 17, respondieron de manera incorrecta a las preguntas planteadas, podemos observar que él envió de pedidos de los productos, no se da por un medio físico en donde se identifique de manera inequívoca quien ha efectuado el pedido. En cuanto a la respuesta por el ítem 17, no existe una manera uniformizada de informar la gestión de cobro por parte del vendedor. Asimismo, observamos que ha respondido de manera correcta al 100% los ítems 12, 13, 16, 19 y 20. Evidenciando que el vendedor es responsable del envío del pedido y tenedor de los documentos que evidencia el despacho del mismo. Como también será responsable de la gestión de cobro. En la respuesta del ítem 16, se

evidencia que los clientes de farmacias efectúan sus pagos en efectivo, lo cual podría generar inconvenientes, debido a que el vendedor debería efectuar labores adicionales dentro de su área de trabajo para garantizar que este importe sea depositado, lo cual contrasta con las respuestas de las preguntas del ítem 19 y 20, donde está claro que para el vendedor su principal función es la de vender. Lo cual nos demuestra que, aunque se efectuó la cobranza su prioridad es gestionar la mayor cantidad de pedidos de sus clientes.

Cuadro N° 02

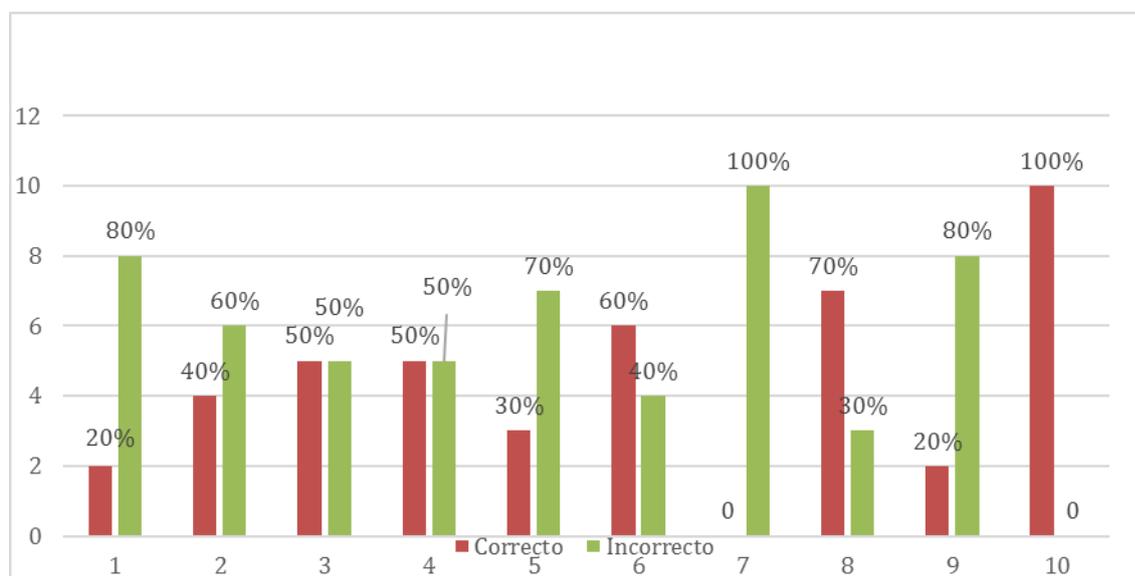
Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario para determinar de qué manera el diseño de actividades aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en el seguimiento de la morosidad de laboratorios JYK S.A.

