

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**



ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

**CONTROL INTERNO DE LOS
INVENTARIOS Y LA RENTABILIDAD DE
LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS
DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS EN LA
PROVINCIA DE HUAURA**

PRESENTADO POR:

YENNY MARITZA, CARRERA RAMÍREZ

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN CONTABILIDAD,
CON MENCIÓN EN AUDITORÍA**

ASESOR:

MTRO.CPCC. NIDIA ELENA ROMERO HERBOZO

HUACHO - 2019

**CONTROL INTERNO DE LOS INVENTARIOS Y LA
RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS EN LA PROVINCIA DE HUAURA**

YENNY MARITZA, CARRERA RAMÍREZ

TESIS DE MAESTRÍA

ASESOR: Mtro.CPCC. Nidia Elena ROMERO HERBOZO]

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRO EN CONTABILIDAD, CON MENCIÓN EN AUDITORÍA
HUACHO
2019**



DEDICATORIA

Con mucho amor dedico a mis padres, esposo e hijos, por el apoyo incondicional para el logro de mis objetivos.

Yenny Maritza, Carrera Ramírez

AGRADECIMIENTO

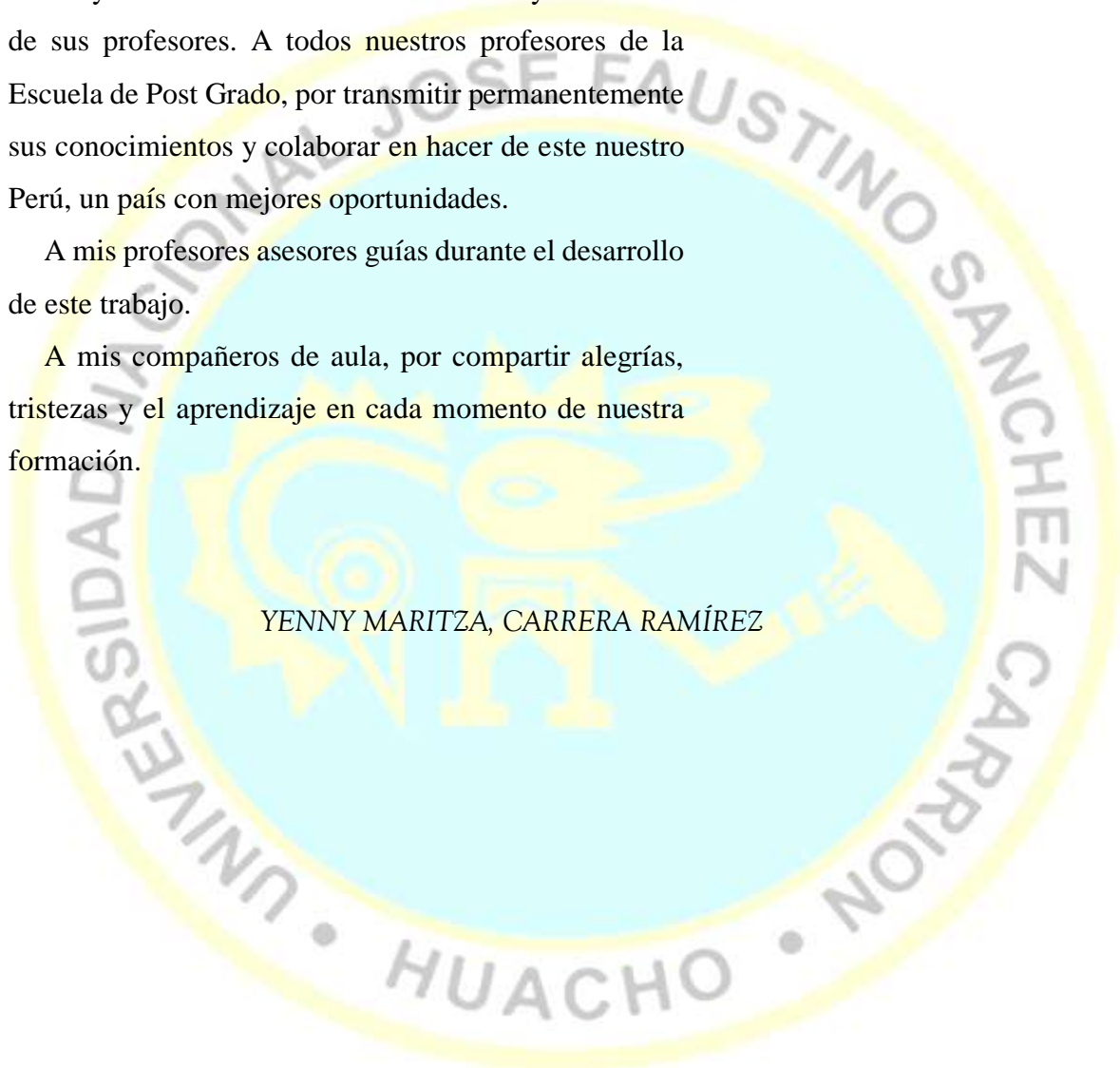
A Dios, hacedor de vida.

Agradezco a mi Universidad José Faustino Sánchez Carrión alma mater de la nueva educación, dice su himno y somos el resultado de ese esfuerzo y dedicación de sus profesores. A todos nuestros profesores de la Escuela de Post Grado, por transmitir permanentemente sus conocimientos y colaborar en hacer de este nuestro Perú, un país con mejores oportunidades.

A mis profesores asesores guías durante el desarrollo de este trabajo.

A mis compañeros de aula, por compartir alegrías, tristezas y el aprendizaje en cada momento de nuestra formación.

YENNY MARITZA, CARRERA RAMÍREZ



ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Formulación del problema	3
1.2.1 Problema general	3
1.2.2 Problemas específicos	3
1.3 Objetivos de la investigación	4
1.3.1 Objetivo general	4
1.3.2 Objetivos específicos	4
1.4 Justificación de la investigación	4
1.5 Delimitaciones del estudio	5
1.6 Viabilidad del estudio	5

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación	6
2.1.1 Investigaciones internacionales	6
2.1.2 Investigaciones nacionales	7
2.2 Bases teóricas	8
2.2.1. Evolución de la logística	8
2.2.2. Almacenes	10
2.2.3. La gestión administrativa y el control interno	15

2.2.4. Rentabilidad	20
2.3 Definición de términos básicos	25
2.4 Hipótesis de investigación	27
2.4.1 Hipótesis general	27
2.4.2 Hipótesis específicas	27
2.5 Operacionalización de las variables	28

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico	29
3.2 Población y muestra	30
3.2.1 Población	30
3.2.2 Muestra	30
3.3 Técnicas de recolección de datos	31
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información	32

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados	33
4.2 Contrastación de hipótesis	54

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados	59
-----------------------------	----

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones	61
6.2 Recomendaciones	62

REFERENCIAS

7.1 Fuentes documentales	64
7.2 Fuentes bibliográficas	65
7.3 Fuentes hemerográficas	67
7.4 Fuentes electrónicas	67

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento Encuesta	68
Anexo 2: Informe de opinión de expertos	70



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. La Gestión de existencias y la gestión de almacenes	14
Tabla 2. Operacionalización de las variables	28
Tabla 3. Establecimientos Farmacéuticos Autorizados y Activos por clase y por distrito	30
Tabla 4. Tipo de establecimiento	33
Tabla 5. La organización	34
Tabla 6. Personal capacitado	35
Tabla 7. Manejo de inventarios	36
Tabla 8. Comparación con la competencia	37
Tabla 9. Manejo adecuado de inventarios	38
Tabla 10. Adquisiciones	39
Tabla 11. Comercialización	40
Tabla 12. Métodos de Inventarios	41
Tabla 13. Atención al cliente	42
Tabla 14. Productos ofrecidos	43
Tabla 15. Elección por precio, servicio y calidad	44
Tabla 16. Cumplimiento de objetivos	45
Tabla 17. Descuentos y promociones	46
Tabla 18. Solidez financiera	47
Tabla 19. Crecimiento	48
Tabla 20. Grado de satisfacción	49
Tabla 21. Influencia del control interno en la rentabilidad	50

Tabla 22. Influencia del control interno en el proceso de gestión de compras	51
Tabla 23. Influencia del control interno en el proceso de almacenamiento	52
Tabla 24. Influencia del control interno en el proceso de gestión de ventas	53
Tabla 25. Contrastación de la primera hipótesis	54
Tabla 26. Contrastación de la segunda hipótesis	55
Tabla 27. Contrastación de la tercera hipótesis	57
Tabla 28. Contrastación de la cuarta hipótesis	58



INICE DE FIGURAS

Figura 1. Actividades claves de la logística	10
Figura 2. Cinco componentes del control interno	18
Figura 3. Tipo de establecimiento	34
Figura 4. La organización	34
Figura 5. Personal capacitado	35
Figura 6. Manejo de inventarios	36
Figura 7. Comparación con la competencia	37
Figura 8. Manejo adecuado de inventarios	38
Figura 9. Adquisiciones	39
Figura 10. Comercialización	40
Figura 11. Métodos de Inventarios	41
Figura 12. Atención al cliente	42
Figura 13. Productos ofrecidos	43
Figura 14. Elección por precio, servicio y calidad	44
Figura 15. Cumplimiento de objetivos.	45
Figura 16. Descuentos y promociones	46
Figura 17. Solidez financiera	47
Figura 18. Crecimiento	48
Figura 19. Grado de satisfacción	49
Figura 20. Influencia del control interno en la rentabilidad	50
Figura 21. Influencia del control interno en el proceso de gestión de compras	51
Figura 22. Influencia del control interno en el proceso de almacenamiento	52
Figura 23. Influencia del control interno en el proceso de gestión de ventas	53

RESUMEN

Se tiene como objetivo principal: demostrar que el control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huaura.

La investigación es de tipo aplicativo, con un método deductivo, un enfoque cuantitativo, y un diseño no experimental y transversal.

Población y muestra: se tomó las boticas y farmacias formales de la jurisdicción de la Provincia de Huaura que hacen un total de 105 establecimientos. La muestra constituida por 83 empresas comercializadoras de Productos Farmacéuticos

Se llega a la siguiente conclusión: El control interno de los inventarios si influye en la rentabilidad, así como a través de la gestión de compras, del almacenamiento, y de la gestión de ventas.

Palabras clave: **control interno, rentabilidad.**

ABSTRACT

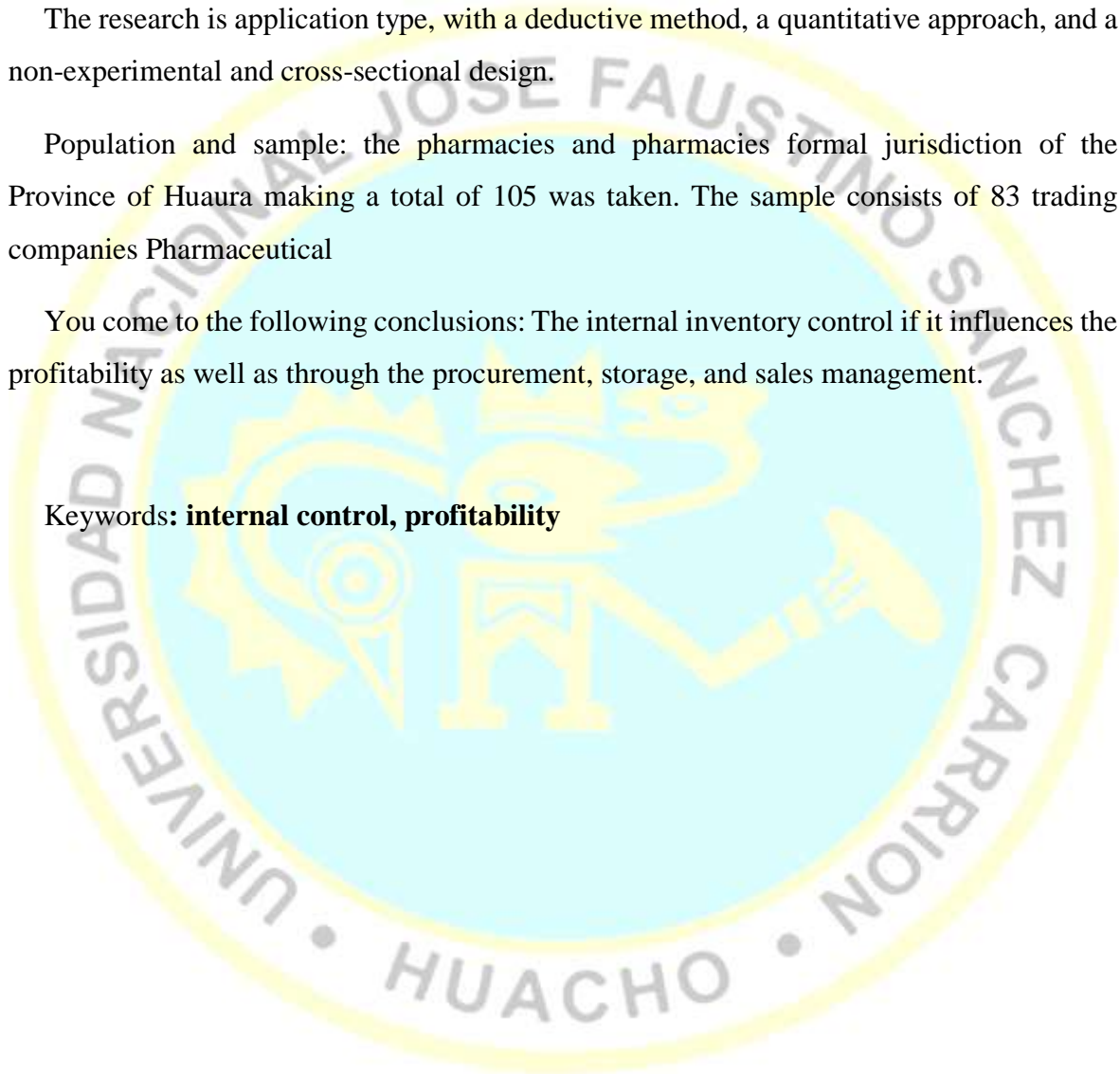
It's main objective: to demonstrate that internal control of inventories influences the profitability of Pharmaceutical Marketing Companies in the Province of Huaura.

The research is application type, with a deductive method, a quantitative approach, and a non-experimental and cross-sectional design.

Population and sample: the pharmacies and pharmacies formal jurisdiction of the Province of Huaura making a total of 105 was taken. The sample consists of 83 trading companies Pharmaceutical

You come to the following conclusions: The internal inventory control if it influences the profitability as well as through the procurement, storage, and sales management.

Keywords: internal control, profitability



INTRODUCCIÓN

Cuando una organización, empresa o persona utiliza fuentes confiables, entonces estas se vuelven importantes para lograr metas y objetivos organizacionales. Asimismo, cuando el valor monetario para compras o flujos de costos son significativos, es necesario integrar todos los componentes se hace obligatoria para asegurar el suministro de productos en las empresas comercializadora de productos farmacéuticos.

La comercialización y distribución de productos médicos es un campo de actuación muy vasta y compleja; este sector requiere mantener conocimientos de técnicas, así como de herramientas que permitan la gestión de las empresas, manteniéndose un nivel de servicios que proporcione una determinada rentabilidad así como la inversión en capital.

La investigación presentada cuyo propósito es demostrar que el control interno sobre los inventarios tiene una influencia en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huaura, enmarcados en los procesos logísticos entorno a los aprovisionamientos externo de mercancías de parte de los proveedores, y su efecto en la distribución, indispensables para la formulación planificada de un sistema logístico de sus inventarios, así como la utilización de herramientas de tecnología de la información diseñadas para este fin.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

La logística según Gambino (2006), señala que es el “conjunto de conocimientos, acciones y medios destinados a prever y proveer los recursos necesarios que permitan realizar una actividad principal en tiempo, forma y al costo más oportuno en un marco de productividad y calidad” (p. 3).

Para Marrero (2005), es fundamental para una administración exitosa. Debemos establecer que cuando se mantienen inventarios que suponen costo altos, que las empresas no deberán tener una alta cantidad de existencias en sus almacenes, ya que representa dinero que no tiene rotación, considerando que un cliente satisfecho o una producción eficaz, debe reflejarse en los inventarios con un nivel mínimo, con los menores costos posibles, pero eso sí deben considerar, no comprometer la calidad de los productos o del servicio ofrecido.

Si una empresa u organización tiene existencias en almacén sin rotación, esto implica tener un capital sin producir. Frente a esta realidad, la empresa debe reducirse la cantidad de dinero inmovilizado por los inventarios, obligando a tratar de que coincida la oferta con la demanda, con el propósito de que las existencias permanezcan en los almacenes el tiempo requerido para su venta.

Otro de los aspectos que perjudican el almacenamiento es la roturas de stock; con Marrero (2005), señala “...esto puede generar pérdidas de ventas o aumentar los costos de adquisición, almacenamiento y transporte de los suministros...” (p. 11).