#	Ítem	Correcto		Incorrecto		Total	
		hi	Hi	hi	Hi	hi	Hi
1	¿Qué es el control interno?	2	20%	8	80%	10	100%
2	¿Cuáles son los valores de la empresa?	4	40%	6	60%	10	100%
3	¿Con que frecuencia son capacitados en su labor de vendedores?	5	50%	5	50%	10	100%
4	¿Con que frecuencia son evaluados por su labor de vendedores?	5	50%	5	50%	10	100%
5	¿Cuándo tienes un problema relacionados a tu labor de vendedor, quien te ayuda a encontrar una solución?	3	30%	7	70%	10	100%
6	¿Cada cuánto tiempo reciben bono por cumplimiento de metas?	6	60%	4	40%	10	100%
7	¿Cómo envía su solicitud de ventas al área comercial?	0	0%	10	100%	10	100%
8	¿Quién aprueba su solicitud de ventas?	7	70%	3	30%	10	100%
9	¿Quién efectúa una revisión de los pedidos de farmacias, antes de ser entregados a usted?	2	20%	8	80%	10	100%
10	¿A cargo de quien está la tarea de efectuar el envío físico de los productos?	10	100%	0	0%	10	100%

Fuente: Cuestionario para evaluar el control interno al proceso de ventas a farmacias y su impacto de la gestión de cobranzas

Gráfico N°02

Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario para determinar de qué manera el diseño de actividades aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en el seguimiento de la morosidad de laboratorios JYK S.A.



Fuente: Cuestionario para evaluar el control interno al proceso de ventas a farmacias y su impacto de la gestión de cobranzas

Interpretación:

En la presente encuesta podemos observar que en el ítem 7. El 100% de los entrevistados respondieron de manera incorrecta, confirmando que no tiene un sistema de pedidos estandarizado por el rubro de venta a farmacias, por lo cual se corre el riesgo de que la información brindada no sea la correcta y que el destino de la mercadería no sea el indicado por el vendedor. Asimismo, el 80% de los encuestados en el ítem 1 y 8, nos afirman que no han sido capacitados en control interno, desconociendo este importante concepto, pero la empresa nos informa que su área de despacho es encargado de armar el pedido y revisarlo antes de ser entregado al vendedor para su posterior envío a farmacia. Aunque cabe resaltar que la respuesta de manera correcta al 100% del ítem 10 evidencia la falta de control que existe en este segmento de la empresa, porque primero no se verifica la

procedencia del pedido, no se realiza de manera formal y si el vendedor es el encargado del despacho no se tiene la certeza de que el pedido llegue al destino acordado.

Cuadro N° 03

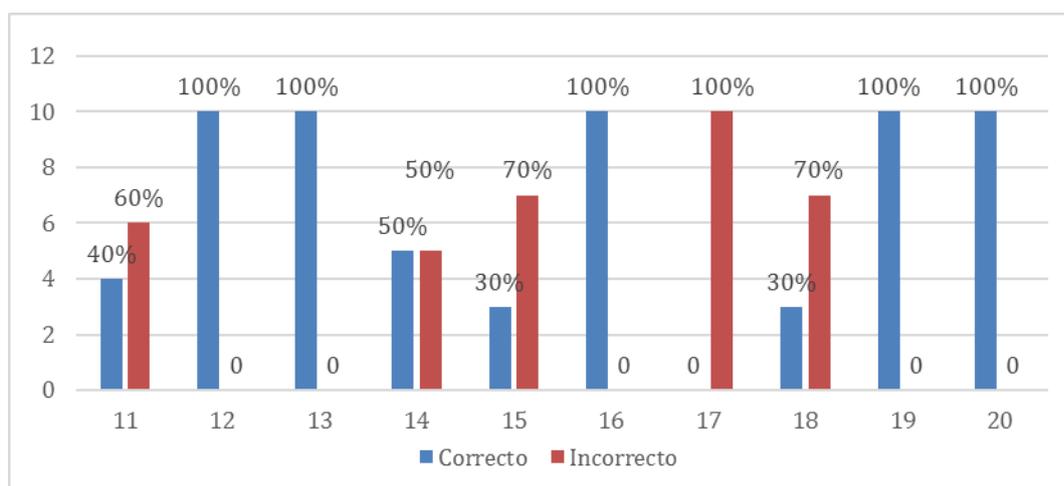
Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario para determinar de qué manera el diagnóstico de control interno aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión del riesgo de liquidez de laboratorios JYK S.A.

#	Ítem	Correcto		Incorrecto		Total	
		#	%	#	%	#	%
11	¿Quién es la persona encargada dentro de la farmacia de darle la conformidad del pedido?	4	40%	6	60%	10	100%
12	¿A qué área envía la copia de la guía de remisión?	10	100%	0	0%	10	100%
13	¿Quién gestiona el cobro de los documentos pendientes?	10	100%	0	0%	10	100%
14	¿Con qué frecuencia visita a sus clientes, para supervisar la rotación del producto?	5	50%	5	50%	10	100%
15	¿Usted cobra a la fecha de vencimiento de la factura?	3	30%	7	70%	10	100%
16	¿Qué medio de pago utiliza el cliente?	10	100%	0	0%	10	100%
17	¿Cómo informa el cobro de la factura?	0	0%	10	100%	10	100%
18	¿Cada cuánto tiempo entrega el reporte de cobro?	3	30%	7	70%	10	100%
19	¿Cuál es su función principal?	10	100%	0	0%	10	100%
20	¿Cuál es el criterio para su evaluación de desempeño?	10	100%	0	0%	10	100%

Fuente Cuestionario para evaluar el control interno al proceso de ventas a farmacias y su impacto de la gestión de cobranzas

Gráfico N°03

Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario para determinar de qué manera el diagnostico de control interno aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión del riesgo de liquidez de laboratorios JYK S.A.



Fuente Cuestionario para evaluar el control interno al proceso de ventas a farmacias y su impacto de la gestión de cobranzas

Interpretación:

De los resultados obtenidos en la encuesta, podemos observar que en el ítem 17 el 100% de los encuestados no efectúan de manera adecuada la liquidación de las facturas canceladas por sus clientes, generando que la cuenta por cobrar resulte morosa por falta de liquidar el pedido, debido a que la labor efectuada por el personal de ventas se enfoca en vender los productos farmacéuticos, corroborado por el ítem 19 y 20. En los resultados evidenciamos que el cliente efectúa el pago en efectivo, al no ser depositado en cuenta de manera inmediata se presta a que ese dinero pueda ser usado para otros fines, ya que no existe durante ese periodo un procedimiento que les exija a los vendedores hacer efectivo el deposito después de efectuar la cobranza de la factura.

5.2 Propuestas de alternativas

5.2.1 Propuestas a corto plazo: se necesita que la empresa identifique todos los procesos en lo que el personal de venta esté involucrado, para definir cuáles de esos procesos no deben realizar el personal de ventas. Asimismo, identificar las responsabilidades y procesos que involucran al área de créditos y cobranzas, logística y almacén.

Se necesita fortalecer las funciones que son propias del área de ventas.

5.2.2 Propuestas a mediano plazo: al identificar las funciones propias del área de ventas y créditos y cobranzas, efectuar los cambios necesarios para que cada uno asuma y se responsabilice de esas funciones. Que el área de almacén sea el responsable del despacho de la mercadería. Que se de los controles necesario para que se identifique al cliente y responsable de la recepción de la mercadería, esto surtirá efecto en la gestión de cobro. Ya que no existirá un tercero en el proceso. Debiendo ser el último punto de la cadena el cobro de las mismas.

Proponer al área de cobranzas tener cobradores para la región lima, o en su defecto que los gestores coordinen con los clientes para el cobro.

5.2.1 Propuestas a largo plazo: las cadenas de farmacias familiares son un respaldo a la cobranza, por ello se apunta a este tipo de mercado, ya que debido a los requerimientos solicitados por digemid las farmacias suelen traspasarse ya que no pueden asumir las altas multas.

Se necesita generar un aliado en el mercado que se encargue de distribuir de manera efectiva los medicamentos del laboratorio. El vendedor debe orientarse a generar la rotación de sus productos en sus zonas de venta.

CAPÍTULO 6

ESTANDARIZACIÓN

6.1 Normas legales

Ley N° 26887 Ley general de sociedades

La nueva Ley General de Sociedades del Perú, en vigencia desde el primer día de enero de 1998, marca un rumbo diferente y hasta cierto punto precursor, para el derecho societario peruano.