Tenemos la gestión de compras (aprovisionamiento), definida por Escribano y Fadrique (2005) como “... el conjunto de operaciones que permiten poner a disposición de la empresa,

en el momento oportuno y en la calidad y cantidad deseadas, todos los productos y materiales necesarios, al menor coste posible...” (p. 7).

Es importante resaltar que cuando las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos centralizan esfuerzos para lograr beneficios únicamente en el incremento de ventas, puede resultar costoso, considerando en mercados donde hay poco crecimiento horizontal y se traduce en captar los clientes de los competidores. Asimismo, debemos considerar que a cada unidad monetaria adicional vendida debemos de restar el costo de mano de obra, el costo de los materiales, y otros gastos directos e indirectos en que se incurre. Pero podemos sumar mayores beneficios, en la medida que: (1) sumemos ahorros en los costos del producto, (2) de su buena gestión, (3) de su buena gestión de compras, entre otras.

La empresa que en lugar de hacer sus materiales los compra, entonces deberá desarrollar funciones de compra. La gestión de compras debe considerar varios factores, entre ellos sus costos de: (1) sus productos, (2) almacenamiento, (3) disponibilidad de suministros, (4) transporte, (5) efectividad en las entregas, (6) calidad de proveedores entre otros.

Arbones (2004) señala respecto al enfoque de compras, ocupado de identificar y desarrollar nuevos proveedores que sean confiables. Por lo tanto, podremos decir que la gestión de compras estará en la capacidad de identificar los proveedores adecuados, y de realizar negociaciones aceptables; así como los productos de alto precio, logren tener una disponibilidad a largo plazo.

Entonces, los proveedores de productos deben ser confiable, dado que es crucial para tener éxito en la empresa. Esto nos lleva a aseverar que se debe tener un valor de compras siempre significativo, para poder tener el poder de negociación con los proveedores y asegurar el suministro permanente futuro.

Por otro lado, muchos autores señalan que pueden combinarse con distintas actividades de los procesos de compras, con los procesos de inventario y de almacenamiento, y de poder desarrollar integralmente un sistema de gestión de materiales. El objetivo de la gestión de materiales radica en orientarse a la eficiencia de las operaciones, esto se logrará integrando las actividades de adquisición, movimiento y almacenamiento de materiales en la empresa. Entonces, podemos determinar si los costos de inventario y de transporte son representativos en los procesos de comercialización, este proceso de compra se vuelve de vital importancia.

Por otro lado, un sistema de control interno (SCI), desarrolla sus actividades a través de las diferentes áreas funcionales de una empresa, realizando acciones especializadas al interior de la empresa. Como lógica preocupación las empresas farmacéutica, surge el control a los procesos internos que debe realizar revisiones en las fases organizacionales de la empresa, con el propósito de determinar el grado de competitividad en las actividades y realizar mejoras de la calidad del servicio comercial y brindar confianza a los clientes.

La logística en los inventarios puede producir variables negativas como el decremento en las ventas, no encontrar los productos requeridos y otros, ocasionando inconformidad al realizar inventarios, trayendo conflictos laborales.

En este contexto, la problemática surge a consecuencia de la importancia que tiene el manejo de las variables de compras, almacenamiento y venta en las empresas de comercialización, por ser estos procesos críticos y fundamentales para su operatividad; asimismo, el proceso de control interno en estas áreas deberá ser diferenciado, a partir de lo cual se podrá establecer herramienta para el logro de los objetivos de rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos. Esto nos ha permitido formular nuestro problema conforme ser muestra a continuación.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿En qué medida el control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huaura?

1.2.2 Problemas específicos

1. ¿De qué manera el control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huaura, con respecto a la gestión de compras?
2. ¿De qué modo el control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huaura, con respecto con respecto al almacenamiento?
3. ¿De qué forma el control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huaura, con respecto a la gestión de ventas?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Demostrar que el control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huaura.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Analizar la manera como el control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huaura, con respecto con respecto a la gestión de compras.
2. Determinar el modo en que el control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huaura, con respecto al almacenamiento.
3. Establecer la forma como el control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huaura, con respecto a la gestión de ventas.

1.4 Justificación de la investigación

Si consideramos que el manejo inadecuado, de adquisición de productos, de los inventarios, de la cantidad y en el tiempo incorrecta, trae como consecuencia un incremento de los costos, una disminución de rentabilidad, un mayor esfuerzo del personal para obtener una utilidad menor, razón por la cual este estudio abarca al efecto del control interno de los inventarios como herramienta fundamental en el logro de los objetivos de rentabilidad en las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huaura.

En el desarrollo de esta investigación, se buscó tener alternativas de solución y esclarecer la problemática descrita, a través de una adecuada estrategia que faciliten gestionar los inventarios a través de controles internos implementados en la empresa, pudiendo reflejarse en una reducción en los costos de adquisición, reducción de los costos de almacenaje, transporte y distribución de los productos farmacéuticos, por lo tanto, garantizando el suministro en el lugar y tiempo requerido por el cliente. El control interno deberá jugar un papel importante que amalgame la gestión de compras-almacenamiento-ventas con la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos.

1.5 Delimitaciones del estudio

a. Delimitación Espacial.

La investigación se desarrolló en las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huaura.

b. Delimitación Temporal.

La investigación consideró la información recolectada a través de diversas fuentes para el periodo Enero - Julio del 2016.

c. Delimitación Social.

La investigación involucró a todo el personal que labora en las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huaura, en su nivel administrativo y directivo.

1.6 Viabilidad del estudio

La investigación propuesta es viable. El desarrollo fue posible ya que se contó con los recursos humanos, tecnológicos, y el acceso a la información básica.

Se trató de demostrar que el control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huaura. Con los resultados se podrá orientar a los establecimientos farmacéuticos en la adopción de un modelo de control interno para los inventarios que influya en la generación de una mejor rentabilidad y mejorar la calidad de sus servicios.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Castellanos de Echeverria, A.L.(2012) en su investigación tiene como objetivo el diseñar un Sistema Logístico de Planificación de Inventarios para aprovisionamiento que permita el mejoramiento del nivel de servicio y disminución en inversión de capital en inventario, en empresas de distribución de productos de consumo masivo del área metropolitana de San Salvador, aplicable a pequeña, mediana y gran empresa. Se llegó a las siguientes conclusiones: (1) Se comprueba en relación a la planificación de inventarios, una falta de conocimiento y especialización que se tiene en estas disciplinas. (2) los principales problemas es el tema de aprovisionamiento, manejando altos inventarios de productos que no venden y enfrentan problemas por desabastecimiento a productos de mayor rotación. (3) Se comprueba que como resultado de aplicar un buen proceso de planificación de demanda permiten la generación de planes de aprovisionamiento oportunos, con niveles de inventario acordes con las necesidades, evitando riesgos de desabastecimiento y controlando la inversión de capital. (4) Se concluye que la implementación de herramientas tecnológicas y de técnicas específicas para planeamiento son capaces de generar ventajas competitivas.

Paredes Marroquín, C.P. (2008), en su investigación que tiene como objetivo la generación de una propuesta metodológica para dar eficiencia a la planeación del inventario, el proceso de suministro y el tiempo de almacenaje en la tienda de conveniencia, por medio de un modelo de inventarios. De esta forma se disminuyen los costos por mantener y asegurar

el producto a los clientes en tiempo. Se llegó a la conclusión: (1) Proponer una metodología para el cálculo de lote económico (q) en tiendas de conveniencias y similares. (2) Permite el ordenamiento de los datos en forma correcta para calcular el lote económico. (3) El modelo propuesto contempla dentro del cálculo de q, el stock de seguridad, entradas no controladas, y el comportamiento de la demanda por cada artículo.

Chiguano, A. (2005) en su investigación se propone determinar falencias que acarrea, el no contar con un control de inventarios y proponer un sistema de control de inventarios. Se llegó a las siguientes conclusiones: (1) La propuesta de una Logística de inventarios – adquisiciones, se tendrá una visión diferente, con el compromiso de cumplir estrictamente los procedimientos, identificando responsabilidades. (2) La propuesta que la inversión se incline a artefactos de mayor rotación y a productos con los que la empresa obtenga mayor utilidad.

Nieto Echevarría, J.A. (2012) en su investigación tiene como objetivo es el diseño de un sistema de control interno administrativo-contable para apoyar a la gestión de la empresa comercializadora de gas. Se llegó a las siguientes conclusiones: (1) El control interno contable, no ayudaba administrativamente a las actividades rutinarias, solo a parte tributaria, ocasionando desvíos a los principios contables y como consecuencia mala elaboración de estados financieros. (2) Se tiene una deficiente asignación de responsabilidades. (3) El actual sistema contable tiene muchas deficiencias como: falta de asientos estandarizados, falta de un trabajo directo con los procesos diarios, falta de inventarios físicos permanente para no manejar saldos negativos, falta de control en el arqueo de caja. (4) Falta de segregaciones de funciones de gerencia y de nivel medio. (5) Las políticas, estrategias, normas y procedimientos no están dadas por escrito reflejándose en informalidad.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Cabrejos Burga, J.D. (2012) en su trabajo presento como objetivo el proponer toda una metodología que contribuya al mejoramiento de la gestión logística en los almacenes del área de mantenimiento de máquinas pesadas. Se llegó a las siguientes conclusiones: (1) se elaboró el manual de procedimientos para toma de inventarios con la participación del personal. (2) Si se tiene conocimiento el manejo y de los ítems en los almacenes se puede

conseguir un almacén con stocks mínimos. (3) Con la formulación de planes de acción de corto y mediano plazo se propuso estrategias de desarrollo.

Nole Atoche, S.L. (2016), en su trabajo de investigación se propuso "Determinar los Mecanismos de Control Interno Administrativo en el Área de Almacén de las Boticas y Farmacias Independientes de los distritos Piura, Castilla y Veintiséis de Octubre y su Impacto en los Resultados de Gestión en el año 2015" (p. 4). Se tuvo una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño No experimental, transaccional. Se concluyó que el control interno es el recurso que al aplicarse correctamente en la gestión de las empresas, les permitió la optimización de los resultados esperados incidiendo en el logro de sus objetivos y metas.

2.2 Bases teóricas

2.2.1. Evolución de la logística

En primer lugar trataremos de ver como a través del tiempo el concepto de logística ha sufrido cambios significativos.

A partir del año 1950, se dio inicio a una primera etapa que alcanzo a los años 1964, proporcionando una nueva dirección. Eran los años de la Post guerra, donde proliferaba productos así como su comercialización con un falto de orden, forzando a los administradores en la búsqueda de nuevas formas que permitiera ayudar al control de los costos de distribución. La administración de los distribuidores físicos aparece como una respuesta frente a la problemática de la falta de control en la distribución en el mercado. El reto, la orientación hacia el concepto de la distribución física.

A partir del año 1965 y los siguientes 25 años al 1990, conforma la época más importantes de la historia de la logística y la consecuente distribución física; fueron los años de la maduración del manejo de materiales y de la distribución física. Esto motivo el enfoque del servicio al cliente, e integrando el manejo de los materiales y la distribución física.

La distribución física y sus responsables comenzaron a orientar más en la toma de decisiones sobre los inventarios, dado que se tendría un efecto positivo en el flujo efectivo, reduciendo los ciclos de procesamiento de pedidos y acortando la rotación de los créditos. Se reconoció el verdadero significado de "administración logística".

Asimismo, se genera el proceso de planeación y control eficiente en los costos de almacenamiento de materias primas, de los inventarios de productos terminados y del flujo de información desde el origen hasta el punto de consumo, cumpliendo con los requerimientos de los clientes, e incluyendo en los flujos tanto externos como internos de los materiales.

En este proceso de almacenes se incluyen las siguientes actividades: control de las compras, control de inventarios, operaciones en el centro de distribución, los procesos de ventas y servicios al cliente y su transporte.

Otros acontecimientos fue la identificación y análisis de roles protagónicos midiendo con precisión el impacto de la distribución física en las ventas.

En los años 80, se definía a la Logística como un modelo de optimización de procesos, a los componentes de la cadena de suministro.

En los años 90 el concepto de Logística fue ampliado: migrando a un modelo integrado, desde el abastecimiento (compras), la distribución y el cliente final, tercerizando el almacenamiento, la cadena de suministros, y su transporte.

Tecnológicamente: diseño de Softwares específicos para la cadena de suministros y de herramientas para los catálogos electrónicos y la salida de los mercados virtuales como una alternativa viable y aceptable por los clientes.

En pleno siglo XXI el concepto de Logística, continua con los modelos integrados pero sincronizados de la cadena de suministro, desde el proveedor hasta el consumidor final, desarrollando alianzas para su manejo. Entonces, la gestión de cadena de suministros se convierte en un elemento clave del éxito y al aumento de la complejidad en la gestión de cadenas de suministros.

Los servicios a la medida desarrollan ventajas competitivas, basado en la oportunidad del impulso logístico, con la relación con clientes en el servicio a la medida.

La administración de relaciones con el cliente, Customer Relation Managemet (CRM), permite generar competitividad al generar valor en los procesos de adquisición, retención, crecimiento y desarrollo de clientes.

La respuesta eficiente al consumidor, Efficient Consumer Response (ECR) que es la estrategia proporciona más valor a la cadena de suministros con una estrategia de trabajo conjunto del fabricante y el distribuidor.

Tecnológicamente: Uso de tecnologías para la integración de sistemas con el propósito de optimizar la cadena de suministros.

La figura 1., representa las actividades claves de la logística. Como se puede observar, la logística abarca diferentes áreas en el proceso, como son el abastecimiento, el transporte e incluso la comunicación de servicio al cliente.

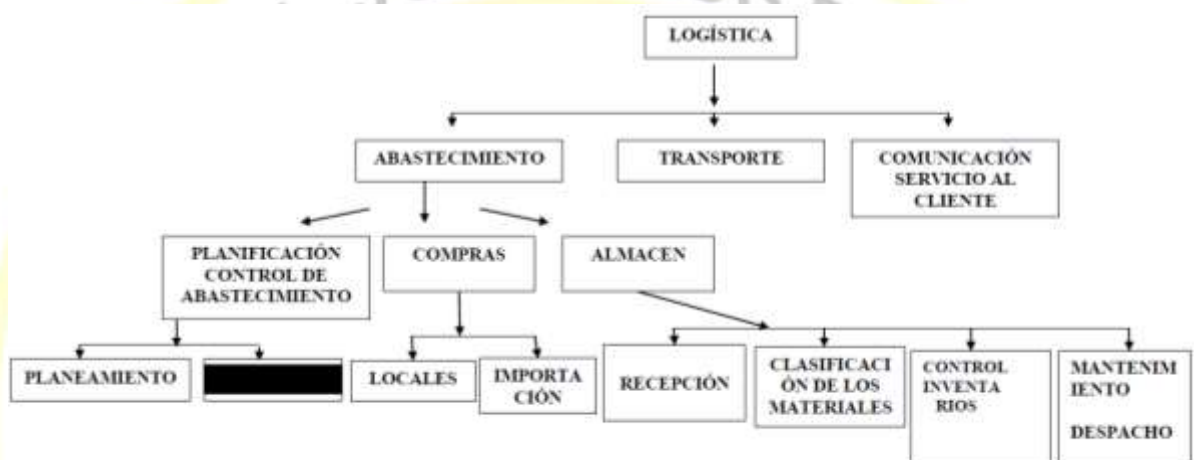


Figura 1. Actividades claves de la logística. Basado en Cabrejos Burga, J.D. (2012).

2.2.2. Almacenes

Almacén, su origen está en la palabra árabe Al Maizan, que significa, depósito.

Existen muchas definiciones del término “Almacenes”, pero para efecto de nuestra investigación podemos definirlo como: el espacio físico o lugar en que se deposita la materia prima, los productos terminados en espera de transferencia a la siguiente etapa de una cadena de suministro. Este lugar es utilizado para guardar, preservar, mantener y conservar en buen estado los activos físicos de la empresa.

Son funciones del almacén: (1) maximizar el uso de los espacios destinados, (2) acceso para los productos, (3) efectivizar recursos, mano de obra y equipos, (4) movimiento de bienes, (5) protección de productos y buen mantenimiento.

El almacén en el sistema logístico de inventarios es un punto intermedio, en este lugar los productos terminados permanecen almacenados; este ambiente es utilizado para

recepcionar, manejar y almacenar los productos finales, hasta su distribución por efecto de las ventas. En el almacén, a los productos no se les agrega valor, se trata de mantenerlos en buen estado.

Le adicionamos valor a un almacén en la medida que se tiene un producto en el lugar y en el tiempo correcto, eso le permite ser una empresa competitiva.

El ciclo de almacenamiento está compuesto por las siguientes etapas:

Etapa 1.- Recepción de materiales.

El almacén se encarga de recibir los productos que se adquieren. Su actividad se divide en: (1) descarga, (2) desembalaje, (3) inspección, (4) verificación/chequeo, (5) ingreso e informar.

Etapa 2.- Almacenamiento.