Según la Ley General de Sociedades en el Artículo 190º párrafo 2, indica que el Gerente es responsable del establecimiento y mantenimiento de una estructura de Control Interno diseñada para proveer una seguridad razonable de que los activos de la sociedad estén protegidos contra uso no autorizado y que todas las operaciones son efectuadas de acuerdo con autorizaciones establecidas y son registradas apropiadamente.

6.2 Normas Técnicas

NIC 1 “Presentación de Estados Financieros”

Esta Norma establece las bases para la presentación de los estados financieros de propósito general, para asegurar que los mismos sean comparables, tanto con los estados financieros de la misma entidad correspondientes a periodos anteriores, como con los de otras entidades. Esta Norma establece requerimientos generales para la presentación de los estados financieros, guías para determinar su estructura y requisitos mínimos sobre su contenido.

Esta Norma permitió establecer la correcta presentación de los estados financieros, señaló que deben ser comparables a periodos anteriores y que sean entendibles para otros usuarios.

NIC 2 “Inventarios”

Esta Norma nos indica determinar el tratamiento contable de los inventarios. Un tema fundamental en la contabilidad de los inventarios es la cantidad de costo que debe reconocerse como un activo, para que sea diferido hasta que los ingresos correspondientes sean reconocidos. Esta Norma suministra una guía práctica para la determinación de ese costo, así como para el subsiguiente reconocimiento como un gasto del periodo, incluyendo también cualquier deterioro que rebaje el importe en libros al valor neto realizable. También suministra directrices sobre las fórmulas del costo que se usan para atribuir costos a los inventarios.

NIC 37 “Provisiones, pasivos contingentes y activos contingentes”

El propósito de esta norma es asegurar que se utilicen las bases apropiadas para el reconocimiento y la medición de las provisiones, pasivos contingentes y activos contingentes, así como que se revele la información complementaria suficiente, por medio de las notas, como para permitir a los usuarios comprender la naturaleza, calendario de vencimiento e importes de las anteriores partidas.

Esta NIC permitió reconocer cuáles son las características para registrar una provisión, señaló como estimar una provisión y formularlo en los estados financieros y en las notas contables.

NIA 265 “Comunicación de las deficiencias en el control interno a los responsables del gobierno y a la dirección de la entidad”

La presente Norma Internacional de Auditoría (NIA), se refiere a la comunicación de las deficiencias significativas encontradas en el control interno y la misma que debe ser comunicada.

NIA 315 “Comprensión del ente y su ambiente y evaluación del riesgo de errores significativos”

Esta Norma Internacional de Auditoría (NIA) trata de la responsabilidad para identificar y evaluar los riesgos o errores significativos en los estados financieros mediante el conocimiento de la entidad y su entorno, incluyendo el control interno de la entidad. Al identificar estos riesgos significativos, ya sea por fraude o error nos dé una base para diseñar e implementar respuesta a los riesgos o errores significativos hallados.

CONCLUSIONES

Se concluye con lo siguiente:

1. La empresa ha admitido en implementar una adecuada evaluación de control interno al proceso de ventas, teniendo como resultado el impacto esperado en la gestión de cobranzas.
2. Se ha determinado que con la implementación de una adecuada evaluación de control interno al proceso de ventas se ha diseñado un nuevo proceso de ventas, proceso de aprobación de pedidos y un nuevo proceso de despacho y entrega de mercadería, obteniendo como resultado un impacto positivo en la gestión de cobranzas.
3. Con la adecuada implementación del control interno se obtuvo reducción en la morosidad de las cuentas por cobrar y que fue expresado como cuentas de cobranza dudosa.
4. Se concluye que la empresa al admitir la propuesta de los graduandos ha tenido como resultado un impacto positivo en la liquidez y cuyo resultado esta expresado en el estado financiero proyectado respectivo.