Esta segunda etapa se guardan los productos, ubicándolos en lugares que puedan ser entregados en buenas condiciones para ser utilizados. De proceso de almacenamiento, contempla aspectos relacionados con el espacio disponible y la naturaleza de los productos a ser almacenados, de tal forma que al llegar a utilizar los espacios disponibles en la forma más adecuada y pertinente posible, facilitando la tarea de alcanzar por productos en el momento y cantidad solicitada. El diseño del almacén establece los lugares a ubicar, por lo tanto el personal tiene como principal función ubicarlo de acuerdo a lo establecido.

Etapa 3.- Despacho o entrega de materiales.

La tercera etapa consiste en entregar los productos guardados en el almacén, previa orden de salida autorizada y el llenado de la respectiva guía de remisión, constituyéndose en el comprobante del movimiento efectuado.

La SUNAT como ente regulador de los procesos en almacenes autoriza a las empresas a utilizar el sistema de control de primeras entradas y primeras salidas, en inglés Firts input firts output (Sistema FIFO). Este método evita que los productos permanezcan mucho tiempo en almacén sin ser entregados a los usuarios.

En este tercer paso se debe distinguir tres fases:

Fase1: Localizar físicamente el artículo hasta su traslado al área donde se deberá preparar el pedido.

Fase2: Preparar pedidos, clasificando los artículos por pedido, empacándolo, etiquetado, controlando y paletizando el pedido (para el caso pertinente).

Fase3: Expedición. Es la confirmación de salida del producto en el almacén.

Etapa 4.- Control.

La entrega al usuario, debe ser realizado por el personal de almacén, salvo en los controles de calidad donde por sus características de tipología cualitativos donde se requiere de personal muy técnico.

Etapa 5.- Codificación

Los artículos sean productos o materiales, debe tener un nombre y un número que los identifique únicamente en los correspondientes departamentos, llámese de almacenes, ventas, producción entre otros.

Cada empresa tiene su propia codificación en función a sus necesidades. Algunos criterios para dicho propósito son:

- Seleccionar un sistema de codificación que sea sencillo.
- Elaboración de una tabla de equivalencias entre la codificación del fabricante y la codificación propia.
- Es indispensable la difusión del sistema de codificación adoptado.
- Incluir en la tabla de artículos información mínima como dimensiones, volumen, color, peso entre otros.

Relación del Almacén con las otras áreas.

- (1) Relación con Contabilidad. Los registros contables deben compararse con la realidad y llevar un registro valorizado de las existencias.
- (2) Con Ventas. En concordancia con las políticas de ventas, son fundamentales para establecer pronóstico de ventas y definir necesidades de comercialización.
- (3) Con Compras. Relación referida a las adquisiciones de los artículos para reponer las existencias, estar informados sobre la cantidades económicas, así como del movimiento de los artículos, entre otras, que permitan determinar cómo y cuándo se adquirirá.
- (4) Con Producción. Acciones coordinadas de ambos, para que producción cuente con la cantidad de materiales suficientes.

- (5) Con Recursos Humanos. El apoyo e interés por la capacitación y mejoramiento del personal.
- (6) Con Mantenimiento. La coordinación para evitar desabastecimiento o el incremento del stock.
- (7) Con Informática. Las tecnologías de la información y comunicaciones (Tic's), relacionada con el procesamiento de datos, el factor humano, el equipamiento, la información generada que sea útil y los recursos financieros. Permitirá que todo movimiento en almacén esté debidamente registrado.

Se toman las principales relaciones de los almacenes, pero hay muchas más que siempre será necesario identificar y fortalecer.

Lay Out de los almacenes

Es el proceso que permite el ordenamiento físico de todos los elementos mecánicos del sistema productivo para que tenga la capacidad de alcanzar los objetivos y metas fijadas competitivamente. Este ordenamiento incluyen los espacios necesarios para el movimiento de materiales, almacenamiento, trabajos indirectos y otras actividades o servicios como limpieza, iluminación, equipo de trabajo y el personal de taller.

Con una buena distribución en planta, se puede conseguir una mejor utilización y funcionamiento de las instalaciones, ya que todos los medios físicos estén prefijados en un espacio determinado. Este contexto puede significar la supervivencia o no de la empresa.

El ejecutar un Lay Out en los almacenes significa:

- Permitir el manejo de material más eficientemente.
- Optimizar el espacio disponible.
- Proveer el almacenamiento más económico en cuanto costo del equipo, daño de material, uso de espacio, entre otros.
- Proveer flexibilidad, adecuándose fácilmente a los cambios en las formas de almacenamiento y del manejo de los materiales.

Manejo de materiales.

El manejo de materiales, fomenta el total aprovechamiento de los recursos para la planificación, adquisición, almacenamiento, mover y controlar los materiales, optimizando

los recursos de la empresa y proporcionando al cliente un servicio consistente, concordante con los propósitos.

Se pretende un manejo integral de los materiales, partiendo de su recepción, hasta la entrega al cliente. El almacenero tiene la responsabilidad de salvaguardar los bienes hasta su requerimiento.

Son objetivos del manejo de materiales:

- Mejorar la distribución física.
- Analizar y reducir los costos de almacenamiento.
- Evaluar y reducir los desperdicios o mermas.

Gestión de almacenes

Gestionar almacenes, es un proceso específico de la función logística, cuyas actividades son referentes a: (1) recepción, (2) almacenamiento y (3) movimiento dentro del almacén hasta el consumo de materiales, sea materia prima, semielaboradas, terminadas, así como el tratamiento e información de los datos generados.

La gestión de almacenes se sitúa en el mapa de procesos logísticos entre el proceso de gestión de pedidos y distribución y la gestión de existencias.

Esta evolución logística ha provocado confusión entre la gestión de almacenes y la gestión de existencias. Se pretende establecer cuáles son los propósitos para poder identificar bien la diferencia entre ellos.

Tabla 1.

La Gestión de existencias y la gestión de almacenes

Gestión de existencias	QUÉ? CUÁNTO? CUÁNDO?	DEBE SER ALMACENADO
Gestión de almacenes	DÓNDE? CÓMO?	

Nota. Fuente: Price Water House Coopers

La gestión de almacenes tiene como:

1.- Objetivo:

- Reducción de costos y tiempo de entrega.
- Fiabilidad.

- Maximizar volúmenes disponibles.
- Minimizar la manipulación y transporte.

2.- Busca:

- Reducir las tareas administrativas.
- Optimizar costos y tiempos de proceso.
- Incrementar los niveles de satisfacción del cliente.
- Formular políticas de control.

3.- Ventajas

- Optimización de los recursos humanos y físicos de la empresa.
- Flexibilidad de operaciones.
- Mayor grado de control.

4.- Desventajas

- Carencia de flexibilidad.
- Restricciones para el financiamiento de inversiones.

Se finaliza la gestión de almacenes, cuando los productos almacenados se transforman en pedidos, transfiriéndose la responsabilidad al proceso de gestión de pedidos y de distribución.

2.2.3. La gestión administrativa y el control interno

Perdomo Moreno (2000), señala que la gestión administrativa pretende realizar una evaluación en forma integral a una empresa con el objetivo de identificar su nivel de desempeño y establecer las oportunidades de mejora.

a) Estudio y evaluación del control interno

Cuando se habla de efectividad empresarial, corresponde a la relación entre la entrada de los recursos necesarios para la producción y la salida de los productos o servicios. Se consideran dentro de las responsabilidades de la gerencia:

- Regula el equilibrio entre la eficacia y la eficiencia empresarial.
- Controla la efectividad de las funciones administrativas.
- Otros aspectos como crecimiento, rentabilidad y liquidez, que le permiten el desarrollo permanente y sostenido de la empresa.

b) Importancia del control interno

El Control Interno constituye un elemento fundamental para la seguridad de los sistemas contables y no contables que utiliza la empresa, tratando de evaluar los procedimientos administrativos, contables y financieros, detecta irregularidades así como errores, y proponiendo soluciones factibles como evaluando: la administración del personal, los métodos y sistemas contables, los niveles de autoridad entre otros.

c) Objetivos del control interno

Los objetivos de Control Interno son entre otros los siguientes:

- (1) Suficiencia y confiabilidad de la información financiera. La contabilidad registra las transacciones de la empresa, las procesa y genera información económica y financiera, necesaria para que los directivos tomen conocimiento del estado y finalmente tomen decisiones. Esta información debe cumplir estas tres condiciones: precisa, oportuna y significativa.
- (2) Efectividad y eficiencia de las operaciones. Dar seguridad a las operaciones, utilizando de recursos necesarios y un máximo de utilidad de acuerdo con las políticas establecidas previamente para la gestión.
- (3) Cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables. Todas las acciones que desarrolle la empresa debe estar circunscrita a las disposiciones legales e implementar todas las normatividades vigente.

d) Protección de los activos de la entidad

Sabemos que una función principal del control interno es la protección de los activos de la empresa, por ello su implementación necesita de un soporte técnico especializado.

La protección de activos consiste en salvaguardar y custodiar los bienes y valores, con el objetivo de prevenir fraudes, robos, y desfalcos.

Estos riesgos son mayores cuando la administración a pesar de identificar problemas no se toman medidas para dar solución.

Medidas para la protección de activos:

- (1) Servicios de vigilancia:
 - ✓ Entrada y salida de personal.

- ✓ Alarmas de robos y/o hurtos.
 - ✓ Carga y descarga de mercaderías.
 - ✓ Depósitos de dinero utilizando caudales.
- (2) Sistema de protección contra incendios
- ✓ Establecer sistema de alarma.
 - ✓ Identificación de las áreas de mayor riesgo.
 - ✓ Control del estado de equipos.
 - ✓ Planes de contingencia.
 - ✓ Verificar los seguros contra incendios.
- (3) Comprobantes y formularios pre numerados
- ✓ Control de los procesos
 - ✓ Numeración pre impresa.
 - ✓ Identificación de los usuarios en los formularios.
 - ✓ Formularios anulados.
 - ✓ Detección de falta del comprobante.
 - ✓ Control de pérdidas o sustracciones.
- (4) Registro de firmas y autorizaciones.
- ✓ Identificación de las personas que autorizan operaciones.
 - ✓ Manual actualizado de autorizaciones.
 - ✓ Comunicación de modificaciones.
- (5) Bancos y Obligaciones
- ✓ Depósito de los ingresos monetarios.
 - ✓ Documentación por cada egreso y registro de firmas.
- (6) Archivos
- ✓ Conservación de las historias de la organización.
 - ✓ Responsables de archivos.
 - ✓ Documentación de accesos, de consultas y extracciones.
- (7) Control de acceso
- ✓ Niveles de acceso.
 - ✓ Acceso restringido a las áreas físicas o zonas operativas.
 - ✓ Información precisa, oportuna y significativa.
 - ✓ Controles de supervisión.
 - ✓ Claves de acceso a la información.

j) Componentes del control interno

Fonseca Luna (2008), señala que en un contexto integrado se pueden identificar cinco elementos de control interno relacionados entre sí y están en función al estilo de gestión de la empresa.



Figura 2. Cinco componentes del control interno. Recuperado de:
<http://cdiadvise.blogspot.pe/p/ambiente-de-control.html>

(1) Ambiente de Control

Conjunto de ambientes enmarcando el trabajo de una empresa desde la perspectiva del control interno, basado en principios de conducta y procedimientos organizacionales.

Elementos: Integridad y ética, competencia profesional, estilo y filosofía gerencial, estructura organizativa, delegación de poderes y responsabilidades

(2) Evaluación de Riesgos

Se debe establecer un conocimiento práctico de la empresa identificando sus procesos y poder establecer sus debilidades, y los riesgos internos y externos.

Objetivos relacionados con la información financiera

- ✓ Información financiera precisa, oportuna y significativa.
- ✓ Estados financieros deben reflejen adecuadamente la situación financiera.

(3) Información contable y comunicación

El sistema de información de contabilidad debe mantener consistencia al contar con métodos, registros y niveles de seguridad, establecidos para una contabilización armonizada y estandarizada, con proceso, resúmenes e informes de las operaciones de la empresa. Es importante la calidad de la información que se genera por la consecuente toma de decisiones en función al conocimiento de la información sustentada en este sistema de información.

(4) Actividades de Control.

Según lo señalado por Luna, Y.B.(2000), señala que las actividades de control deben ser ejecutadas en todos los niveles organizacionales y en la etapa de gestión con base en un mapa de riesgos.

Tipos de actividades del control:

- ✓ Aplicación de indicadores de rendimiento.
- ✓ Comprobación de las transacciones, (exactitud, totalidad, y autorización pertinente).
- ✓ Controles físicos patrimoniales.
- ✓ Dispositivos de seguridad para restringir accesos.
- ✓ Procesamientos de datos, adquisiciones, implantación y mantenimiento del software, y seguridad en el acceso a sistemas.
- ✓ Segregación de funciones.
- ✓ Seguimiento y revisión de las diversas funciones o actividades.

Las actividades de control podemos encontrar de diferentes tipos como: controles preventivos, controles de detección, controles correctivos, controles manuales o de usuario, controles informáticos y controles de la dirección.

(5) Monitoreo del sistema.

Según Mantilla, S.A.(2010), señala que es necesario la supervisión permanente de los controles internos con el propósito de asegurar de que funcione todos sus componentes según lo previsto.

La actividad de supervisión debe ser continua destinada a verificar la eficaz de los controles internos, esto debe incluir las actividades periódicas.

Importancia de los componentes en las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos.

La filosofía y los conceptos básicos del control interno de los inventarios, son aplicables igualmente a las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos.

De acuerdo a lo establecido, las pequeñas empresas deben de disponer de un código de conducta formal y de la existencia de un Comité de Administración, con personas calificadas cuyo objetivo es el de poder analizar y formular cambios que se necesite para su correcto funcionamiento de la empresa. En una empresa farmacéutica se simplifica la comunicación de los objetivos que tendrán un seguimiento directo dado que la administración está involucrada directamente, participando directamente en el análisis de riesgos.

Las grandes empresa tienen mantienen un contingente importante de recursos en el proceso de control interno, pero en una empresa farmacéutica no es posible mantener todos los mecanismos de control, siendo más directos y concretos.

2.2.4. Rentabilidad

Según Sánchez (2002), conceptualiza como la “capacidad que ésta tiene para generar y retener utilidades en un período determinado. Por su parte la liquidez indica la posición financiera, o sea, la capacidad de pago que tiene para enfrentar adecuadamente sus deudas en un momento dado” (p. 96).

La rentabilidad es una teoría que aplicamos a toda empresa con transacciones económicas en la que movilizan diversos recursos, con el propósito de lograr las metas trazadas. Entonces podemos establecer que la rentabilidad es un medidor de rendimiento expresado en un periodo de tiempo, que producen los capitales utilizados en la empresa.

Esta definición supone la comparación entre los medios utilizados con la renta generada, con el propósito de evaluar la eficiencia en las estrategias de un periodo anterior y la nueva elegida entre varias alternativas.

1. La rentabilidad en el análisis contable

En todo análisis empresarial, centramos nuestra mirada en la rentabilidad y solvencia como indicadores fundamentales en toda actividad económica. Así, para los profesores Cuervo y Rivero (2000, p. 19) la base del análisis tanto económico como financiero lo ubicamos cuando cuantificamos el binomio rentabilidad-riesgo, visto desde una triple funcionalidad:

- Análisis de la rentabilidad.
- Análisis de la solvencia.
- Análisis de la estructura financiera.

Por ello, la rentabilidad es entendida como la retribución al riesgo y la solvencia como la capacidad de la empresa para satisfacer sus obligaciones, entonces está íntimamente ligada a la rentabilidad, por ello es un condicionante decisivo de la solvencia, un buen nivel de rentabilidad permite tener una continuidad de la empresa.

2. Consideraciones para construir indicadores de rentabilidad

Según Vives, A. (2004, p. 68) en su análisis expresa que la rentabilidad contable se presenta como cociente entre un resultado y el capital invertido. Por ello, es necesario tomar en cuenta algunas características para la formulación y medición, a través de un ratio o indicador de rentabilidad que tenga un significado.

- (1) Las magnitudes de los cocientes deben ser expresadas en forma monetaria.
- (2) Debe existir, una relación de causalidad, entre los recursos y los excedentes o entre las inversiones y los resultados.
- (3) Debe considerarse los promedios de la cuantía de los recursos invertidos y que permite aumentar la representatividad de los recursos invertidos.
- (4) Debe definirse el periodo de tiempo al que se refiere la medición.

Razones de rentabilidad

Vives, A. (2004), expresa que “hay dos tipos de razones de rentabilidad; las que muestran la rentabilidad en relación con las ventas y las que muestran la rentabilidad en relación con la inversión. Juntas, estas razones indican la eficiencia de operación de la organización” (p. 75).

1. La rentabilidad en relación con las ventas

De acuerdo a Sánchez (2002), la rentabilidad está relacionada con:

- Margen de utilidad
- Margen de utilidad bruta.
- Margen de utilidad neta.

2. La rentabilidad en relación con las inversiones

La rentabilidad relaciona las utilidades con las inversiones, según Sánchez (2002, p.103).