RECOMENDACIONES

Se establecen las siguientes recomendaciones:

1. La Gerencia Financiera, está obligada a que sus decisiones de otorgamiento de créditos se ciñan a los procesos establecidos para una cobranza efectiva de acuerdo con la implementación del sistema BPCS.
2. La Gerencia comercial, debe estar obligada a respetar los procesos implementados de acuerdo con las recomendaciones establecidas en la presente tesina, considerando que su política comercial está relacionada con el sistema BPCS.
3. El Directorio junto con el departamento de Auditoria Interna será responsable que los procesos establecidos para mejorar la gestión de cobranzas se cumplan y su impacto se observe positivamente en los estados financieros.
4. Al Jefe de Créditos y Cobranzas, debe asumir la completa responsabilidad de la gestión del cobro de facturas de farmacias, para ello debe contar con el personal de apoyo necesario para efectuarlo.

BIBLIOGRAFIA

- BERBIA, Patricia (2008) “Evaluación eficaz del sistema del control interno”. Florida-Estados Unidos: Fundación de investigaciones del instituto de auditores internos (IIARF) 1ra. Edición.
- ESTUPIÑAN GAITAN, Rodrigo. “Control Interno y Fraudes con base en los ciclos transaccionales”. Bogotá-Colombia: Ecoe Ediciones Cía Ltda. 2da. Edición.
- BERBIA, Patricia (2008) “Evaluación eficaz del sistema del control interno”. Florida-Estados Unidos: Fundación de investigaciones del instituto de auditores internos (IIARF) 1ra. Edición.
- ASOCIACION ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD (AEC) (<http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/coso;contiene>) Sitio web oficial de la AEC; información sobre la institución y enlaces de interés (consultado el 11 de julio)
- Ledezma, D. & Merino, K (2011). Diseño de un sistema de control interno en el área de ventas, para la mejora de la gestión comercial de la empresa Fabricaciones Metálicas ABC S.A.C. (Tesis de Titulación de Contador Público). Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.
- VARGAS, Diana y RAMÍREZ, Roberto (2014) “El sistema de control interno y la gestión comercial en la ferretería comercial estrella S.R.L.” (Tesis profesional de contador público). Trujillo: Universidad privada Antenor Orrego.
- MEJIA, Juan Carlos (2016) Director, Audit, de KPMG en Perú. Importancia de la evaluación de riesgos en las empresas. En diario El Peruano, 04 de Mayo (Consulta: 11 julio) (<http://www.kpmg.com/PE/es/IssuesAndInsights/sala-de-prensa/kpmg-medios/Documents/04.05.2016-importancia-de-evaluación-de-riesgos.pdf>)
- CONTRALORIA GENERAL DE LA REPUBLICA DEL PERÚ (2013) (http://doc.contraloria.gob.pe/Control-Interno/Normativa_Asociada/coso_2013-resumen-ejecutivo.pdf) Sitio web oficial de la contraloría; contiene información sobre la institución y enlaces de interés (consulta: 12 de julio).
- GUEVARA, Juan y QUIROZ Raquel, (2014) Aplicación del sistema de control interno para mejorar la eficiencia del área de logística en la empresa constructora Rial construcciones y servicios SAC 2014 (tesis profesional de Contador Público). Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.