- Rendimiento capital: Relación que determina la rentabilidad de los capitales invertidos en una empresa.
- Rendimiento de los activos: Evalúa el rendimiento razonable de los activos que la administración tiene bajo su control.

El rendimiento de los activos se calcula:

$$\text{Rendimiento de activos (ROA)} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Activos totales promedio}}$$

Los efectos de la Administración de las cuentas por cobrar sobre la rentabilidad de las empresas.

Las cuentas por cobrar son los valores monetario producto de los créditos que otorga a sus clientes. Las empresas pueden ofrecer créditos con el propósito de conservar los clientes y atraer nuevos, Las condiciones del crédito pueden variar, dependiendo de sus particularidades, pero las empresas dentro de un mismo sector generalmente ofrecen condiciones similares de créditos.

Las empresas comerciales dadas la dinámica del mercado y la competencia recurren a estrategias de ventas al crédito representando gran parte de sus activos circulantes, prestando mucha atención a la administración de estas cuentas por cobrar. Por ello, las empresas con este tipo de ventas deben contar con herramienta muy eficaz que le permita el control y análisis de esta inversión, lo cual podrá determinare el porcentaje de ventas al crédito, las inversiones en cuentas por cobrar, la cancelación de los contratos de pedidos,

incumplimiento de sus compromisos de pago de parte de los clientes, la rotación de los créditos y determinar el efecto que tendrá sobre la rentabilidad de la empresa.

Los efectos positivos y negativos se podrían evaluar de la siguiente manera:

- Disminución de la rotación de los créditos.
- Disminución de las cuentas incobrables.
- Disminución de los descuento por pronto pago ya que disminuye los márgenes de utilidad por unidad.

En este sentido, establecemos que la gestión de las cuentas por cobrar influye en la rentabilidad, por lo tanto, es recomendable involucrar en los indicadores de gestión, ya que a través de ellos se determina la rentabilidad y liquidez de la empresa financieramente.

Indicadores de gestión

Los indicadores son medidores que tienen por finalidad de revelar desviaciones en aspecto específicos de la organización, indicando el estado ideal, o como está con respecto a la meta esperada. Estos indicadores son instrumentos para controlar la gestión, ya que permiten encaminar los procesos al logro de los objetivos y metas esperadas.

Diofante A. (2004 establece que “un indicador es la representación numérica de una variable o combinación de ellas cuyo comportamiento, habiendo sido contrastado contra un patrón de referencia, permite verificar las condiciones particulares de una gestión o un resultado” (p. 66)

De lo anterior, se puede inferir que los indicadores permiten reorientar, tomando las decisiones más convenientes, tanto operativas y estratégicas de la empresa de las cuales forman parte de su gestión.

Funciones de los indicadores de gestión

Dentro de las funciones de los indicadores podemos establecer: funciones valorativas, que permiten apreciar cuantitativamente el efecto provocado y la función descriptiva, que permite aportar información sobre una situación determinada.

Los indicadores deben reunir ciertas características referidas a:

- Relevancia: Los valores deben ser representativos e imprescindibles para controlar, evaluar y tomar decisiones.
- Pertinencia: los indicadores deben ser los adecuados para lo que se quiere medir, asimismo, como ser permanentes en el tiempo.
- Precisión: Los indicadores deben medir exactamente los procesos, pero identificando márgenes de error tolerable para que no induzca a errores en su interpretación.
- Objetividad: El cálculo debe considerar las proporciones del valor minimizando juicios subjetivos.
- Sensibilidad: La unidad de medida debe ser eficaz, esto permitirá identificar variaciones y si son de importancia relativa.
- Fidelidad: Los atributos del indicador deben mantenerse en el tiempo y en el espacio.
- Costo/Beneficio: El costo de diseñar y aplicar los indicadores debe ser menor que el beneficio de la información obtenida.

Los indicadores deben establecerse con la finalidad de cuantificar la eficacia, la eficiencia y la economía con la cual opera una empresa. Esto nos permite establecer la factibilidad de diseñar indicadores para evaluar la gestión de cuentas por cobrar y su efecto en la rentabilidad de las empresas de distribución de productos farmacéuticos en la ciudad de Huacho.

Tipos de Indicadores. Los indicadores pueden ser:

1. Físicos: Trata de cuantificar la dimensión física de los resultados de un proceso.
2. Cronológicos: Trata de orientar la medición del tiempo invertido en la realización de los procesos.
3. Económicos: Trata de orientar la medición en el uso de los recursos financieros invertidos en la realización de los procesos.

Clasificación de los indicadores

Los indicadores pueden clasificarse de diversas maneras, como:

1. Según el objeto a medir: Agrupados de acuerdo al objeto de medición, destacándose:
 - a. Indicadores de resultados: Compara los resultados ejecutado/programado.
 - b. Indicadores de proceso: Evalúan aspectos relacionados con actividades determinadas.

- c. Indicadores estructurales: Evalúan el costo y la utilización de los recursos.
- d. Indicadores estratégicos: Evalúa el logro de las metas y objetivos estratégicos.
- 2. Según su naturaleza: Éstos permiten determinar el logro de objetivos y metas, según el atributo que se espera medir.
- 3. Según el ámbito de actuación:
 - a. Indicadores Internos: Evalúa variables de funcionamiento interno de la empresa.
 - b. Indicadores Externos: Consideran el impacto de actividades fuera de la entidad.

2.3 Definición de términos básicos

Almacén: el espacio físico o lugar en que se deposita la materia prima, los productos terminados en espera de transferencia a la siguiente etapa de una cadena de suministro. Este lugar es utilizado para guardar, preservar, mantener y conservar en buen estado los activos físicos de la empresa.

Bases principales para la valuación de inventarios: Constituyen cada una de las bases en las cuales se fundamentan cada uno de los métodos de valuación de inventario utilizados por las empresas.

Cadena de suministro o cadena logística (supply chain): Son los procesos de intercambio de flujo de materiales y de información que se establecen en cada empresa con sus respectivos clientes y proveedores. Una cadena de suministros consta de tres partes: suministros, fabricación y distribución.

Control de calidad: Técnica importante que consiste en evaluar la calidad del producto o servicio final.

Control interno de inventarios: Es el proceso mediante el cual se establecen controles basados en procedimientos y métodos, adoptados por una empresa de manera coordinada, a fin de proteger sus inventarios de mercancías contra pérdida, fraude o ineficiencia.

Control interno. Es un elemento fundamental para la seguridad de los sistemas contables y no contables que utiliza la empresa, tratando de evaluar los procedimientos administrativos, contables y financieros, detecta irregularidades así como errores, y proponiendo soluciones factibles como evaluando: la administración del personal, los métodos y sistemas contables, los niveles de autoridad entre otros.

Gestión administrativa. Realizar una evaluación en forma integral a una empresa con el objetivo de identificar su nivel de desempeño y establecer las oportunidades de mejora..

Gestionar almacenes, es un proceso específico de la función logística, cuyas actividades son referentes a: (1) recepción, (2) almacenamiento y (3) movimiento dentro del almacén hasta el consumo de materiales, sea materia prima, semielaboradas, terminadas, así como el tratamiento e información de los datos generados.

Indicador: Son medidores que tienen por finalidad de revelar desviaciones en aspecto específicos de la organización, indicando el estado ideal, o como está con respecto a la meta esperada. Estos indicadores son instrumentos para controlar la gestión, ya que permiten encaminar los procesos al logro de los objetivos y metas esperadas.

Indicadores de gestión: Los indicadores son medidores que tienen por finalidad de revelar desviaciones en aspecto específicos de la organización, indicando el estado ideal, o como está con respecto a la meta esperada. Estos indicadores son instrumentos para controlar la gestión, ya que permiten encaminar los procesos al logro de los objetivos y metas esperadas.

Inventario: Bienes tangible que se tienen para la venta.

LayOut: Es el proceso que permite el ordenamiento físico de todos los elementos mecánicos del sistema productivo para que tenga la capacidad de alcanzar los objetivos y metas fijadas competitivamente.

Liquidez: indica la posición financiera, o sea, la capacidad de pago que tiene para enfrentar adecuadamente sus deudas en un momento dado

Logística: Conjunto de conocimientos, acciones y medios destinados a prever y proveer los recursos necesarios que posibiliten realizar una actividad principal en tiempo, forma y al costo más oportuno en un marco de productividad y calidad. Gambino (2006, p. 3).

Margen de utilidad: Es la diferencia entre ingresos y gastos totales, incluyendo impuestos, expresada en un porcentaje de los ingresos.

Rentabilidad: La rentabilidad es una teoría que aplicamos a toda empresa con transacciones económicas en la que movilizan diversos recursos, con el propósito de lograr las metas trazadas. Entonces podemos establecer que la rentabilidad es un medidor de

rendimiento expresado en un periodo de tiempo, que producen los capitales utilizados en la empresa. Sánchez (2002, p.96)

Sistema de control interno. Conjunto de revisiones en las fases organizacionales de la empresa, con el propósito de determinar el grado de competitividad en las actividades y realizar mejoras de la calidad del servicio comercial y brindar confianza a los clientes.

Sistema de información de Contabilidad: Es el conjunto de procesos que cuenta con métodos, registros y niveles de seguridad, establecidos para una contabilización armonizada y estandarizada, con proceso, resúmenes e informes de las operaciones de la empresa. Es importante la calidad de la información que se genera por la consecuente toma de decisiones en función al conocimiento de la información sustentada en este sistema de información.

2.4 Hipótesis de investigación

De acuerdo con los argumentos presentados se pudo establecer las siguientes hipótesis:

2.4.1 Hipótesis general

El control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura.

2.4.2 Hipótesis específicas

- 1) El control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto a la gestión de compras.
- 2) El control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto al almacenamiento.
- 3) El control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto a la gestión de ventas.

2.5 Operacionalización de las variables

Variable Independiente

Control Interno de Inventarios (X)

Variable dependiente

Rentabilidad (Y)

Tabla 2.

Operacionalización de las variables

VARIABLE GENERAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Control Interno de Inventarios (X)	Elemento del control	Organización. Personal. Supervisión
	Es el proceso mediante el cual se establecen controles basados en procedimientos y métodos, adoptados por una empresa de manera coordinada, a fin de proteger sus inventarios de mercancías contra pérdida, fraude o ineficiencia.	Proceso Métodos Inventarios Pérdidas
Rentabilidad (Y)	Financiera	Solidez financiera
	Económica	Crecimiento sostenido
	Utilidades	Grado de satisfacción de los inversionistas
<p>La rentabilidad es una teoría que aplicamos a toda empresa con transacciones económicas en la que movilizan diversos recursos, con el propósito de lograr las metas trazadas. Entonces podemos establecer que la rentabilidad es un medidor de rendimiento expresado en un periodo de tiempo, que producen los capitales utilizados en la empresa. Sánchez (2002, p.96)</p>		

Nota. Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

Tipo.- La investigación desarrollada en concordancia con los tipos de problemas y sus objetivos establecidos se identificó como una investigación aplicada.

Enfoque y método.- La investigación tiene un enfoque cuantitativo, cuya característica fueron:

- 1) Medición de variables
- 2) Utilización de estadísticas
- 3) Análisis de causa-efecto.

El método empleado fue deductivo, ya que fue de lo general a lo particular de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos.

Diseño.- La investigación tiene un diseño no experimental ya que son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de las variables, y transversal ya que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

Nivel.- La investigación tiene un nivel descriptivo. Es explicativo, porque al formular varias hipótesis tratamos de explicar tentativamente la ocurrencia del fenómeno, asimismo, indagamos las razones y la explicación de la relación existente entre las variables de la investigación. Es correlacional, ya que encontramos la relación entre dos variables, en un lugar y tiempo determinado.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población representa el conjunto de unidades que cuentan con las mismas características distintivas. Para nuestra investigación la población fue el conjunto de empresas dedicadas a la comercializadoras de productos farmacéuticos que tienen como área de influencia la Provincia de Huaura.

El tabla 3.1., se presenta la cantidad de establecimientos farmacéuticos por clase y por distrito, autorizados y activos a la fecha en la jurisdicción de la Provincia de Huaura.

Tabla 3.

Establecimientos Farmacéuticos Autorizados y Activos por clase y por distrito

Distrito	Boticas	Farmacias	Botiquines	Ser. de Farmacia	Droguerías	Laboratorios	Total
Caleta De Calquín	2						2
Huacho	38	5	1	3	1	1	49
Hualmay	4		1	1	3		9
Huaura	20						20
Santa María	6	1			2		9
Sayán	7			3			10
Vegueta	5			1			6
Total	82	6	2	8	6	1	105

Nota. Fuente: Dirección Regional de Salud

Criterios de inclusión y exclusión. Para efecto de nuestra investigación se tomó las boticas y farmacias formales de la jurisdicción de la Provincia de Huaura que hacen un total de 105 establecimientos.

3.2.2 Muestra

La muestra fue determinada aplicando la fórmula de muestreo proporcional, conocida la población:

1°. Función estadística para poblaciones menores a 30,000:

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2} P Q N}{\epsilon^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

2°. La población N, está compuesta por 105 empresas comercializadoras de Productos Farmacéuticos

3°. El nivel de confianza al 95% por lo tanto si $\alpha = 0.05$ entonces $Z=1.96$

4°. La probabilidad de ocurrencia y de fracaso es de 50% cada uno

5°. El nivel de error 5%

6°. Luego:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (105)}{(0.05)^2 (104) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 82.63 \approx 83$$

La muestra fue constituida por 83 empresas comercializadoras de Productos Farmacéuticos.

3.3 Técnicas de recolección de datos

Fuentes.- Se utilizaron tres tipos de fuentes, estas son:

- Revisión de fuentes bibliográficas.
- Revisión de documentos históricos.
- Revisión de informes.

Técnicas.- Las técnicas empleadas fueron:

- Recolección de datos.
- Observar características la variable independiente.
- Observar características la Variable Dependiente.
- Observar características de otras variables.

Instrumentos.- Los instrumentos utilizados fueron:

- Fichas de documentación.
- Registros de las variables.
- Encuesta de información.

El cuestionario diseñada se muestra en el anexo 1.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Son herramientas útiles para ordenar, describir y analizar los datos recogidos con los instrumentos de investigación.

Las técnicas de análisis de datos utilizadas se clasifican en dos tipos:

a) Técnicas de análisis cuantitativo, categorización y análisis de contenidos

- Ordenamiento.
- Clasificación.
- Selección.
- Codificación.
- Tabulación.
- Cuadros.
- Gráficos.

b) Técnicas estadística de análisis inferencial. Para analizar y relacionar las variables definidas anteriormente, utilizamos la distribución no paramétrica Chi-Cuadrada.

Interpretación de resultados:

- La aceptación o rechazo de las hipótesis formuladas a nivel probabilístico.
- Se establecen conclusiones finales sobre el problema planteado.
- Se establecen recomendaciones finales sobre el problema planteado
- Se analiza el cumplimiento de los objetivos y la finalidad de nuestra investigación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

Conforme lo planteado en el punto 3.2.2., muestra, se tienen 83 profesionales que se encuentran trabajando en las empresas comercializadoras de productos farmacéuticos en la Provincia de Huaura, y forman parte de la población en estudio, escogidos aleatoriamente. El cuestionario utilizado (anexo 1), ha sido validado (anexo 2), nos permitió recibir los puntos de vista de los empresarios y se procedió a su ordenamiento y tabulación, logrando los siguientes resultados.

Aspectos generales: Tipo de establecimiento:

Tabla 4.

Tipo de establecimiento

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Boticas	72	72	86.75%	87%
Farmacias	6	78	7.23%	94%
Botiquines	0	78	0.00%	94%
Ser. de Farmacia	3	81	3.61%	98%
Droguerías	2	83	2.41%	100%
Laboratorios	0	83	0.00%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 86.75% son boticas, el 7.23% son farmacias, el 3.61% son servicios de farmacia y el 2.41% son droguerías.

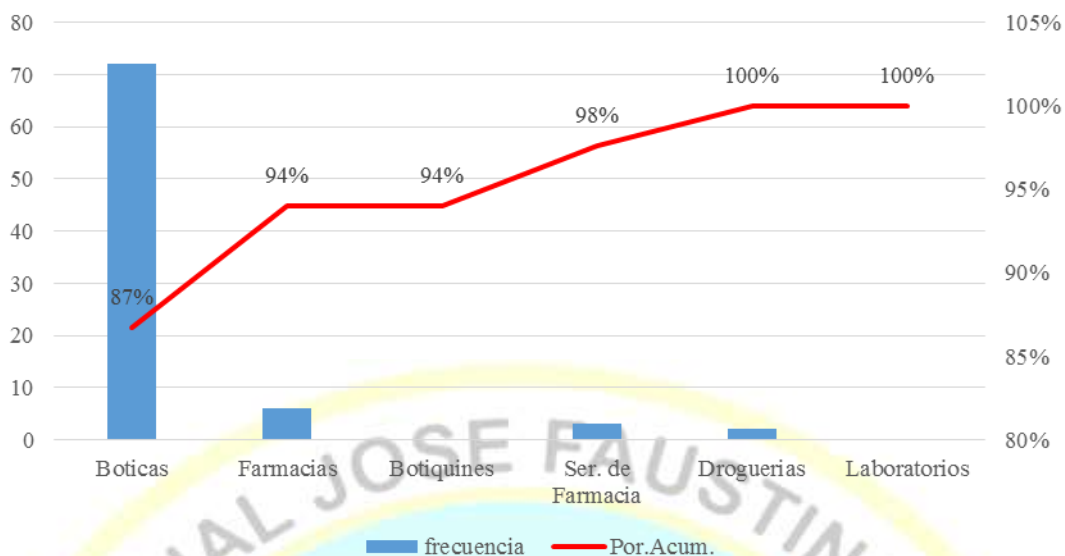


Figura 3. Tipo de establecimiento. Elaboración propia

Respecto al Control Interno de los inventarios:

1. ¿La organización en la farmacia/botica se encuentra bien definida?

Tabla 5.

La organización

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Si	74	74	89.16%	89%
No	8	82	9.64%	99%
No sabe/no opina	1	83	1.20%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

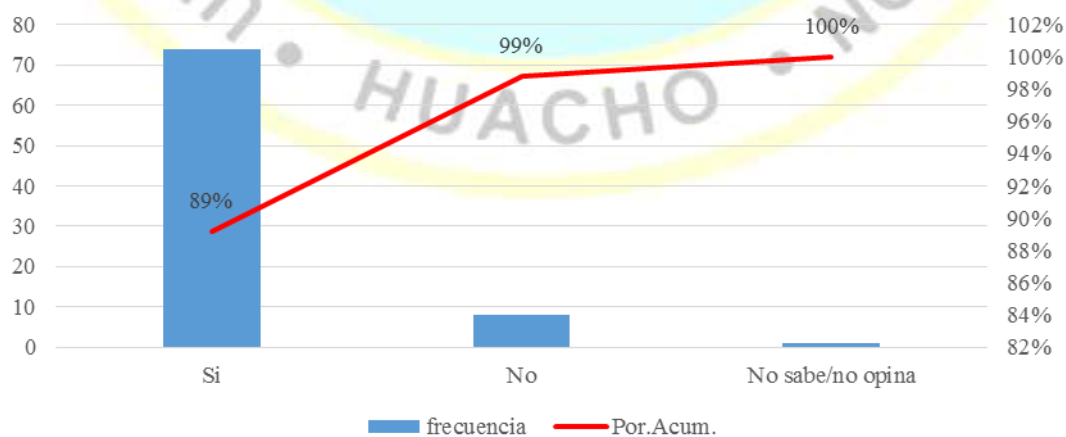


Figura 4. La organización. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 89.16%, señala que la organización en la farmacia/botica se encuentra bien definida, el 9.64% señala que no lo está, y el 1.20% no sabe/no opina.

2.¿El personal con que cuenta la farmacia/botica está capacitado y es el idóneo para el trabajo?

Tabla 6.

Personal capacitado

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Si	64	64	77.11%	77%
No	5	69	6.02%	83%
No sabe/no opina	14	83	16.87%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

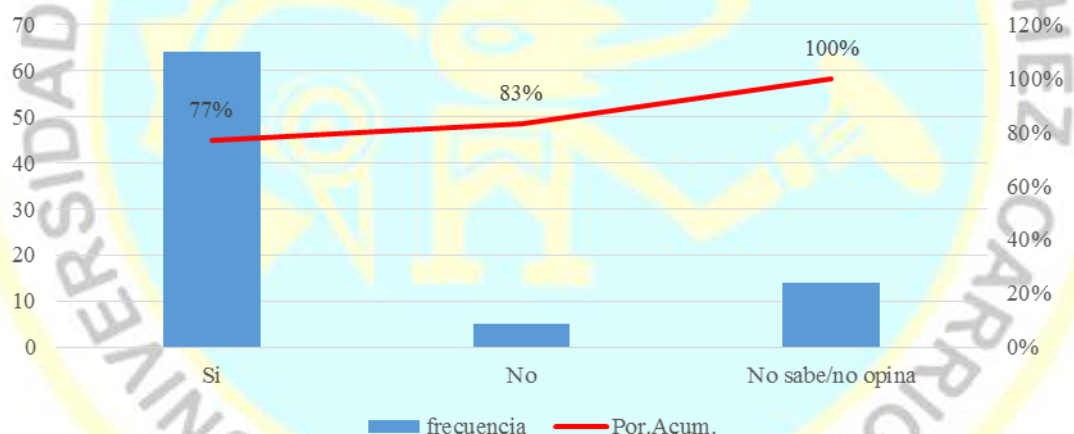


Figura 5. Personal capacitado. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 77.11% señala que el personal con que cuenta la farmacia/botica está capacitado y es el idóneo para el trabajo, el 16.87% no sabe/no opina, y el 6.02% no lo está.

3. ¿Las actividades de manejo de inventarios que realiza la farmacia/botica son las adecuadas?

Tabla 7.

Manejo de inventarios

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Si	35	35	42.17%	42%
No	44	79	53.01%	95%
No sabe/no opina	4	83	4.82%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

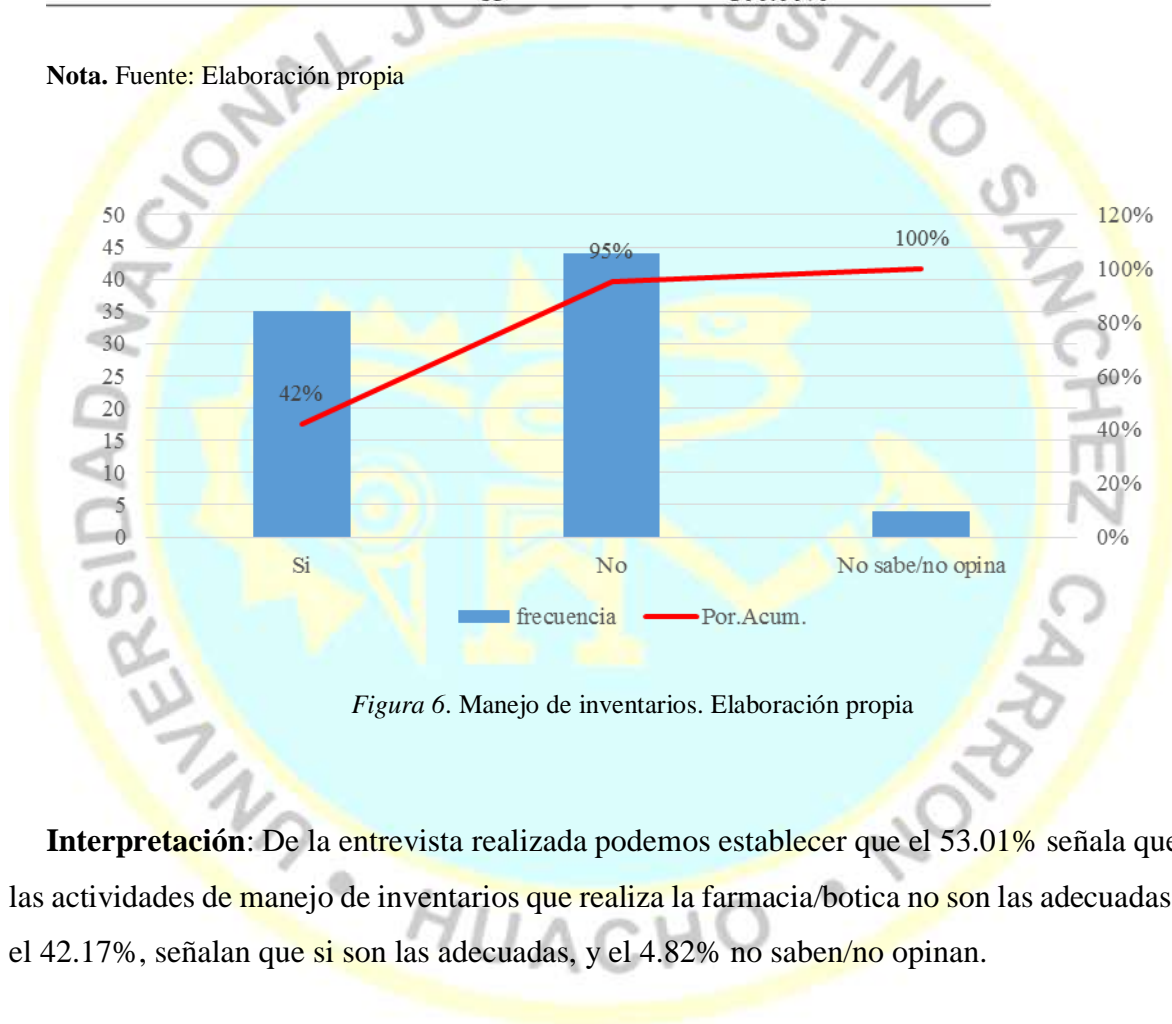


Figura 6. Manejo de inventarios. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 53.01% señala que las actividades de manejo de inventarios que realiza la farmacia/botica no son las adecuadas, el 42.17%, señalan que si son las adecuadas, y el 4.82% no saben/no opinan.

4. ¿La gestión de la farmacia/botica en comparación con la competencia es?

Tabla 8.

Comparación con la competencia

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Mejor	25	25	30.12%	30%
Igual	32	57	38.55%	69%
Menor	26	83	31.33%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia



Figura 7. Comparación con la competencia. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 38.55% señala que la gestión de la farmacia/botica en comparación con la competencia es igual, el 31.33% es menor, y el 30.12% señala que es mejor.

5. ¿Considera que los inventarios en la farmacia/botica son planificados, controlados oportunamente?

Tabla 9.

Manejo adecuado de inventarios

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Si	33	33	39.76%	40%
No	47	80	56.63%	96%
No sabe/no opina	3	83	3.61%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

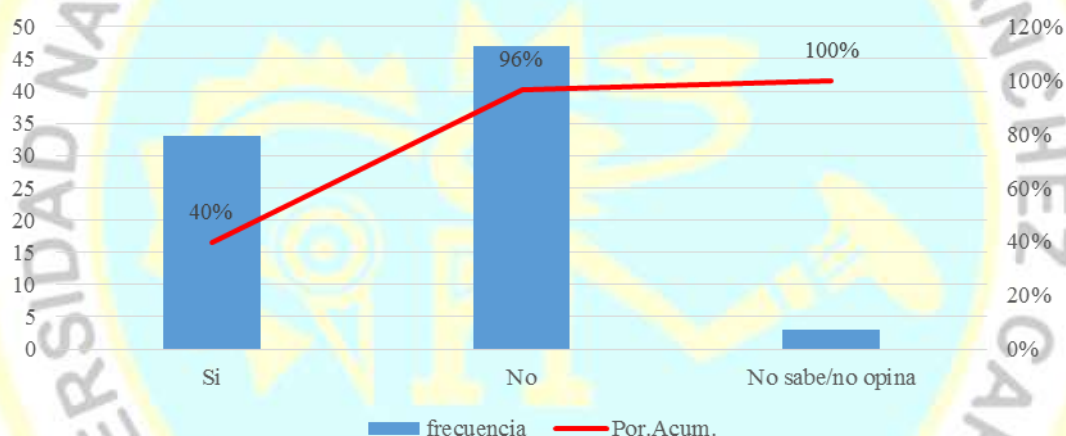


Figura 8. Manejo adecuado de inventarios. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 56.63% considera que los inventarios en la farmacia/botica no son planificados y controlados oportunamente, el 39.76% señala que si, y el 3.61% no sabe/no opina.

6. ¿Cree usted que la adquisición de los productos es oportuna para las ventas?

Tabla 10.

Adquisiciones

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Si	28	28	33.73%	34%
No	53	81	63.86%	98%
No sabe/no opina	2	83	2.41%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

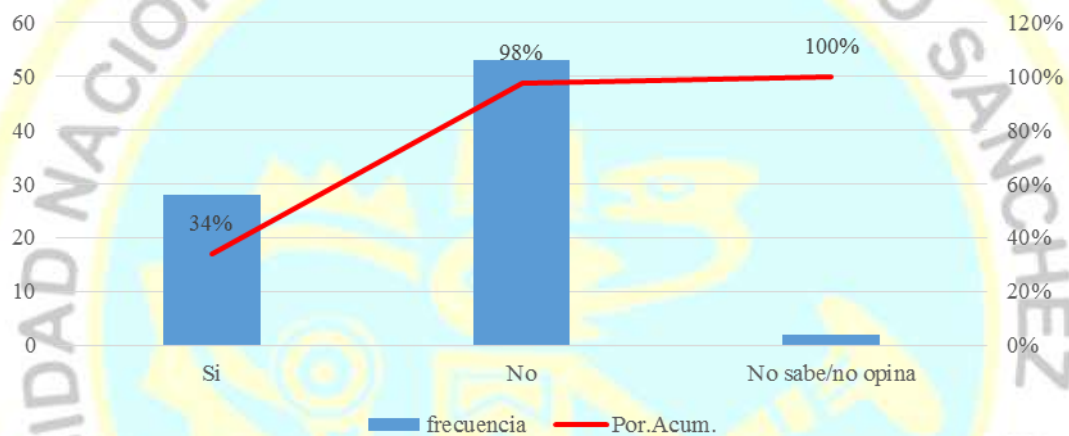


Figura 9. Adquisiciones. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 63.86% señala que la adquisición de los productos no es oportuna para las ventas, el 33.73% señala que si, y el 2.41% no sabe/no opina.

7.¿Considera que la comercialización que realiza la farmacia/botica es la correcta?

Tabla 11.

Comercialización

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Si	73	73	87.95%	88%
No	4	77	4.82%	93%
No sabe/no opina	6	83	7.23%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

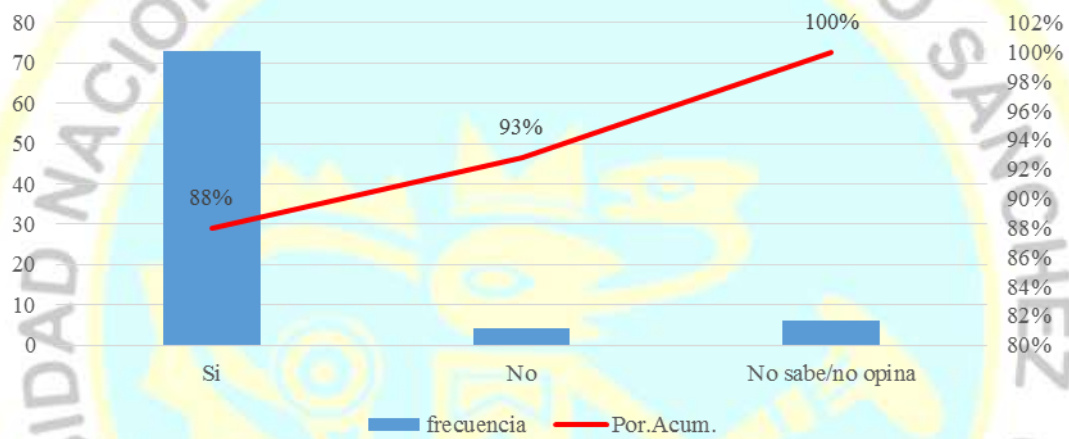


Figura 10. Comercialización. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 87.95% considera que la comercialización que realiza la farmacia/botica es la correcta, el 7.23% no sabe/no opina, y el 4.82% señala que no.

8.¿Considera que los métodos de los inventarios en la farmacia/botica PEPS es la adecuada?

Tabla 12.

Métodos de Inventarios

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Si	81	81	97.59%	98%
No	0	81	0.00%	98%
No sabe/no opina	2	83	2.41%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia



Figura 11. Métodos de Inventarios. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 97.59% considera que los métodos de los inventarios en la farmacia/botica PEPS es la adecuada, y el 2.41% no sabe/no opina.

Con respecto a las compras y ventas

9.¿Cree usted que la atención brindada en la farmacia/botica es la adecuada?

Tabla 13.