- SANMARTIN, Miriam y Zhingri, Andrés, (2013) “Auditoría de gestión a los procesos de gestión de talento humano del hospital general Vicente Corral Moscoso en cumplimiento a la Losep” (Tesis profesional de Ingenieros en Contabilidad y auditoría) Ecuador: Universidad del Azuay.
- BRAVO CERVANTES, Miguel Horacio (2000) Control Interno. 1a. ed. Lima
- Etzel S.A y Walker B.P. (2005), Proceso de Venta: Secuencia lógica de cuatro pasos que emprende el vendedor. Lima
- Llamas, José (1990), El Proceso de Venta.: Los ejecutivos que conducen vendedores en las unidades comerciales.
- Anderson A. (2001), El proceso de venta: Enfoque dinámico de la venta. EE.UU. Texas
- Méndez J. (2004), Proceso de Ventas. Perú, Lima
- Manera G. (2000) “Contabilidad de Gestión Marketing y Ventas”. 1º Edición. Barcelona – España. Editorial Cultural Ediciones S.A.
- Aldama B. (2005), Gestión de Ventas: Proceso dinámico de Venta. Colombia, Bogotá.
- Vergara M. (2002) “200 Temas de Auditoría Moderna”. 1º Edición. Lima: Editorial Santa Rosa S.A.
- CONTRALORIA GENERAL DE LA REPUBLICA DEL PERÚ (2013) (http://doc.contraloria.gob.pe/Control-Interno/Normativa_Asociada/coso_2013-resumen-ejecutivo.pdf) Sitio web oficial de la contraloría; contiene información sobre la institución y enlaces de interés (consulta: 12 de julio).
- ALVARADO, María y TUQUINAHUI, Silvia (2011) Propuesta de implementación de un sistema de control interno basado en el modelo coso, aplicado a la empresa electro instalaciones en la ciudad de Cuenca. Ecuador.
- CHACON, Bayron (2011) Metodología COSO-ERM en la evaluación de control interno en el área de cuentas por cobrar de una empresa distribuidora y comercializadora de pintura. Guatemala.
- CAHUANA, Xiomara, CALDERON, Karen y CONDORI, Luz (2015) Implementación de un procedimiento de control interno para la selección de proveedores especializados en la empresa INCORP ingeniería y construcción S.A.C. durante el 2013 – 2014. (Tesis profesional de Contador Público). Lima: Universidad Tecnológica del Perú.
- ORIHUELA, Mario, RAMON Juan y SIERRA, Renato (2015) La influencia del marco integrado de control interno (MICI) modelo coso en la aplicación de empresas mayoristas de abarrotes en santa Anita por el período 2013. (Tesis profesional de Contador Público). Lima: Universidad Tecnológica del Perú.
- MICHA Carmen y PINO JESSICA (2016) Lineamientos de control interno de las cobranzas en efectivo para el manejo eficiente de los recursos financieros de la empresa Sistemplast SAC periodo 2016 (Tesis profesional de Contador Público). Lima: Universidad Tecnológica del Perú.
- MONTAÑO Agustin (1988) Administración de la producción. 1ra. edición. México: Editorial Trillas S.A.
- IPAE, I. P. (2002). Como Administrar los créditos y las cobranzas.
- JOAQUÍN Leonela y CESPEDES Ana (2013) “Diagnóstico del sistema de control interno actual en el proceso específico de las ventas de la empresa de transportes ITTSABUS”. (Tesis profesional de Contador Público). Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.
- WIKIPEDIA (2015) (https://en.wikipedia.org/wiki/Business_Planning_and_Control_System) (Consulta: 16 de setiembre)
- HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNANDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar (2006) Metodología de la investigación. 4ta ed. México: McGraw-Hill.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tema: Evaluación del control interno al proceso de ventas a farmacias y su impacto en la gestión de cobranzas de laboratorios JYK S.A. en el periodo 2014