Atención al cliente

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Si	74	74	89.16%	89%
No	8	82	9.64%	99%
No sabe/no opina	1	83	1.20%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

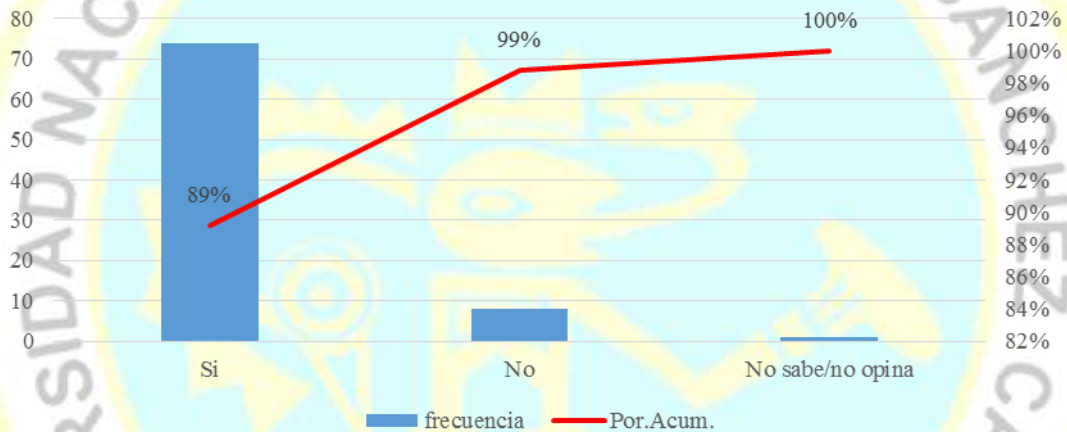


Figura 12. Atención al cliente. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 89.16% cree que la atención brindada en la farmacia/botica es la adecuada, el 9.64% señala que no, y el 1.20% no sabe/no opina.

10.¿Cree usted que la farmacia/botica cuenta con todos los productos que sus clientes demandan?

Tabla 14.

Productos ofrecidos

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Si	38	38	45.78%	46%
No	42	80	50.60%	96%
No sabe/no opina	3	83	3.62%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

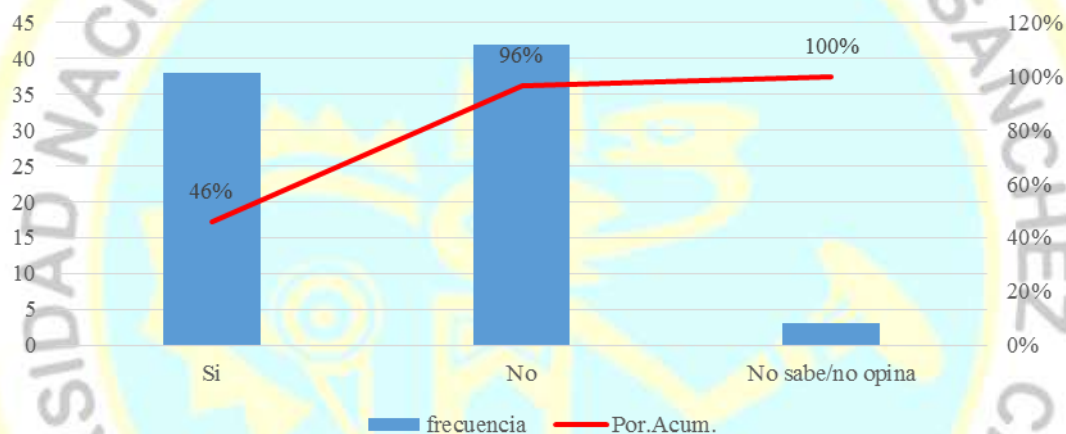


Figura 13. Productos ofrecidos. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 50.60% cree que la farmacia/botica no cuenta con todos los productos que sus clientes demandan, el 45.78% señala que si, y el 3.62% no sabe/no opina.

11.¿Considera que sus consumidores eligen la farmacia/botica por precio, servicio y calidad?

Tabla 15.

Elección por precio, servicio y calidad

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Si	69	69	83.13%	83%
No	12	81	14.46%	98%
No sabe/no opina	2	83	2.41%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

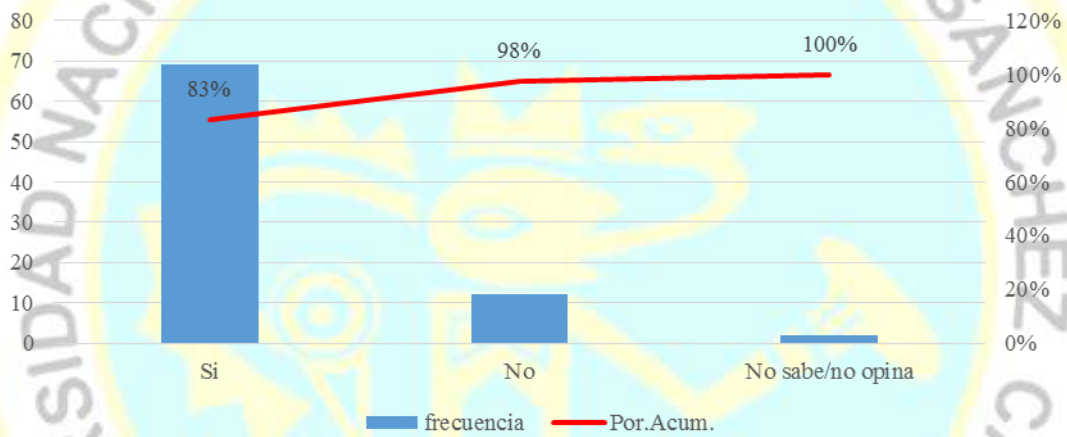


Figura 14. Elección por precio, servicio y calidad. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 83.13% considera que sus consumidores eligen la farmacia/botica por precio, servicio y calidad, el 14.46% señalan que no, y el 2.41% no sabe/no opina.

12¿La farmacia/botica ha llegado a cumplir sus objetivos planeados?

Tabla 16.

Cumplimiento de objetivos

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Si	78	78	93.98%	94%
No	2	80	2.41%	96%
No sabe/no opina	3	83	3.61%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

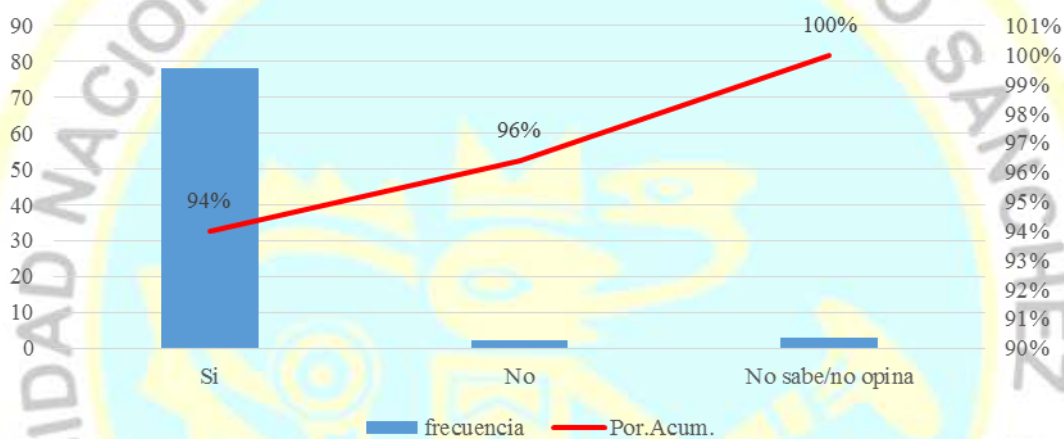


Figura 15. Cumplimiento de objetivos. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 93.98% señalan que la farmacia/botica ha llegado a cumplir sus objetivos planeados, el 3.61% no sabe/no opina, y el 2.41% señalan que no.

13.¿Considera que los descuentos, promociones obtenidas en la farmacia/botica son buenas?

Tabla 17.

Descuentos y promociones

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Si	58	58	69.88%	70%
No	23	81	27.71%	98%
No sabe/no opina	2	83	2.41%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

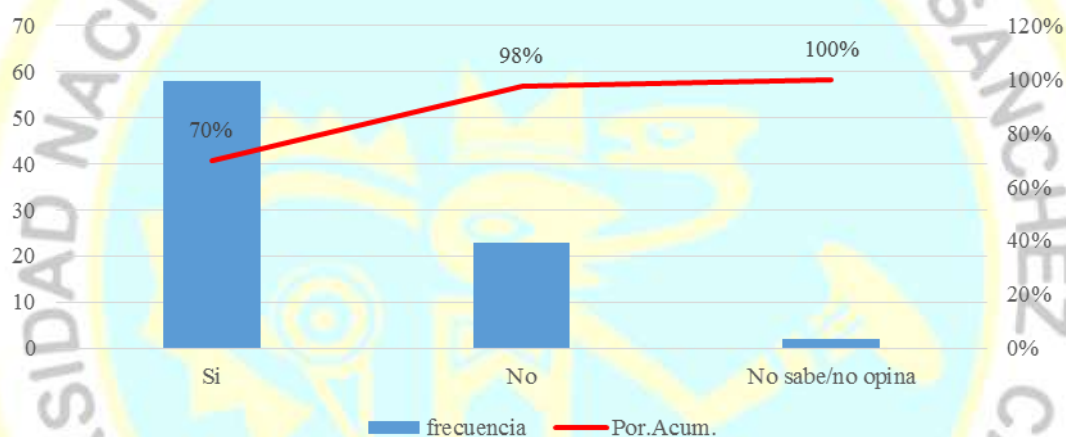


Figura 16. Descuentos y promociones. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 69.88% considera que los descuentos, promociones obtenidas en la farmacia/botica son buenas, el 27.71% señala que no lo son, y el 2.41% no sabe/no opina,

Con respecto a la rentabilidad:

14.¿Considera que existe una solidez financiera en la farmacia/botica?

Tabla 18.

Solidez financiera

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Si	33	33	39.76%	40%
No	28	61	33.73%	73%
No sabe/no opina	22	83	26.51%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

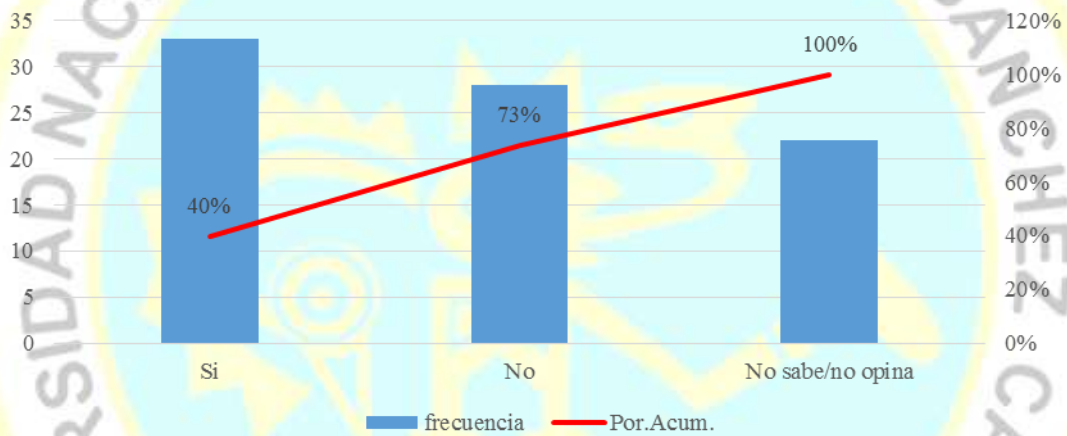


Figura 17. Solidez financiera. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 39.76% considera que existe una solidez financiera en la farmacia/botica, el 33.73% señala que no, y el 26.51% no sabe/no opina.

15.¿La organización ha llegado a tener un crecimiento sostenido?

Tabla 19.

Crecimiento

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Si	69	69	83.13%	83%
No	12	81	14.46%	98%
No sabe/no opina	2	83	2.41%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

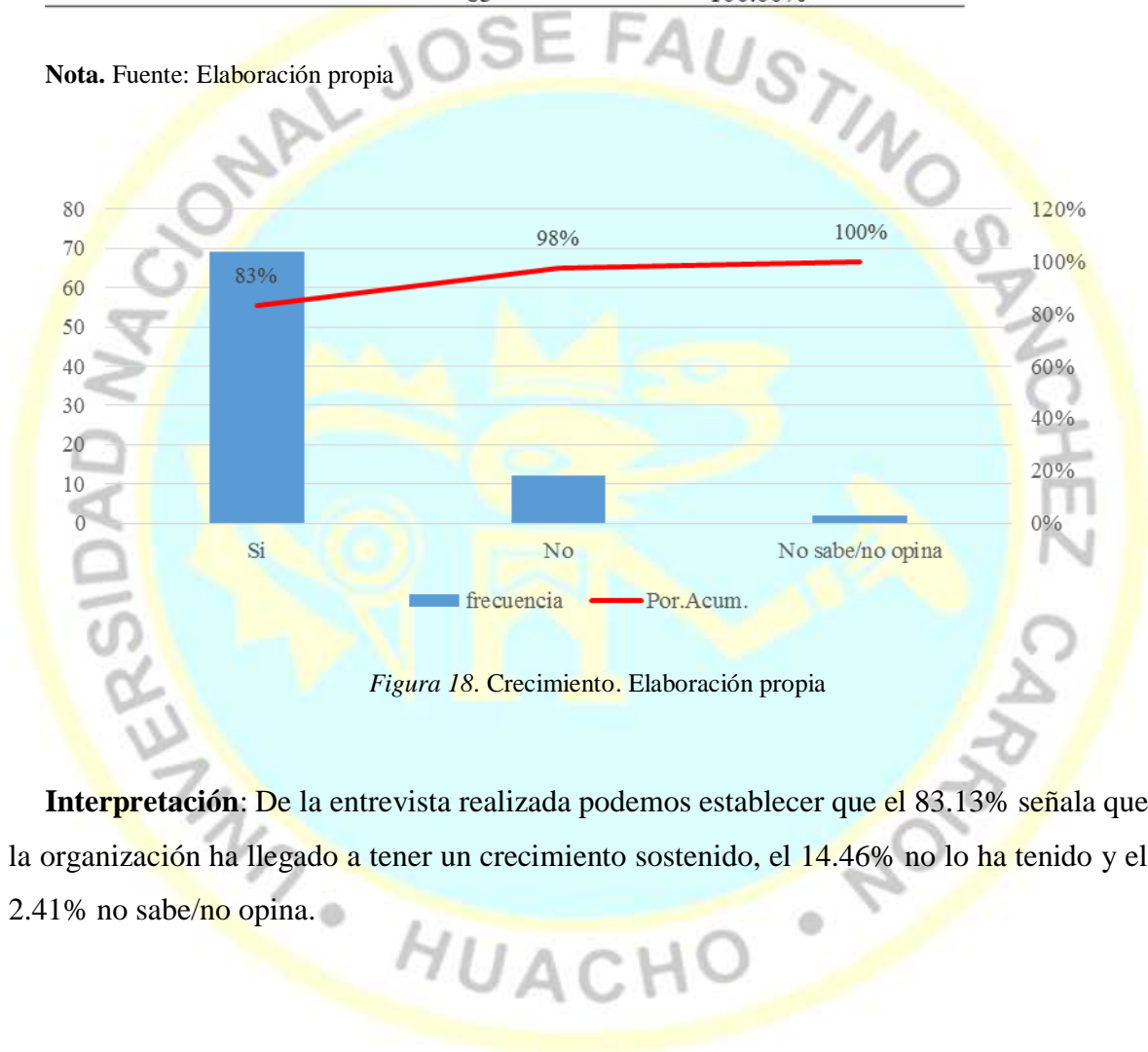


Figura 18. Crecimiento. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 83.13% señala que la organización ha llegado a tener un crecimiento sostenido, el 14.46% no lo ha tenido y el 2.41% no sabe/no opina.

16.¿Considera que existe un buen grado de satisfacción de los inversionistas?

Tabla 20.

Grado de satisfacción

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Si	73	73	87.95%	88%
No	3	76	3.61%	92%
No sabe/no opina	7	83	8.43%	100%
	83		99.99%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

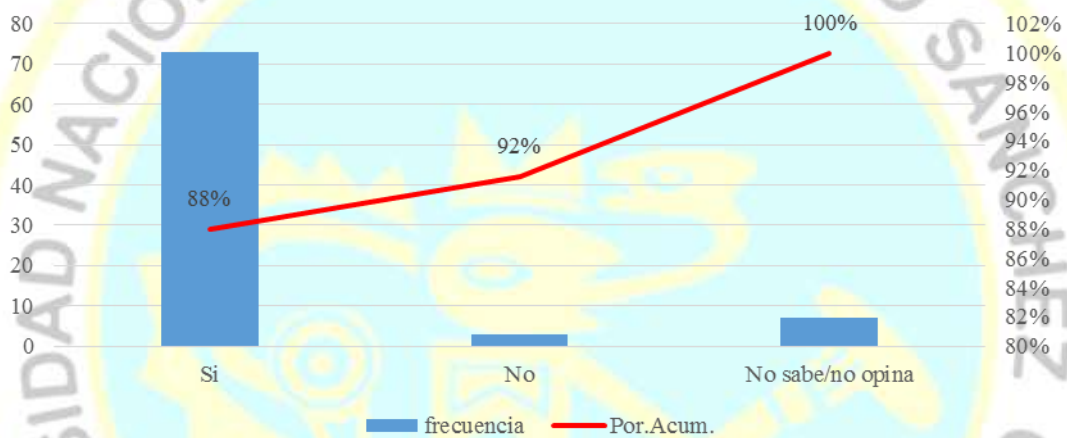


Figura 19. Grado de satisfacción. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 87.95% considera que existe un buen grado de satisfacción de los inversionistas, el 8.43% no sabe/no opina, y el 3.61% señala que no.

Preguntas específicas:

17.¿Considera usted que el control interno de los inventarios influye en su rentabilidad?

Tabla 21.

Influencia del control interno en la rentabilidad

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Completamente de Acuerdo	14	14	16.87%	17%
De Acuerdo	55	69	66.27%	83%
No Sabe, No Opina	3	72	3.61%	87%
En Desacuerdo	5	77	6.02%	93%
Completamente en Desacuerdo	6	83	7.23%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

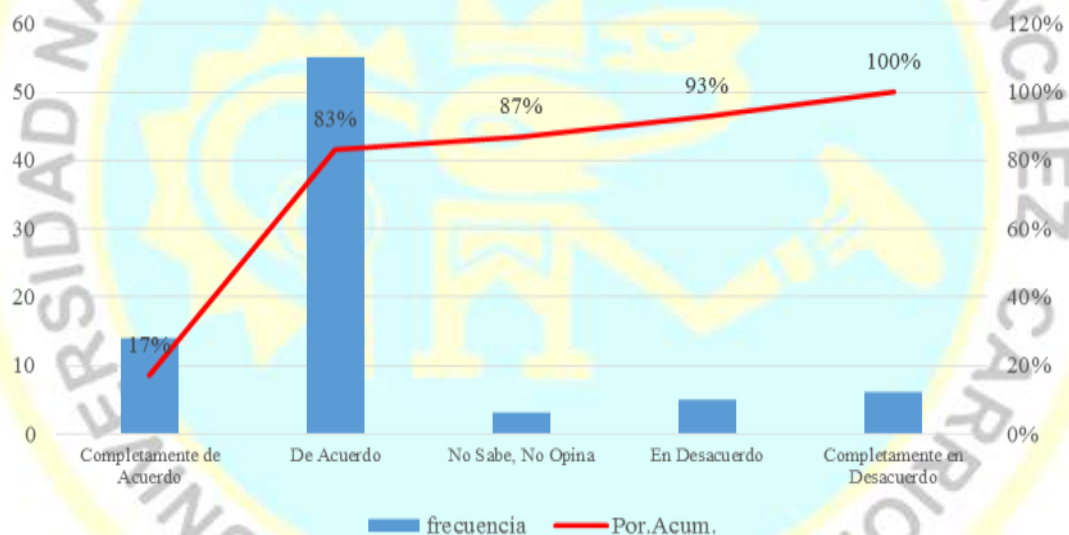


Figura 20. Influencia del control interno en la rentabilidad. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 66.27% está de acuerdo al considerar que el control interno de los inventarios influye en su rentabilidad, el 16.87% están completamente de acuerdo, el 7.23% están completamente en desacuerdo, el 6.02% están en desacuerdo, y el 3.61% no sabe/no opina.

18.¿Considera usted que el control interno de los inventarios influye en el proceso de gestión de compras?

Tabla 22.

Influencia del control interno en el proceso de gestión de compras

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Completamente de Acuerdo	42	42	50.60%	51%
De Acuerdo	25	67	30.12%	81%
No Sabe, No Opina	10	77	12.05%	93%
En Desacuerdo	6	83	7.23%	100%
Completamente en Desacuerdo	0	83	0.00%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

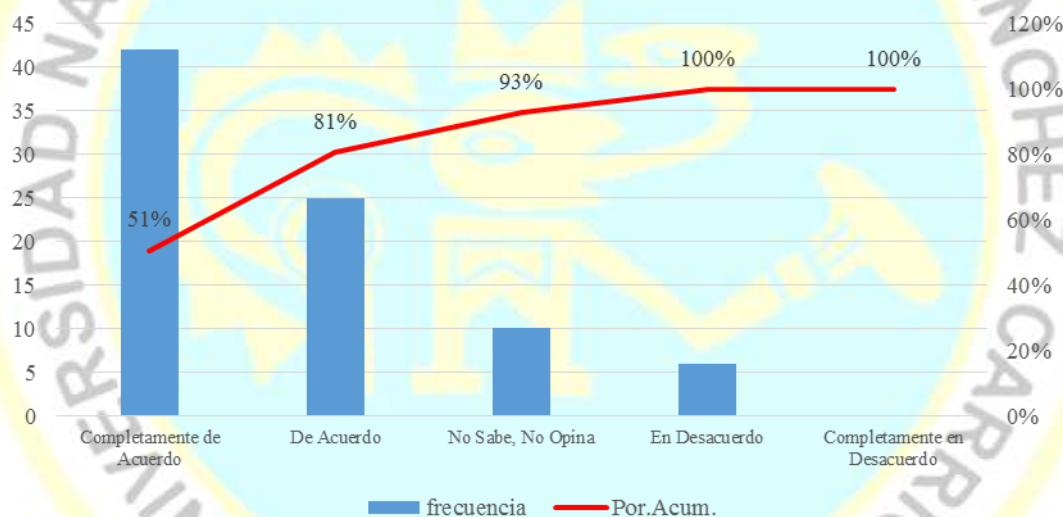


Figura 21. Influencia del control interno en el proceso de gestión de compras. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 50.60% están completamente de acuerdo al considerar que el control interno de los inventarios influye en el proceso de gestión de compras, el 30.12% están de acuerdo, el 12.05% no sabe no opina, y el 7.23% están en desacuerdo.

19.¿Considera usted que el control interno de los inventarios influye en el proceso de almacenamiento?

Tabla 23.

Influencia del control interno en el proceso de almacenamiento

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Completamente de Acuerdo	25	25	30.12%	30%
De Acuerdo	25	50	30.12%	60%
No Sabe, No Opina	11	61	13.25%	73%
En Desacuerdo	12	73	14.46%	88%
Completamente en Desacuerdo	10	83	12.05%	100%
	83		100.00%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

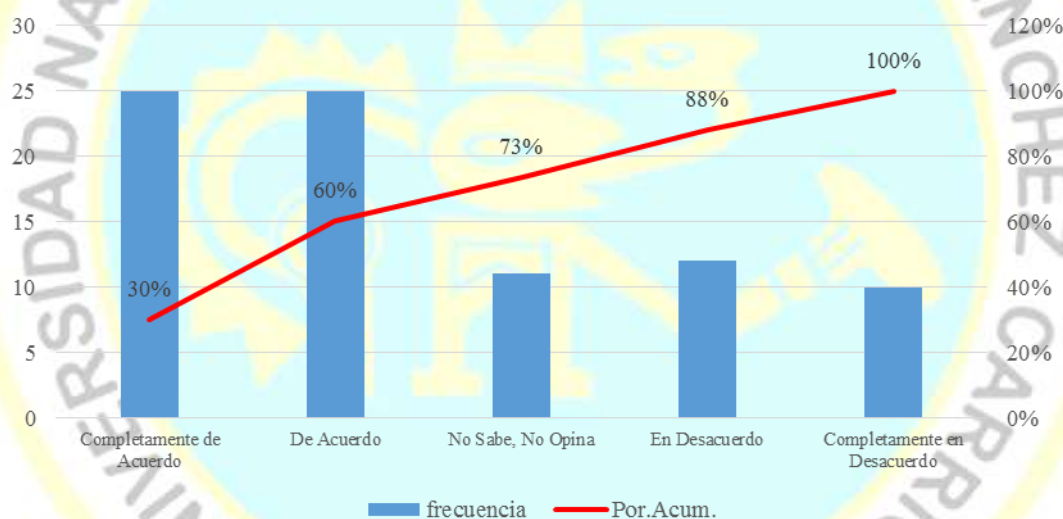


Figura 22. Influencia del control interno en el proceso de almacenamiento. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que el 60.24% señala estar de acuerdo o completamente de acuerdo al considera que el control interno de los inventarios influye en el proceso de almacenamiento, el 14.46% están en desacuerdo, el 13.25% no sabe/ no opina, y el 12.05% están completamente en desacuerdo.

20.¿Considera usted que el control interno de los inventarios influye en el proceso de gestión de ventas?

Tabla 24.

Influencia del control interno en el proceso de gestión de ventas

	frecuencia	Fr.Acum.	Porcentaje	Por.Acum.
Completamente de Acuerdo	48	48	57.83%	58%
De Acuerdo	27	75	32.53%	90%
No Sabe, No Opina	2	77	2.41%	93%
En Desacuerdo	1	78	1.20%	94%
Completamente en Desacuerdo	5	83	6.02%	100%
	83		99.99%	

Nota. Fuente: Elaboración propia

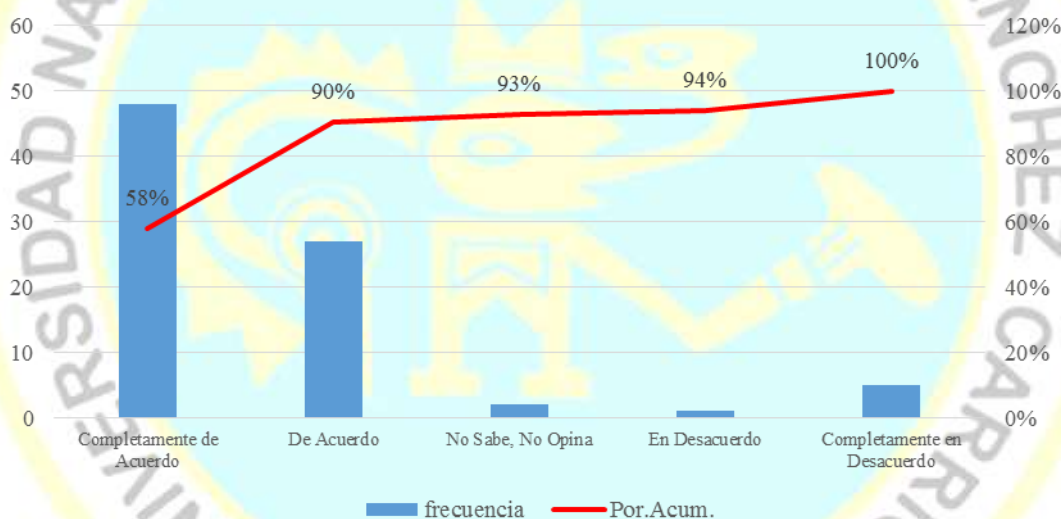


Figura 23. Influencia del control interno en el proceso de gestión de ventas. Elaboración propia

Interpretación: De la entrevista realizada podemos establecer que 57.83% señalan estar completamente de acuerdo al considera que el control interno de los inventarios influye en el proceso de gestión de ventas, el 32.53% consideran estar de acuerdo, el 6.02% está completamente en desacuerdo, el 2.41% no sabe no opina, y el 1.20% están en desacuerdo.

4.2 Contrastación de hipótesis

4.2.1. Prueba de la hipótesis general

De acuerdo con los argumentos presentados se ha realizado la contrastación de la hipótesis siguiente:

Hipótesis 1: El control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura.

Se plantea las siguientes hipótesis para la contrastación:

H_0 : El control interno de los inventarios no influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura.

H_a : El control interno de los inventarios si influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura.

Tabla 25.

Contrastación de la primera hipótesis

	Frecuencias Observadas	Frecuencias Esperadas		Valor estadístico
		%	Esperada	
Completamente de Acuerdo	14	35	29	7.7586
De Acuerdo	55	45	37	8.7568
No Sabe, No Opina	3	5	4	0.2500
En Desacuerdo	5	10	8	1.1250
Completamente en Desacuerdo	6	5	5	0.2000
	83	100	83	18.0904

Para:

Nivel de significancia	0.05
Grados de libertad	4
ChiCuadrada	9.4877
Coefficiente de Correlación	0.86

Nota. Fuente: Elaboración propia sobre la base de los resultados.

Contrastación: para un nivel de significación del 95% ($\alpha = 0.05$) el valor teórico de una distribución chi-cuadrado con $(5-1=)$ 4 grados de libertad es 9.4877. El valor estadístico de la χ^2 obtuvimos 18.0904, y un coeficiente de correlación de aceptable de 0.86, entonces podremos concluir que las dos variables no son independientes, sino que están asociadas.

Por lo tanto, a la vista de los resultados, rechazamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alternativa (H_a), quedando confirmada nuestra hipótesis: El control interno de los inventarios si influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura.

4.2.2. Prueba de las hipótesis específicas

Hipótesis 2: El control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto a la gestión de compras.

Se plantea las siguientes hipótesis para la contrastación:

H_0 : El control interno de los inventarios no influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto a la gestión de compras

H_a : El control interno de los inventarios si influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto a la gestión de compras.

Tabla 26.

Contrastación de la segunda hipótesis

	Frecuencias Observadas	Frecuencias Esperadas %	Esperada	Valor estadístico
Completamente de Acuerdo	42	35	29	5.8276
De Acuerdo	25	45	37	3.8919
No Sabe, No Opina	10	5	4	9.0000
En Desacuerdo	6	10	8	0.5000
Completamente en Desacuerdo	0	5	5	5.0000
	83	100	83	24.2195

Para:	
Nivel de significancia	0.05
Grados de libertad	4
ChiCuadrada	9.4877
Coefficiente de Correlación	0.82

Nota. Fuente: Elaboración propia sobre la base de los resultados.

Contrastación: para un nivel de significación del 95% ($\alpha = 0.05$) el valor teórico de una distribución chi-cuadrado con $(5-1=)$ 4 grados de libertad es 9.4877. El valor estadístico de la χ^2 obtuvimos 24.2195, y un coeficiente de correlación de aceptable de 0.82, entonces podremos concluir que las dos variables no son independientes, sino que están asociadas. Por lo tanto, a la vista de los resultados, rechazamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alternativa (H_a), quedando confirmada nuestra hipótesis: El control interno de los inventarios si influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto a la gestión de compras.

Hipótesis 3: El control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto al almacenamiento.

Se plantea las siguientes hipótesis para la contrastación:

H_0 : El control interno de los inventarios no influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto al almacenamiento.

H_a : El control interno de los inventarios si influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto al almacenamiento.

Contrastación: para un nivel de significación del 95% ($\alpha = 0.05$) el valor teórico de una distribución chi-cuadrado con $(5-1=)$ 4 grados de libertad es 9.4877. El valor estadístico de la χ^2 obtuvimos 23.6936, y un coeficiente de correlación de aceptable de 0.98, entonces podremos concluir que las dos variables no son independientes, sino que están asociadas. Por lo tanto, a la vista de los resultados, rechazamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alternativa (H_a), quedando confirmada nuestra hipótesis: El control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto al almacenamiento.

Tabla 27.

Contrastación de la tercera hipótesis

	Frecuencias Observadas	Frecuencias Esperadas %	Frecuencias Esperadas Esperada	Valor estadístico
Completamente de Acuerdo	25	35	29	0.5517
De Acuerdo	25	45	37	3.8919
No Sabe, No Opina	11	5	4	12.2500
En Desacuerdo	12	10	8	2.0000
Completamente en Desacuerdo	10	5	5	5.0000
	83	100	83	23.6936

Para:

Nivel de significancia	0.05
Grados de libertad	4
ChiCuadrada	9.4877
Coefficiente de Correlación	0.98

Nota. Fuente: Elaboración propia sobre la base de los resultados.

Hipótesis 4: El control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto a la gestión de ventas.

Se plantea las siguientes hipótesis para la contrastación:

H_0 : El control interno de los inventarios no influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto a la gestión de ventas.

H_a : El control interno de los inventarios si influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto a la gestión de ventas.

Tabla 28.

Contrastación de la cuarta hipótesis

	Frecuencias Observadas	Frecuencias Esperadas %	Frecuencias Esperadas Esperada	Valor estadístico
Completamente de Acuerdo	48	35	29	12.4483
De Acuerdo	27	45	37	2.7027
No Sabe, No Opina	2	5	4	1.0000
En Desacuerdo	1	10	8	6.1250
Completamente en Desacuerdo	5	5	5	0.0000
	83	100	83	22.2760

Para:	
Nivel de significancia	0.05
Grados de libertad	4
ChiCuadrada	9.4877
Coefficiente de Correlación	0.83

Nota. Fuente: Elaboración propia sobre la base de los resultados.

Contrastación: para un nivel de significación del 95% ($\alpha = 0.05$) el valor teórico de una distribución chi-cuadrado con $(5-1=)$ 4 grados de libertad es 9.4877. El valor estadístico de la χ^2 obtuvimos 22.2760, y un coeficiente de correlación de aceptable de 0.83, entonces podremos concluir que las dos variables no son independientes, sino que están asociadas. Por lo tanto, a la vista de los resultados, rechazamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alternativa (H_a), quedando confirmada nuestra hipótesis: El control interno de los inventarios sí influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto a la gestión de ventas.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

Se presentan los resultados a través de la aplicación del instrumento diseñado, con la finalidad de analizar el control interno de inventario en las boticas y farmacias de la Provincia de Huaura. Para ello, luego de recolectar los datos se procedió a tabular, graficar y analizar cada uno de las preguntas, por medio de la utilización de una hoja de cálculo del programa Microsoft Excel, aplicando herramientas estadísticas para determinar la frecuencia con que fueron seleccionadas las respuestas y de esta forma establecer un porcentaje para cada una.