Autor (es) – Candia Soncco, Janet – Oncoy Trujillo, Lucy Karina – Villalobos Reyes, Dalma Yesenia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES E INDICADORES			METODOLOGIA	
<p>Problema general:</p> <p>¿De qué manera la evaluación al control interno del proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión de cobranzas de laboratorios JYK S.A.?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>1. ¿De qué manera el diseño de actividades aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en el seguimiento de la morosidad de laboratorios JYK S.A.?</p> <p>2. ¿De qué manera el diagnóstico de control interno aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión del riesgo de liquidez de laboratorios JYK S.A.?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar de qué manera la evaluación al control interno del proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión de cobranzas de laboratorios JYK S.A.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>1. Determinar de qué manera el diseño de actividades aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en el seguimiento de la morosidad de laboratorios JYK S.A.</p> <p>2. Determinar de qué manera el diagnóstico de control interno aplicado al proceso de ventas a farmacias impacta en la gestión del riesgo de liquidez de laboratorios JYK S.A.</p>	V. Independiente: Control Interno			<p>DISEÑO DE INVESTIGACION:</p> <p>Descriptiva</p> <p>METODO DE INVESTIGACION:</p> <p>Deducción Análisis Síntesis</p> <p>TIPO DE INVESTIGACION:</p> <p>Método mixto</p> <p>TECNICAS E INSTRUMENTO</p> <p>Método cuantitativo</p>	
		Dimensiones	Indicadores	Ítems / Índices		
		Diseño de Actividades	- Evalúa el proceso de gestión para la toma de pedidos.	<p>1. ¿Qué entiendes por control interno?</p> <p>2. ¿Qué tan comprometido estas con los valores de tu empresa?</p> <p>3. ¿Con que frecuencia son capacitados en su labor de vendedores?</p> <p>4. ¿Con que frecuencia son evaluados por su labor de vendedores?</p> <p>5. ¿Cuándo tienes un problema relacionados a tu labor de vendedor, quién te ayuda a encontrar una solución?</p> <p>6. ¿Con que frecuencia te supervisan dentro de tu área de labores?</p> <p>7. ¿Cómo envía sus pedidos al área comercial?</p> <p>8. ¿Quién aprueba sus pedidos?</p> <p>9. ¿Quién efectúa una revisión de los pedidos, antes de ser entregados al siguiente personal?</p> <p>10. ¿A cargo de quién está la tarea de efectuar el despacho de los productos?</p>		
		Diagnóstico del control interno	- Analiza el proceso de gestión de ventas			
V. Dependiente: Gestión de cobranzas						
		Dimensiones	Indicadores	Ítems / Índices		
		Morosidad	- Estudia el proceso de despacho de pedidos.	<p>11. ¿Quién es la persona encargada dentro de la farmacia de darle la conformidad del pedido?</p> <p>12. ¿A qué área envía la copia de la guía de remisión?</p> <p>13. ¿Quién gestiona el cobro de los documentos pendientes?</p> <p>14. ¿Con que frecuencia visita a sus clientes, para supervisar la rotación del producto?</p> <p>15. ¿Usted cobra a la fecha de vencimiento de la factura?</p> <p>16. ¿Qué medio de pago utiliza el cliente?</p> <p>17. ¿Cómo informa el cobro de la factura?</p> <p>18. ¿Cada cuánto tiempo entrega el reporte de cobro?</p> <p>19. ¿Cuál es su función principal?</p> <p>20. ¿Cuál es el criterio para su evaluación de desempeño?</p>		
		Liquidez		- Examina el proceso de cobro de facturas		

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres: Cuzcano Cuzcano Alex.
 1.2 Cargo e Institución donde labora: Docente de la Facultad de Contabilidad - UTP
 1.3 Nombre del Instrumento Motivo de evaluación: "CUESTIONARIO PARA DETERMINAR EL BENEFICIO DEL CONTROL INTERNO AL PROCESO DE VENTAS A FARMACIAS".
 1.4 Investigadores: - CANDIA SONCCO, JANET.
 - ONCOY TRUJILLO, LUCY KARINA.
 - VILLALOBOS REYES, DALMA YESENIA.

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.		30%			
2. OBJETIVIDAD	Está expresada en conducta observada.			50%		
3. ACTUALIDAD	Adecuada al avance de la ciencia y tecnología.			50%		
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.			50%		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y claridad			50%		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y el desarrollo de capacidades cognitivas.			50%		
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos de la Tecnología Educativa.		40%			
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.		40%			
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.			50%		

II. OPINION DE APLICABILIDAD:

Considero que la presente tesina es de aplicación inmediata en la entidad evaluada.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

46%

Lima, 16 de Setiembre de 2016.


 Firma del experto



UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
DEL PERÚ

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

**CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL CONTROL INTERNO AL PROCESO DE VENTAS
A FARMACIAS Y SU IMPACTO EN LA GESTIÓN DE COBRANZAS DE
LABORATORIOS JYK S.A.**

Profesión:

Área de trabajo:

Tiempo de trabajo:

Edad:

Sexo:

Instrucciones: Marque con una "X" la respuesta que más se acerca a lo que usted piensa.
Sus respuestas son confidenciales.

1. ¿Qué es el control interno?

- a) Es un conjunto de normas.
- b) Es un sistema de gestión contable.
- c) Es un sistema de gestión financiera.
- d) Es política de gestión de datos.