Se puede evidenciar los siguientes resultados producto de las encuestas realizadas, según muestra aleatoria de la investigación:

- el 86.75% son boticas,
- el 89.16%, señala que la organización en la farmacia/botica se encuentra bien definida,
- el 77.11% señala que el personal con que cuenta la farmacia/botica está capacitado y es el idóneo para el trabajo,
- el 53.01% señala que las actividades de manejo de inventarios que realiza la farmacia/botica no son las adecuadas,
- el 38.55% señala que la gestión de la farmacia/botica en comparación con la competencia es igual,

- el 56.63% considera que los inventarios en la farmacia/botica no son planificados y controlados oportunamente,
- el 63.86% señala que la adquisición de los productos no es oportuna para las ventas,
- el 87.95% considera que la comercialización que realiza la farmacia/botica es la correcta,
- el 97.59% considera que los métodos de los inventarios en la farmacia/botica PEPS es la adecuada,
- el 89.16% señala que la atención en la farmacia/botica es adecuada,
- el 50.60% cree que la farmacia/botica no cuenta con todos los productos que sus clientes demandan,
- el 83.13% considera que sus consumidores eligen la farmacia/botica por precio, servicio y calidad,
- el 93.98% señalan que la farmacia/botica ha llegado a cumplir sus objetivos planeados,
- el 69.88% considera que los descuentos, promociones obtenidas en la farmacia/botica son buenas,
- el 39.76% considera que existe una solidez financiera en la farmacia/botica,
- el 83.13% señala que la organización ha llegado a tener un crecimiento sostenido,
- el 87.95% señalan que los inversionistas tienen un buen grado de satisfacción.

Los sistemas de control interno aplicados a las empresas farmacéuticas, frente a la dinámica y amplitud de este tipo de normas, los principios contenidos en el informe internacional COSO y los nuevos paradigmas de gestión y control, nos proporcionan estrategias básicas aplicables como: ética, prudencia y transparencia de la gestión. Las empresas necesitan utilizar sus recursos con eficiencia, eficacia y economía para obtener servicios de calidad para complacer los requerimientos medicinales de la sociedad; todo esto no se puede lograr, si no se cuenta con un control interno efectivo.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Durante el desarrollo de este capítulo se describe las conclusiones y recomendaciones obtenidas durante el desarrollo de esta investigación, derivadas del análisis de los resultados conseguidos durante la aplicación del instrumento a la población objeto de estudio, los cuales fueron descritos detalladamente en el capítulo anterior, para de esta forma detallar los alcances logrados en el estudio del control interno del inventario en las empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura.

6.1 Conclusiones

- Primero. El control interno de los inventarios si influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura.
- Segundo. El control interno de los inventarios si influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto a la gestión de compras.
- Tercero. El control interno de los inventarios si influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto al almacenamiento.
- Cuarto. El control interno de los inventarios si influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, con respecto a la gestión de ventas.

6.2 Recomendaciones

Primero. Las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos de la Provincia de Huaura, deberían entregar a sus trabajadores una descripción por escrito de todas las funciones y actividades a realizar dentro de la empresa, para de esta forma se determinen la separación de funciones y sus responsabilidades a cada empleado, asimismo, entregarles documentos que le permitan la estandarización en el registro de las operaciones contables, y permitiendo implementar programas de entrenamiento a los trabajadores en los almacenes.

Segundo. La tendencia al trabajo por procesos en las instituciones públicas y privadas, permite plantear mejorar los procesos, sus actividades inmersas en la adquisición o abastecimiento de los productos farmacéuticos, ya que esta mejor en los procesos de adquisiciones les permitirá un incremento en las ventas. Para las empresas farmacéuticas el analizar la logística de inventarios a través de acciones de control permanente, se hace importante para se podrá tomar mejores decisiones, basados en su optimización. Asimismo, es indispensable que se supervise todos los requerimientos realizados por el área de compras, realizando un control diario y poder constatar que todas las adquisiciones de medicinas se han efectuado con la debida responsabilidad y autorización de quienes intervienen en el proceso.

Tercero. El Lay Out de los almacenes es el proceso de ordenamiento físico de los elementos mecánicos de modo que el sistema productivo tenga la capacidad de alcanzar los objetivos por lo que es importante realizar una distribución de productos en estanterías móviles, en concordancia con la rotación de stock para facilitar su ubicación y entrega. La logística regularizará el control de medicamentos y productos, reduciendo pérdidas y mejorando la facturación y despacho.

Cuarto. La adquisición de programas administrativos de gestión de ventas especialmente diseñados para cubrir las necesidades específicas, para de esta forma poder automatizar el proceso de contabilización y aumentar la rapidez en la obtención de información referente a la gestión de ventas y sus cuentas por cobrar. La capacitación a los empleados en forma permanente, orientado al manejo de inventarios y las mejores

estrategias de ventas, con el propósito de mejorar los procesos y mejorar la atención que se brinda en la farmacia.



REFERENCIAS

7.1 Fuentes documentales

- Cabrejos Burga, J.D. (2012). *Contribución al mejoramiento de la gestión logística en el almacén del área de mantenimiento de maquinaria pesada en la empresa CYOMIN SAC, Departamento de Cajamarca*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional del Callao, Provincia Constitucional del Callao.
- Castellanos de Echeverría, A.L. (2012). *Diseño de un sistema logístico de planificación de inventarios para aprovisionamiento en empresas de distribución del sector de productos de consumo masivo*. (Tesis de maestría). Universidad Francisco Gavidia, Dirección de Postgrados y educación continua, San Salvador.
- Chiguana, A. (2005). *Diseño de un diseño Logístico de Inventarios (Adquisición) para la empresa comercial almacén Famesa*. (Tesis de pregrado, maestría o doctoral). Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.
- Nieto Echeverría, J.A. (2012). *Diseño de un sistema de control interno administrativo-contable para las empresas comerciales de gas: Caso comercializadora mayorista DIGAS*. (Tesis de maestría). Universidad Politécnica Salesiana, Quito.
- Nole Atoche, S.L. (2006). *Los mecanismos de control interno administrativo en el área de almacén de las boticas y farmacias independientes de los distritos Piura, Castilla y Veintiséis de Octubre y su impacto en los resultados de gestión en el año 2015*. (Tesis de maestría). Universidad Católica Los Ángeles, Chimbote.
- Paredes Marroquín, C.P. (2008). *Modelo para planear el inventario en una tienda de conveniencia: Caso de estudio. Instituto Politécnico Nacional*. (Tesis de maestría). Administración. México D.F.

7.2 Fuentes bibliográficas

- Arbones, M. E.(2004). *La Empresa Eficiente. Aprovechamiento, Producción y Distribución Física*. Bogotá: Alfaomega.
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación*. Caracas: Editorial Episteme.
- Balestrini, A. M. (2002). *Cómo se Elabora un Proyecto de Investigación*. Caracas: Grupo Editorial BL Consultores Asociados.
- Ballou, R. H. (2004). *Logística: Administración de la Cadena de Suministro*. México D.F.: Prentice Hall.
- Bañegil, M. T. (2000). *El Sistema Just in Time y la Flexibilidad de la Producción*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Chase, R., Aquilano N. y Jacobs F. R. (2003). *Administración de Producción y Operaciones de Manufactura y Servicios*. Bogotá: Red de Bibliotecas Públicas.
- Diofante A. (2004). *Metodología del Control de gestión: del indicador a la toma de decisiones*. Caracas.
- Escribano R. G. y Fadrique B. C. (2005). *Gestión Administrativa de Compraventa*. Madrid: Thomson Learning Ibero
- Escudero, M. J. (2003). *Gestión de aprovisionamiento*. México D.F.: Thomson Learning Ibero.
- Gaither, N. y Frazier, G. (2003). *Administración de Producción y Operaciones*. México D.F.: Internacional Thomson.
- Gonzalez, C. (2002). *Adquisiciones y abastecimientos*. Madrid: Thomson Learning Ibero.
- Hay, E. Jr. (2000). *Justo a Tiempo*. Bogotá: Editorial Norma.
- Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw Hill.

- Llenders, M. R.; Fearon H. E.; England W. B. (1997). *Administración de compras y materiales*. Segunda edición. México D.F.: Editorial CECSA.
- López C. (2004). *Herramientas para la Competitividad*. México D.F.: Pax
- Nahmias, S. (2002). *Análisis de la Producción y las Operaciones*. México D.F.: CECSA
- Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Limusa Noriega Editores.
- Peltron L., Strutton D. y James R. (2003). *Canales de Marketing y Distribución Comercial*. Santiago de Chile: Lurpkia.
- Perdomo Moreno, A. (2000). *Fundamentos de Control Interno 7ma*. México D.F.: Editorial Thomson.
- Robusté, F. (2005). *Logística del transporte*. Madrid: Díaz de Santos.
- Sabino C. (1992). *El Proceso de Investigación*. Caracas: Editorial Panapo Tovar S.
- Samuel Alberto Mantilla, *Control Interno, Informe COSO*. Cuarta Edición. Bogota: Ecoe Ediciones,
- Sánchez (2002). *Administración Financiera*. Primera Edición. México D.F.: Edit. HARLA.
- Sipper, D y Bulfin, R Jr. (2003). *Planeación y control de la producción*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Tamayo y Tamayo M. (2005). *El Proceso de la Investigación Científica*. México D.F.: Editorial Limusa.
- Van Horne, J. y Wachowicz J. (2002). *Fundamentos de administración financiera*. México D.F.: Pearson Educación.
- Vives, A. (2004). *Decisiones óptimas de inversión financiación en la empresa*. (15° edición). México D.F.: Edit. Pirámide.
- Vollmann, T. E. (2005). *Planeación y control de la producción*. Administración de la cadena de suministros. México D.F.: McGraw Hill Interamericana.

Yasuhiro, Monden (1998). *Toyota Production System: An Integrated Approach to Just – In –Time*. USA: Engineering & Management Press. Norcross. GA.

7.3 Fuentes hemerográficas

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (1997)

Cuervo y Rivero. (2000). “El análisis económico-financiero de la empresa”, Revista de Financiación y Contabilidad, nº 49.

Federación Internacional de Contadores, Auditoría Financiera para Pymes

Fonseca Luna, O., (2008). *Vademécum Contralor*, Primera Edición.

Gambino A. (2006). *La Logística Hoy*. Buenos Aires: Instituto Universitario Aeronáutico. La Universidad de la Fuerza Aérea.

León, S. (2005). *Logística de Inventarios para industrias Catedral S.A.* Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Marrero, D. F. (2005). *Gestión de Inventarios*. La Habana: Departamento de Ingeniería Industrial. Universidad Central de Las Villas.

7.4 Fuentes electrónicas

http://tesis.ula.ve/pregrado/tde_busca/archivo.php?codArchivo=2591

<http://www.aulaerp.com/doc/openerp-gestion-de-una-pyme-ventas-compras-almacenes-y-logistica.html>

<http://pacoalvarezfp.files.wordpress.com/2011/10/instrucciones-de-compra-venta-2011-121.pdf>

<http://empresamoriscos.blogspot.com/2012/11/procedimientos-en-los-departamentos-de.html>

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento Encuesta

Objetivo: Obtener información para el desarrollo de la investigación académica denominado: CONTROL INTERNO DE LOS INVENTARIOS Y LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS EN LA PROVINCIA DE HUAURA, con el propósito de mejorar el nivel de control de los inventarios y la cobertura de inventarios.

Indicaciones: conteste las siguientes preguntas de la manera más objetiva posible.

Aspectos generales:

Tipo de establecimiento: BOTICAS
 FARMACIAS
 BOTIQUINES
 SER. DE FARMACIA
 DROGUERIAS
 LABORATORIOS

Respecto al Control Interno de los inventarios:

1. ¿La organización en la farmacia/botica se encuentra bien definida?
[SI] [NO] [No sabe no opina]
2. ¿El personal con que cuenta la farmacia/botica está capacitado y es el idóneo para el trabajo? [SI] [NO] [No sabe no opina]
3. ¿Las actividades de manejo de inventarios que realiza la farmacia/botica son las adecuadas? [SI] [NO] [No sabe no opina]
4. ¿La gestión de la farmacia/botica en comparación con la competencia es?
[MEJOR] [IGUAL] [MENOR]
5. ¿Considera que los inventarios en la farmacia/botica son planificados, controlados oportunamente? [SI] [NO] [No sabe no opina]
6. ¿Cree usted que la adquisición de los productos es oportuna para las ventas?
[SI] [NO] [No sabe no opina]
7. ¿Considera que la comercialización que realiza la farmacia/botica es la correcta?
[SI] [NO] [No sabe no opina]
8. ¿Considera que los métodos de los inventarios en la farmacia/botica PEPS es la adecuada? [SI] [NO] [No sabe no opina]

Con respecto a las compras y ventas

9. ¿Cree usted que la atención brindada en la farmacia/botica es la adecuada?
[SI] [NO] [No sabe no opina]
10. ¿Cree usted que la farmacia/botica cuenta con todos los productos que sus clientes demandan? [SI] [NO] [No sabe no opina]
11. ¿Considera que sus consumidores eligen la farmacia/botica por precio, servicio, calidad?
[SI] [NO] [No sabe no opina]
12. ¿La farmacia/botica ha llegado a cumplir sus objetivos planeados?
[SI] [NO] [No sabe no opina]
13. ¿Considera que los descuentos, promociones obtenidas en la farmacia/botica son buenas?
[SI] [NO] [No sabe no opina]

Con respecto a la rentabilidad:

14. ¿Considera que existe una solidez financiera en la farmacia/botica?
[SI] [NO] [No sabe no opina]
15. ¿La organización ha llegado a tener un crecimiento sostenido?
[SI] [NO] [No sabe no opina]
16. ¿Considera que existe un buen grado de satisfacción de los inversionistas?
[SI] [NO] [No sabe no opina]

Preguntas específicas:

17. ¿Considera usted que el control interno de los inventarios influye en su rentabilidad?
[Completamente de acuerdo] [de acuerdo] [No sabe, No opina] [en desacuerdo]
[completamente en desacuerdo].
18. ¿Considera usted que el control interno de los inventarios influye en el proceso de gestión de compras? [Completamente de acuerdo] [de acuerdo] [No sabe, No opina] [en desacuerdo] [completamente en desacuerdo].
19. ¿Considera usted que el control interno de los inventarios influye en el proceso de almacenamiento? [Completamente de acuerdo] [de acuerdo] [No sabe, No opina] [en desacuerdo] [completamente en desacuerdo].
20. ¿Considera usted que el control interno de los inventarios influye en el proceso de gestión de ventas. [Completamente de acuerdo] [de acuerdo] [No sabe, No opina] [en desacuerdo] [completamente en desacuerdo].

(2) Mg. Silvia M. Espinoza de Sánchez

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS

I Datos generales

Autor del Instrumento:	Yenny Maritza Carrera Ramirez		
Apellidos y Nombres del experto informante	Silvia M. Espinoza de Sánchez	Grado académico	Magister
Institución	UN-IFSC - EPG	Cargo en la institución	Docente
Título de la investigación	El control Interno de los Ingresos en la rentabilidad de las Emp. Comerciales de Productos farmacéuticos en la Prov. Huacho	Nombre del instrumento	Cuestionario

II Aspectos de validación

N°	Indicadores	Criterios	Deficiente de 00 a 20				Regular de 21 a 40				Buena de 41 a 60				Muy buena de 61 a 80				Excelente de 81 a 100			
			00	06	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
			05	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1	Claridad	Los ítems están formulados con Lenguaje apropiado y comprensible																X				
2	Coherencia	Hay coherencia entre las variables e indicadores																X				
3	Consistencia	Los ítems están basados en aspectos teóricos-científicos sobre el tema en estudio																X				
4	Intencionalidad	Los ítems son adecuados para valorar los indicadores que se pretenden medir																X				
5	Objetividad	Está expresado en conductas observables																X				
6	Organización	Existe una organización lógica en la redacción de los ítems																X				
7	Suficiencia	Los ítems son suficientes para la medición de los indicadores en estudio																X				
8	Viabilidad	Es posible su aplicación y ejecución																X				

III Opinión de aplicabilidad

El instrumento es aplicado a la investigación

IV. Promedio de valoración

Puntaje (De 0 a 100)	80	Calificación (De Deficiente a excelente)	Muy Buena
----------------------	----	--	-----------

Lugar y fecha	Firma del Experto Informante	DNI	Teléfono
Huacho 7-01-15		15758120	9323773

C.P.D.C. SILVIA M. ESPINOZA SANCHEZ
REG. N° 02 - 2011 DNI 421

HUACHO

[Indique los nombres y apellidos completos del asesor]

ASESOR

[Indique los nombres y apellidos completos del presidente]

PRESIDENTE

[Indique los nombres y apellidos completos del primer miembro]

MIEMBRO

[Indique los nombres y apellidos completos del segundo miembro]

MIEMBRO