2. ¿Cuáles son los valores de la empresa?

- a) Honestidad, respeto, responsabilidad, puntualidad, lealtad, solidaridad.
- b) Respeto, responsabilidad, lealtad, solidaridad y confiabilidad.
- c) Honestidad, respeto, responsabilidad, proactividad, lealtad, solidaridad y confiabilidad.
- d) Honestidad, respeto, responsabilidad, puntualidad, lealtad, proactividad.

3. ¿Con qué frecuencia son capacitados en su labor de vendedores?

- a) Una vez al año.
- b) Dos veces al año.
- c) Tres veces al año.
- d) Cuatro veces al año.

4. ¿Con qué frecuencia son evaluados por su labor de vendedores?

- a) Una vez al año.
- b) Dos veces al año.
- c) Tres veces al año.
- d) Cuatro veces al año.

5. ¿Cuándo tienes un problema relacionado a tu labor de vendedor, quien te ayuda a encontrar una solución?

- a) Supervisor.
- b) Gerente de zona.
- c) Gerente de ventas.

d) Gerente general.

6. ¿Cada cuánto tiempo reciben bono por cumplimiento de metas?

- a) Mensual.
- b) Trimestral.
- c) Semestral.
- d) Anual.

7. ¿Cómo envía su solicitud de ventas al área comercial?

- a) Vía email.
- b) Por mensaje de texto.
- c) Formato de pedido numerado.
- d) Llamada telefónica.

8. ¿Quién aprueba su solicitud de ventas?

- a) Área comercial.
- b) Área de cobranzas.
- c) Área de marketing.
- d) Área de logística.

9. ¿Quién efectúa una revisión de los pedidos de farmacias, antes de ser entregados a usted?

- a) Personal de almacén.
- b) Lo efectúa usted.
- c) Jefe de despacho.
- d) Personal de despacho.

10. ¿A cargo de quién está la tarea de efectuar el envío físico de los productos?

- a) Por medio del vendedor.
- b) Envío por servicio de un tercero.
- c) Envío por transporte de la empresa.
- d) El cliente recoge el pedido.

11. ¿Quién es la persona encargada dentro de la farmacia de darle la conformidad del pedido?

- a) El químico farmacéutico.
- b) El dueño de la farmacia.
- c) El técnico farmacéutico.
- d) El encargado de turno de la farmacia.

12. ¿A qué área envía la copia de la guía de remisión?

- a) Almacén.
- b) Logística.
- c) Cobranzas.
- d) Tesorería.

13. ¿Quién gestiona el cobro de los documentos pendientes?

- a) Vendedor.
- b) Sectorista de cobranzas.

- c) Representante médico.
- d) N.A.

14. ¿Con qué frecuencia visita a sus clientes, para supervisar la rotación del producto?

- a) Una vez a la semana.
- b) Tres veces al mes.
- c) Dos veces al mes.
- d) Una vez al mes.

15. ¿Usted cobra a la fecha de vencimiento de la factura?

- a) A veces.
- b) Pocas veces.
- c) Casi siempre.
- d) Siempre.

16. ¿Qué medio de pago utiliza el cliente?

- a) Efectivo.
- b) Cheque.
- c) Deposito en cuenta.
- d) Respuesta a y b.

17. ¿Cómo informa el cobro de la factura?

- a) Me dirijo al área de cobranzas.
- b) Por email.
- c) Por WhatsApp.
- d) Por vía telefónica.

18. ¿Cada cuánto tiempo entrega reporte de cobro?

- a) Nunca.
- b) Casi nunca.
- c) Cuando lo solicitan.
- d) Anualmente.

19. ¿Cuál es su función principal?

- a) Vender.
- b) Promocionar el producto.
- c) Cobrar.
- d) Garantizar la rotación del producto.

20. ¿Cuál es su criterio para su evaluación de desempeño?

- a) Las ventas efectuadas.
- b) La gestión de cobro.
- c) La rotación de productos en la zona.
- d) La cobertura en la zona.

Muchas gracias por su colaboración.